

**PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN, KEMUDAHAN
PENGUNAAN, RISIKO DAN KESESUAIAN TERHADAP MINAT
NASABAH MENGGUNAKAN M-BANKING KBSTAR**



SKRIPSI

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)
Datokarama Palu*

Oleh:

AGUS JUMHARIANSYAH

21.5.15.0090

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA
PALU 2026**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran, penyusun yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Risiko Dan Kesesuaian Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *M-Banking* Kbstar”** benar hasil 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, 31 Agustus 2025
Penyusun,



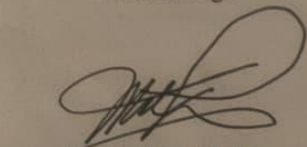
Agus Jumhariansyah
Nim: 215150090

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Risiko Dan Kesesuaian Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *M-Banking Kbstar*.” oleh mahasiswa atas nama Agus Jumhariansyah NIM : 21.5.15.0090, mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu, setelah dengan seksama mengoreksi skripsi yang bersangkutan, maka masing-masing pembimbing memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat diajukan untuk sidang munaqasyah.

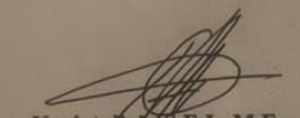
Palu, 31 Agustus 2025 M
7 Rabiul Awal 1447 H

Pembimbing I



Dr. Malkan, M.Ag.
NIP. 19681231 199703 1 010

Pembimbing II

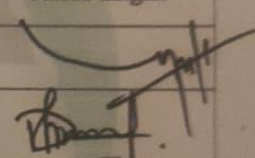
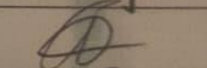
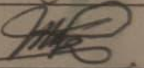
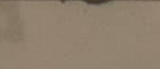


Nuriatullah, S.E.I., M.E.
NIP. 19900608 201903 2 009

PENGESAHAN SKRIPSI

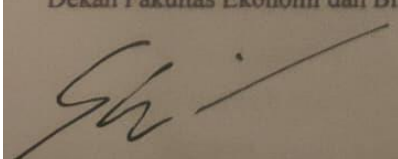
Skripsi saudara (i) Agus Jumhariansyah, NIM. 21.5.15.0090 dengan judul "Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Risiko Dan Kesesuaian Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *M-Banking* KBstar" yang telah diujikan di hadapan Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada tanggal 21 Januari 2026 M yang bertepatan dengan tanggal 2 Sya'ban 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	Dr. Sitti Aisya, S.E.I., M.E.I.	
Penguji Utama I	Dede Arseyani Pratamasyari, S.Si., M.Si	
Penguji Utama II	Jafar Sadik, M.Kom	
Pembimbing I	Dr. Malkan, M.Ag.	
Pembimbing II	Nuriatullah, SEI., M.EK	

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam PLT Ketua Jurusan Perbankan Syariah


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


Ahmad Haekal, S.Hum., M.Si
NIP. 19910326 202321 1 018

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah swt. Karena berkat rahmat dan karunianya penulis dapat Menyusun skripsi ini. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad saw., beserta para keluarga, sahabat serta umatnya hingga akhir zaman, aamiin.

Penulis sadar bahwa tidak akan mungkin menyelesaikan penelitian ini tanpa dorongan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis yakin bahwa tidak akan ada yang dapat menolong kecuali dari izin Allah swt. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Datokarama Palu dengan judul penelitian **“Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Risiko Dan Kesesuaian Terhadap Minat Nasabah Menggunakan M-Banking KBstar”**.

Melalui kesempatan ini penulis dengan penuh kerendahan hati mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah memberikan bantuan dengan sangat berarti dalam penyusunan skripsi, terkhususnya kepada yang terhormat:

1. Ucapan terima kasih yang paling istimewa dan tak terhingga penulis sampaikan kepada kedua orang tua tercinta. Ayahanda penulis **Bapak Beni. D** dan pintu surgaku yaitu **Ibu Herni**. Tanpa kasih sayang, doa yang tak pernah putus, serta segala bentuk pengorbanan yang telah diberikan, penulis tidak akan mampu mencapai titik ini. Setiap tetesan keringat, setiap doa yang terucap, dan setiap dukungan yang diberikan telah menjadi sumber kekuatan terbesar bagi penulis untuk terus melangkah dan menghadapi berbagai tantangan dalam menyelesaikan pendidikan ini.

Semoga Allah swt. membalas segala kebaikan dan ketulusannya dunia maupun akhirat, Aamiin.

2. Prof. Dr. H. Lukman S. Thahir, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Datokarama Palu, Dr. Hamka, M.Ag. selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Prof. Dr. Hamlan, M.Ag. selaku Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum Perencanaan Keuangan, Dr. Faisal Attamimi, M.Fil.I. selaku Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama, dan Raodhah, S.Ag., M.Pd.I selaku Kepala Bagian Umum Universitas Islam Negeri Datokarama Palu beserta segenap unsur pimpinan, yang telah mendorong dan memberi kebijakan kepada penulis dalam berbagai hal.
3. Dr. Sagir Muhammad Amin., M.Pd.I. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Datokarama Palu, Dr. Syaakir Sofyan, S.E.I., M.E. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr. Sitti Aisyah, S.E.I., M.E.I. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi, Perencanaan dan Keuangan, Dr. Malkan, M.Ag. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama.
4. Abdul Jalil, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Ahmad Haekal, S.Hum., M.Si selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah.
5. Nuriatullah, SEI., M.EK.. selaku Dosen Penasehat Akademik yang selama ini telah memberikan banyak arahan kepada penulis.
6. Dr. Malkan, M.Ag. selaku pembimbing I dan Nuriatullah, SEI., M.EK. selaku pembimbing II yang dengan ikhlas dalam membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini.

7. Rifai, S.E., M.M. selaku Kepala UPT Perpustakaan UIN Datokarama Palu beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan dengan sangat baik selama kuliah terutama dalam mencari referensi penelitian demi kelancaran penulis dalam menyusun skripsi.
8. Terimakasih kepada seluruh keluarga penulis yaitu keluarga Andi Mappa Mappunna Dan keluarga Sipatongeng Squad, yang sudah senantiasa memberikan dukungan, doa serta semangat kepada penulis.
9. Sahabat penulis Grup Wacana, Anak Sukses Dan Aliansi Alumni PMR yang selalu ada dalam setiap perjalanan hidup penulis. Terima kasih atas segala dukungan, semangat, serta kebersamaan yang begitu berarti.
10. Teman-teman seperjuangan HMPS PBS dan SEMA FEBI terimakasih telah menjadi keluarga selama masa” dunia perkuliahan, terimakasih untuk semua dukungan, motivasi dan pengalamannya yang turut memberikan warna dalam cerita di masa kuliah.

Serta seluruh pihak yang ikut andil dalam proses penyelesaian penyusunan skripsi ini yang tdiak sempat dituliskan. Penulis juga memohon maaf atas segala kekurangan yang ada dan apabila terdapat kekeliruan dalam penulisan ini kiranya dapat dikoreksi dengan memberikan saran maupun kritik yang sifatnya membangun. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih atas segala kebaikan karena telah membantu penulis dari berbagai hal. Semoga semua pihak mendapatkan balasan yang tak terhingga dari Allah swt., Aamiin.

Palu, 23 Juli 2025 M
27 Muharram 1447 H

Penyusun



AGUS JUMHARIANSYAH
NIM. 21.5.15.0090

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	7
1. Tujuan Penelitian.....	7
2. Manfaat Penelitian.....	7
D. Garis-Garis Besar Isi	8

BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A. Penelitian Terdahulu.....	10
B. Kajian Teori.....	21
1. Theory Of Planned Behavior (TPB).....	22
2. Theory Financial Technology	22
3. Mobile Banking	23
4. Persepsi Kemanfaatan	24
5. Persepsi Kemudahan Penggunaan	28
6. Persepsi Risiko	31
7. Persepsi Kesesuaian	34
8. Minat	37
C. Kerangka Berpikir	43
D. Hipotesis.....	44
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	 46
A. Pendekatan dan Desain Penelitian	46
B. Populasi Dan Sampel Penelitian	46
1. Populasi	46
2. Sampel.....	47
C. Variabel Penelitian	48
1. Variabel Bebas.....	48
2. Variabel Tidak Bebas	48
D. Definisi Operasional.....	49
E. Instrumen Penelitian	52
F. Teknik Pengumpulan Data	53
1. Data Primer.....	54
2. Data Sekunder	54
G. Teknik Analisis Data	54
1. Uji Validitas	55
2. Uji Reliabilitas.....	56
3. Uji Asumsi Klasik	56

4. Uji Regresi Berganda.....	57
5. Uji Hipotesis.....	58
6. Uji Koefisien Determinan (R^2)	60
7. Uji Simultan (uji F).....	61
BAB IV HASIL PEMBAHASAN	62
A. Gambaran Umum	62
1. Sejarah Singkat Bank Bukopin	62
2. Visi dan Misi Perusahaan	63
B. Hasil penelitian.....	63
1. Deskripsi Responden dan Sampel Penelitian	63
2. Deskripsi variable	67
3. Uji Validitas Dan Reliabilitas	71
4. MSI (Method Of Successive Interval)	76
5. Uji Asumsi Klasik	77
6. Uji Regresi Berganda.....	81
7. Uji Hipotesis.....	83
8. Uji Koefisien Determinan (R^2)	87
C. Pembahasan	88
1. Persepsi Kemanfaatan Tidak Berpengaruh Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>M-Banking</i> KBstar	88
2. Persepsi Kemudahan Penggunaan Berpengaruh Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>M-Banking</i> KBstar	89
3. Persepsi Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>M-Banking</i> KBstar.....	91
4. Persepsi Kesesuaian Tidak Berpengaruh Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>M- Banking</i> KBstar.....	92
5. Persepsi Kemanfaatan (X1), Kemudahan Penggunaan(X2), Risiko (X3) dan Kesesuaian (X4) berpengaruh terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>M-Banking</i> KBstar	94
6. Urutan Variabel X yang Paling Berpengaruh Terhadap Variabel Y	95

BAB V PENUTUP.....	96
A. Kesimpulan.....	96
B. Implikasi.....	98
1. Bagi Bank KB Bukopin.....	98
2. Bagi Nasabah.....	98
3. Bagi Peneliti Selanjutnya.....	99
C. Saran.....	99

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1. Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	10
2. Tabel 3.1 Penjabaran Populasi	47
3. Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	49
4. Tabel 3.3 Skala Likert	53
5. Tabel 4.1 Deskripsi Kuesioner	64
6. Tabel 4.2 Deskripsi Jenis Kelamin.....	64
7. Tabel 4.3 Pekerjaan	65
8. Tabel 4.4 Umur.....	66
9. Tabel 4.5 Pendidikan Terakhir	66
10. Tabel 4.6 Deskripsi Hasil Penelitian Variabel Persepsi Kemanfaatan.....	67
11. Tabel 4.7 Deskripsi Hasil Penelitian Variabel Kemudahan Penggunaan	68
12. Tabel 4.8 Deskripsi Hasil Penelitian Variabel Risiko	69
13. Tabel 4.9 Deskripsi Hasil Penelitian Variabel Kesesuaian	70
14. Tabel 4.10 Deskripsi Hasil Penelitian Variabel Minat.....	71
15. Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel Kemanfaatan (X1).....	73
16. Tabel 4.12 Uji Validitas Variabel Kemudahan Penggunaan(X2).....	73
17. Tabel 4.13 Uji Validitas Variabel Risiko (X3).....	74
18. Tabel 4.14 Uji Validitas Variabel Kesesuaian (X4)	74
19. Tabel 4.15 10 Uji Validitas Variabel Minat (Y).....	74
20. Tabel 4.16 Uji Reliabilitas.....	76
21. Tabel 4.17 Uji Normalitas	78
22. Tabel 4.18 Uji Multikolonearitas.....	79
23. Table 4.19 Uji Heteroskedastisitas	80
24. Table 4.20 Uji Regresi Linier Berganda	82
25. Table 4.21 Uji Parsial T	84
26. Table 4.22 Uji Simultan F	86
27. Table 4.23 Uji Koefisien Determinan	

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 1.1 <i>Rating</i> Aplikasi Kbstar	4
2. Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	43

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 LEMBAR PENGAJUAN JUDUL

LAMPIRAN 2 SK PEMBIMBING

LAMPIRAN 3 PERMOHONAN PENGISIAN KUESIONER PENELITIAN

LAMPIRAN 4 SURAT KETERANGAN IZIN MENELITI

LAMPIRAN 5 TABULASI DATA

LAMPIRAN 6 HASIL UJI SPSS

LAMPIRAN 7 DOKUMENTASI

LAMPIRAN 8 DAFTAR RIWAYAT HIDUP

ABSTRAK

Nama Penulis : Agus Jumhariansyah

Nim : 21.5.15.0090

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Resiko Dan Kesesuaian Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *M-Banking* KBstar

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang perbankan. Layanan perbankan kini tidak hanya terbatas pada transaksi di kantor cabang, melainkan sudah beralih ke layanan berbasis aplikasi digital yang lebih cepat, praktis, dan efisien. Salah satu bentuk layanan digital tersebut adalah mobile banking (*M-Banking*) yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi keuangan kapan saja dan di mana saja hanya melalui telepon genggam.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Resiko dan Kesusuaian Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *M-Banking* KBstar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 91 responden. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Probability Sampling* dengan cara pengambilan sampel acak sederhana (*Simple Random Sampling*). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yakni dengan memberi kuesioner pada responden dan dokumentasi. Dalam membuktikan dan menganalisis data digunakan uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi berganda dengan bantuan SPSS versi 27.

Hasil Penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa secara parsial variabel Persepsi Kemanfaatan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan KBstar. Secara parsial variabel Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan KBstar. Secara parsial variabel Risiko tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan KBstar. Secara parsial variabel kesesuaian berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan KBstar. Selanjutnya secara simultan variabel Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan penggunaan, Risiko dan kesesuaian berpengaruh positif dan signifikan Terhadap minat nasabah menggunakan KBstar.

Implikasi dari penelitian ini memperkaya kajian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan digital banking, khususnya *M-Banking* KBstar, penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan, kemudahan, dan kesesuaian meningkatkan minat nasabah, sedangkan resiko menurunkan minat.

Oleh karena itu, Bank Bukopin perlu mengembangkan fitur yang bermanfaat, mudah digunakan, serta sesuai dengan kebutuhan nasabah, sekaligus memperkuat sistem keamanan agar kepercayaan nasabah terhadap layanan *M-Banking* semakin meningkat

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Saat ini peran internet semakin penting dalam kehidupan sosial, ekonomi, dan politik di dunia global. Setiap tahun internet semakin dalam mempengaruhi kehidupan umat manusia. Tak dapat disangkal teknologi ini telah merubah peradaban dunia dengan cepat. Kecendrungan internet telah bergerak menjadi kebutuhan pokok bagi tiap orang. Nyaris semua kebutuhan seseorang dapat dipenuhi melalui internet sehingga pengeluaran untuk dapat terus mengakses internet cenderung semakin besar.

Perbankan merupakan salah satu perusahaan yang mengadopsi teknologi informasi terbesar diantara perusahaan lainnya baik efisiensi manajemen internal ataupun untuk kepentingan nasabah. Hal tersebut membuat industri perbankan dituntut untuk dapat menerapkan teknologi informasi dalam setiap produknya, yang saat ini lebih dikenal dengan istilah Mobile Banking (*M-Banking*).¹

Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi di dunia perbankan relatif lebih maju dibandingkan sektor lainnya. Berbagai jenis teknologi di antaranya *Automatic Teller Machine (ATM)*, *Banking Application System*, *Real Time Gross Settlement System*, *Sistem Kliring Elektronik* dan *Internet Banking*. Bagi nasabah, internet banking menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam transaksi perbankan. Keuntungan bagi bank adalah internet banking dapat menjadi solusi

¹Muhammad Yusuf S. Barusman, "Pemanfaatan E-Banking Dalam Industri Perbankan dari Struture-Conduct-Performance Paradigm di Indonesia", Dalam Jurnal Manajemen Dan Bisnis, Vol.1, No.1, 2010, h 3-4.

murah pengembangan infrastruktur dibandingkan dengan membuka outlet ATM.²

Termasuk di dalam kegiatan internet banking yaitu mobile banking. mobile banking yang juga dikenal sebagai *M-Banking*, *SMS banking*, dan lain sebagainya, merupakan sebuah terminal yang dapat digunakan sebagai *performing balance checks*, transaksi keuangan, serta pembayaran dengan menggunakan alat bergerak seperti *mobile phone*. *Mobile banking* saat ini kebanyakan ditunjukkan via SMS atau *Mobile Internet* tetapi dapat juga menggunakan program aplikasi *mobile device*.³

Manfaat penggunaan layanan *mobile banking* dapat dilihat dari persepsi kemudahan dan kegunaan layanan yang didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan prestasi kerjanya, persepsi manfaat adalah kepercayaan seseorang atau nasabah pada bank dalam mewujudkan keputusan. Jika seseorang sudah percaya dan membuat keputusan ini, seseorang akan menggunakannya atau memanfaatkannya. Sebaliknya jika seseorang kurang percaya diri dan tidak dapat mengambil keputusan, maka orang tersebut tidak akan memanfaatkannya. Kegunaan yang dirasakan adalah pemikrantentang penggunaan informasi teknologi untuk meningkatkan kinerja dan memberikan manfaat bagi penggunanya. Kegunaan yang dirasakan adalah sesuatu itu menyatakan individu percaya bahwa penggunaan

²Abi Fadlan and Rizki Yudhi Dewantara, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya)', *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol, 62.1 (2018), pp. 82–89.

³Ibid.

teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja individu.⁴

Kemudahan menggunakan layanan ini adalah persepsi nasabah bank terhadap kemampuan mereka dalam menggunakan *mobile banking* yang diukur melalui indikator efisiensi waktu, kemampuan melakukan transaksi, kemudahan operasional *mobile banking*, penggunaan yang fleksibel. Sehingga dapat dikatakan semakin tinggi persepsi kemudahan dalam penggunaan layanan, maka semakin tinggi persepsi manfaat yang dirasakan sebagai pengguna layanan. Kemudahan dalam hal penggunaan layanan *mobile banking* juga merupakan keyakinan seseorang bahwa dalam menggunakan *mobile banking* tersebut dapat dengan mudah untuk dipahami dan digunakan. Kemudahan dalam penggunaan juga mengandung maksud bahwa teknologi informasi mampu mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga untuk mempelajari atau sekaligus menggunakan karena pada dasarnya individu yakin bahwa *mobile banking* tersebut mudah untuk dipahami dan tidak menyulitkan pengguna dalam melakukan pekerjaannya. Dengan demikian seseorang jika menggunakan suatu sistem tertentu akan bekerja secara lebih mudah jika dibandingkan dengan seseorang yang bekerja secara manual.⁵

Persepsi risiko juga berpengaruh terhadap kepercayaan. Penelitian yang dilakukan oleh *Rong et al.* Menyatakan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh negatif terhadap kepercayaan konsumen dalam transaksi *online*. Rendahnya kepercayaan konsumen akan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan produk

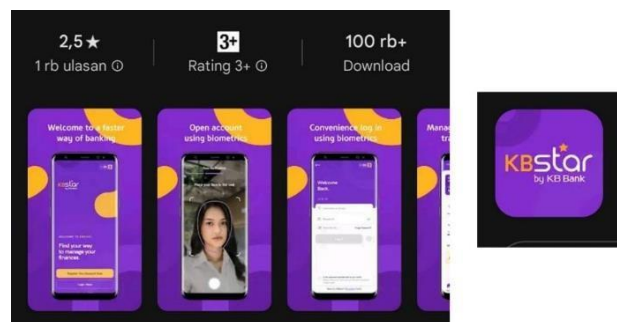
⁴Dwi Mutiara Sari, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto Suharto, 'Fitur-Fitur Aplikasi Mobile Banking Bank Syariah', *Al-Infah: Jurnal Ekonomi Islam*, 12.2 (2021), p. 170

⁵Ibid.

tersebut. Penelitian yang dilakukan *Firdayanti* juga mengemukakan hal yang sama. Persepsi risiko secara langsung mempengaruhi kepercayaan konsumen, jika persepsi risiko tinggi maka terjadi distrust atau ketidakpercayaan yang mengakibatkan keragu-raguan dan kemungkinan untuk meninggalkan *OnlineStore* atau transaksi, dan jika persepsi risiko rendah maka akan terjadi trust yang selanjutnya berefek pada komitmen serta kesetiaan pelanggan⁶ Risiko bisa datang dari sistem maupun dari nasabah tersebut, Risiko dari sistem kendalanya ada pada jaringan *internet* yang digunakan karena apabila saat bertransaksi jaringan internetnya tidak bagus akan mempengaruhi transaksi tersebut. Risiko dari nasabah apabila nasabah kehilangan *handphone* yang digunakan untuk bertransaksi.

Gambar 1.1

Rating Aplikasi KBstar



Pada gambar 1. 1 menunjukkan bahwa aplikasi KBstar dengan rating 2,5 dari 5 bintang. Jika rating dibawah 4 bintang maka masih kurangnya kepuasan nasabah terhadap penggunaan *mobile banking* KBstar dan salah satu faktornya terkait persepsi kemanfaatan, kemudahan penggunaan, resiko, dan kesesuaian

⁶Ida Ayu Agung Upadianti Jayantari and Ni Ketut Seminari, 'Peran Kepercayaan Memediasi Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan Mandiri Mobile Banking Di Kota Denpasar', *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7.5 (2018), p. 2621, doi:10.24843/ejmunud.2018.v07.i05.p13.

terhadap minat masyarakat menggunakan aplikasi KBstar.

Penelitian ini memasukkan persepsi yang dapat mewakili nasabah sebagai alasan mengapa nasabah memiliki minat atau kurang memiliki minat terhadap penerimaan suatu teknologi baru, persepsi tersebut adalah persepsi kesesuaian dan persepsi risiko.⁷

Bagi sebagian nasabah bank, kesesuaian adalah sejauh mana para nasabah mendapat nilai kebutuhan yang disenangi nasabah dan untuk meningkatkan calon nasabah baru. Kesesuaian sendiri merupakan hal yang mendasarkan nasabah untuk mempengaruhi perilaku nasabah selanjutnya untuk menggunakan *Mobile banking* dari bank yang menawarkan produk tersebut. Sikap penggunaan teknologi yang didasari oleh kesesuaian maka nasabah akan menggunakan layanan tersebut.⁸ Sehingga dapat berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan *Mobile banking* atau tidak, berkesinambungan dengan adanya KBstar yang diluncurkan oleh PT KB Bukopin.

KBstar adalah aplikasi yang baru berusia sekitar dua tahun. Sebelumnya, aplikasi ini dikenal dengan nama Woke, namun kemudian mengalami rebranding seiring dengan perubahan kepemilikan dari KB Bukopin menjadi KB Bank. Dengan rebranding tersebut, KBstar hadir dengan fitur-fitur yang lebih modern, lengkap, dan relevan dengan kebutuhan pengguna saat ini. Hal ini membuat KBstar lebih

⁷Giga B Laksana, 'Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking'. Jurnal Administrasi (JAB) Vol. 26 No. 2 September 2015, h. 2.

⁸Muhammad Ilham Mandrata and Yudi Sutarso, 'Pengaruh Kegunaan, Kesesuaian, Keuntungan Relatif, Motivasi Hedonik Dan Risiko Yang Dirasakan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Mandiri Surabaya Yang Dimediasi Niat Perilaku Nasabah', *Journal of Business & Banking*, 9.1 (2019), pp. 1–18, doi:10.14414/jbb.v9i1.1501.

diminati dibandingkan versi sebelumnya (Woke).

Dari awalnya hanya sekitar 1.700 pengguna saat masih bernama Woke, kini aplikasi Kbstar telah digunakan oleh lebih dari 5.000 pengguna, hal ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam adopsi dan kepercayaan pengguna terhadap platform ini.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko, Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *M-Banking* KBstar.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dikemukakan, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah kemanfaatan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *M-Banking* KBstar ?
2. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *M-Banking* KBstar ?
3. Apakah resiko berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *M-Banking* KBstar ?
4. Apakah kesesuaian berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *M-Banking* KBstar ?
5. Apakah kemanfaatan, kemudahan penggunaan, resiko, dan kesesuaian berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah menggunakan *M-*

Banking KBstar ?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk menganalisis pengaruh signifikan kemanfaatan terhadap minat nasabah menggunakan *M-Banking* KBstar.
- b. Untuk menganalisis pengaruh signifikan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan *M-Banking* KBstar.
- c. Untuk menganalisis pengaruh signifikan resiko terhadap minat nasabah menggunakan *M-Banking* KBstar.
- d. Untuk menganalisis pengaruh signifikan kesesuaian terhadap minat nasabah menggunakan *M-Banking* KBstar.
- e. Untuk menganalisis pengaruh simultan kemanfaatan, kemudahan penggunaan, resiko, dan kesesuaian terhadap minat nasabah menggunakan *M-Banking* KBstar.

2. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk keperluan teoritis dan keperluan dari segi praktisi, maupun keperluan kebijakan.

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh

persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi resiko dan persepsi kesesuaian terhadap minat Masyarakat menggunakan *M-Banking*. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian sejenis di masa mendatang.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat membantu mahasiswa memahami konsep dari segi persepsi kemanfaatan, kemudahan penggunaan, resiko, dan kesesuaian dalam menggunakan *M-Banking* KBstar.

2) Bagi Bank

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan strategis bagi PT. Bank KB Bukopin dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap produk KBstar melalui peningkatan kemanfaatan, kemudahan penggunaan, resiko, dan kesesuaian.

3) Bagi Masyarakat atau Nasabah

Penelitian ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi masyarakat atau nasabah tentang kemanfaatan, kemudahan penggunaan, resiko, dan kesesuaian dalam menggunakan *M-Banking* KBstar.

D. Garis-Garis Besar Isi

Skripsi ini di organisasikan ke dalam lima bab pembahasan.

Bab I merupakan BAB PENDAHULUAN. BAB ini berisi Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Penegasan Istilah

Garis-Garis Besar Isi.

Bab II merupakan BAB KAJIAN PUSTAKA. BAB ini berisi Penelitian Terdahulu, Kajian Teori dan Kerangka Pemikiran.

Bab III merupakan BAB METODE PENELITIAN. BAB ini berisi Pendekatan dan Desain Penelitian, Populasi dan Sampel, Variabel Penelitian, Definisi Operasional Instrument Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data.

Bab IV: HASIL DAN PEMBAHASAN .Pada bagian ini, penulis memaparkan hasil yang diperoleh dari proses penelitian secara sistematis dan mendalam. Data yang terkumpul dijelaskan dalam bentuk deskriptif maupun kuantitatif, kemudian dianalisis dan dibahas untuk menunjukkan keterkaitannya dengan teori maupun temuan sebelumnya.

Bab V: PENUTUP. Bagian akhir skripsi ini menyajikan rangkuman dari keseluruhan hasil penelitian berupa kesimpulan, serta membahas implikasi dari temuan penelitian tersebut. Penulis juga menyampaikan saran-saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya atau pihak terkait lainnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya dan telah diuji hasil kebenarannya berdasarkan metode penelitian yang digunakan. Penelitian tersebut dapat dijadikan referensi sebagai perbandingan antara penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian saat ini.

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

NO	Penulis	Ringkasan Penelitian Terdahulu
1.	Resti Anatiya ¹	Judul: Pengaruh persepsi kebermanfaatan, kemudahan penggunaan dan risiko terhadap minat menggunakan layanan <i>mobile banking</i> dengan <i>attitude toward using</i> sebagai variabel intervening (studi pada masyarakat kota bandar lampung). Hasil penelitian: Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial persepsi kebermanfaatan berpengaruh

¹Resti Anatiya, “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Dengan Attitude Toward Using Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Masyarakat Kota Bandar Lampung)”, (Bandar Lampung: UINRIL, 2022), Hal. ii.

	signifikan terhadap minat menggunakan <i>M-banking</i>, Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat <i>menggunakan M-banking</i>, dan risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan <i>M-banking</i>. Secara simultan persepsi kebermanfaatan, kemudahan dan risiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan <i>M-banking</i>. <i>Attitude toward using</i> mampu memediasi antara pengaruh kebermanfaatan dan kemudahan. Sedangkan <i>Attitude toward using</i> tidak mampu memediasi antara persepsi risiko terhadap minat menggunakan <i>M-banking</i>. Dalam perspektif islam, melakukan segala sesuatu hendaknya didasari atas manfaat yang hendak didapatkan sama halnya dengan penggunaan <i>M-banking</i>. Persamaan: Penelitian ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan persepsi (manfaat, kemudahan penggunaan dan resiko). Perbedaan: • Waktu penelitian • Lokasi penelitian • Variabel
--	---

		• Sampel penelitian
2.	Abi Fadlan ²	Judul: Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap penggunaan mobile banking (studi pada mahasiswa pengguna mobile banking universitas brawijaya). Hasil penelitian: Kemudahan dan kegunaan yang dirasakan oleh mahasiswa Universitas Brawijaya dalam penelitian ini yaitu penggunaan <i>mobile banking</i> yang praktis serta penggunaan <i>mobile banking</i> yang dapat menghemat waktu dapat mempengaruhi sikap mahasiswa Universitas Brawijaya dalam mengadopsi atau menggunakan <i>mobile banking</i>. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu oleh Malin Candra Puspita (2015) yang berjudul “Pengujian Technology Acceptance Model Terhadap Sikap Adopsi Internet Banking Di Universitas Lampung” yang menemukan bahwa persepsi kemudahan

²Abi Fadlan, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya)”, (Malang: Jurnal Administrasi Bisnis 62 (1), 2018), Hal.94.

		(PEOU) berpengaruh signifikan terhadap sikap adopsi internet banking (ATT) dan persepsi kegunaan (PU) berpengaruh signifikan terhadap sikap adopsi internet banking (ATT). Temuan dalam penelitian ini sejalan dengan Technology Acceptance Model yang dikemukakan oleh Davis (1989) yang menyatakan bahwa <i>Percieved Ease of Use</i> dan <i>Percieved Usefulness</i> sebagai bagian dari penentu utama perilaku, yang dalam penelitian ini disebutkan sebagai Penggunaan <i>Mobile Banking</i>. Persamaan: Penelitian ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan persepsi kemudahan. Perbedaan: • Waktu penelitian • Lokasi penelitian • Variabel • Objek • Sampel penelitian
--	--	--

3.	Ayu Safitri ³	Judul: Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, persepsi risiko dan kepercayaan terhadap keputusan nasabah menggunakan mobile banking BCA Syariah jabodetabek. Hasil penelitian: Hasil dari penelitian ini menunjukkan secara simultan terdapat pengaruh signifikan pada variabel persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, persepsi risiko, dan kepercayaan terhadap keputusan nasabah menggunakan mobile banking BCA Syariah Jabodetabek. Pada hasil uji F, nilai yang diperoleh yaitu sebesar 25,244 sedangkan nilai Ftabel sebesar 2,466 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) bahwa nilai R Square sebesar 0,515 atau 51,5% variabel keputusan nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> BCA Syariah dapat dijelaskan oleh keempat variabel bebas
----	--------------------------	---

³Ayu Safitri, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking BCA Syariah Jabodetabek”, (Jakarta: FEB UIN Syarif Hidayatullah), Hal.109.

		yaitu persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, persepsi risiko, dan kepercayaan sebesar 51,5%, sehingga variabel keputusan nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> BCA Syariah dipengaruhi oleh variabel persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, persepsi risiko, dan kepercayaan 51,5%. Sedangkan sisanya sebesar 48,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Dari hasil penemuan diatas, maka disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, persepsi risiko, dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> BCA Syariah Jabodetabek. Persamaan: Penelitian ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan persepsi (kemudahan, manfaat dan risiko). Perbedaan: • Waktu penelitian • Lokasi penelitian • Variabel • Sampel penelitian
--	--	---

4.	Septiana Adawiah ⁴	Judul: Pengaruh persepsi tentang kesesuaian dan resiko terhadap minat nasabah dalam menggunakan BSI mobile pada bank syariah indonesia kantor cabang tangerang bintaro. Hasil penelitian: Berdasarkan hasil uji F (simultan) di atas diketahui nilai signifikan untuk pengaruh X1 dan X2 secara bersama-sama terhadap Y adalah sebesar 0,000. Diketahui nilai F hitung sebesar 17,250 dan nilai Ftabel 3,09, sehingga nilai Fhitung (17,250) > Ftabel (3,09) dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05 maka, H0 ditolak dan H3 diterima. Maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Pengaruh Persepsi tentang Kesesuaian dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan BSI Mobile, berdasarkan koefisien determinasi (R²) Persepsi Kesesuaian, Risiko berpengaruh sebesar 26,2 % dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang lainnya.
----	-------------------------------	--

⁴Septiana Adawiah, “Pengaruh Persepsi Tentang Kesesuaian Dan Resiko Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan BSI Mobile Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Bintaro”. (Jakarta: FAIUMJ, 2022) Hal.117-118.

		Persamaan: Penelitian ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan persepsi (kesesuaian dan risiko). Perbedaan: • Waktu penelitian • Lokasi penelitian • Variabel • Sampel penelitian • Metode penelitian
5.	1) Mukhtisar 2) Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A 3) Evriyenn, SE.,M.Si⁵	Judul: Pengaruh efisiensi, keamanan dan kemudahan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan mobile banking (Studi pada nasabah bank syariah mandiri ulee Kareng banda aceh). Hasil Penelitian: Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, maka di peroleh nilai F hitung sebesar 59,781 dengan nilai signifikansinya sebesar 0,000. Karena nilai F hitung (59,781) lebih besar dari F tabel (2,70). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel efisiensi, keamanan, dan kemudahan memiliki pengaruh secara simultan

⁵Mukhtisar Mukhtisar, Ismail Rasyid Ridla Tarigan, and Evriyenni Evriyenni, 'Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh)', *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 3.1 (2021), p. 56,

		terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan mobile banking. hasil perhitungan uji R^2 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,651. Hal ini menunjukkan artinya 65,1% variabel independen (efisiensi, keamanan dan kemudahan) dapat mempengaruhi variabel dependen (minat nasabah bertransaksi menggunakan mobile banking), sedangkan sisanya yaitu sebesar 34.9% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan adanya efisiensi, keamanan, serta kemudahan yang diberikan oleh pihak bank, maka akan meningkatkan pula tingkat minat nasabah bertransaksi menggunakan mobile banking. Dengan adanya minat nasabah bertransaksi menggunakan mobile banking, maka nasabah akan semakin sering menggunakan produk-produk atau jasa yang ditawarkan oleh pihak bank mandiri syariah.
--	--	---

		Persamaan: Penelitian ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan persepsi kemudahan terhadap minat nasabah. Perbedaan: • Waktu penelitian • Lokasi penelitian • Variabel • Sampel penelitian
6.	RUKMA NINGRUM	Judul : Pengaruh manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan Terhadap minat nasabah Menggunakan mobile banking di Bank mega syariah Cabang palu. Hasil penelitian: 1. Jenis dan Metode Penelitian Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan sifat asosiatif. Sampel penelitian terdiri dari 62 responden yang diambil dengan teknik incidental sampling. Metode analisis data menggunakan uji regresi linier berganda, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis (uji t dan uji f). 2. Hasil Uji Parsial (Uji T) Hasil uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen (Manfaat, Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan) secara individual terhadap variabel dependen (Minat

		Nasabah) dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$: 1. Pengaruh Manfaat (X1) terhadap Minat Nasabah (Y): • Manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking. • Hal ini ditunjukkan dengan nilai T_{hitung} sebesar $1.378 < T_{\text{tabel}}$ sebesar 1.988 dan nilai signifikansi sebesar $0.174 > 0.05$. • Kesimpulan: Hipotesis H1 (Manfaat berpengaruh signifikan) ditolak. 2. Pengaruh Kepercayaan (X2) terhadap Minat Nasabah (Y): • Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking. • Hal ini ditunjukkan dengan nilai T_{hitung} sebesar $2.208 > T_{\text{tabel}}$ sebesar 1.988. • Kesimpulan: Hipotesis H2 (Kepercayaan berpengaruh signifikan) diterima. 3. Pengaruh Kemudahan Penggunaan (X3) terhadap Minat Nasabah (Y): • Kemudahan Penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking. • Hal ini ditunjukkan dengan nilai T_{hitung} sebesar $1.785 < T_{\text{tabel}}$ sebesar 1.988 dan nilai signifikansi sebesar $0.079 > 0.05$.
--	--	---

		• Kesimpulan: Hipotesis H3 (Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan) ditolak. 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan besarnya kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat: • Nilai R^2 yang diperoleh adalah sebesar 0.301. • Hal ini berarti bahwa variabel Minat Nasabah (Y) dapat dijelaskan oleh variabel Manfaat (X1), Kepercayaan (X2), dan Kemudahan Penggunaan (X3) sebesar 30.1%. Persamaan: • Menggunakan metode penelitian yang sama dan sama-sama menggunakan variabel manfaat dan kemudahan penggunaan. Perbedaan : • Waktu • Tempat • Variabel • Sampel penelitian
--	--	--

B. Kajian Teori

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemanfaatan, kemudahan penggunaan, risiko dan kesesuaian terhadap minat nasabah menggunakan *M-Banking* Kbstar.

1. Theory Of Planned Behavior (TPB)⁶

TPB merupakan teori yang banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku pemakaian dalam penggunaan teknologi informasi, salah satu kelebihan dari TPB adalah kemampuannya untuk menganalisis suatu situasi dimana individu-individu tidak mempunyai kontrol sendiri terhadap perilakunya (Jogiyanto, 2007). TPB dikembangkan oleh Ajzen pada tahun 1988 dan merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). TPB dapat digunakan untuk menjelaskan bahwa persepsi kepercayaan dan persepsi resiko mempengaruhi minat atau keinginan untuk menggunakan layanan teknologi, TPB merupakan teori yang menekankan pada rasionalitas dari tingkah laku individu juga pada keyakinan kepercayaan bahwa target perilaku tidak bergantung pada intensi seseorang, namun juga pada faktor lain yang tidak ada kontrol dari individu, misalkan tidak adanya sumber (dalam hal ini sumber merupakan teknologi) serta kesempatan untuk menampilkan perilaku tersebut.

2. Theory Financial Technology

Menurut *National Digital Research Centre* (NDRC), istilah *fintech* merupakan suatu inovasi menggunakan teknologi yang modern dalam bidang *finansial*. Pada hakikatnya, *fintech* merupakan layanan keuangan berbasis teknologi, dimana *fintech* sebagai suatu layanan yang inovatif dalam bidang jasa keuangan yang menggunakan sistem secara online merupakan salah satu produk *fintech* seperti pembayaran tagihan listrik, cicilan kendaraan, ataupun premi

⁶Mukhtisar, Tarigan, and Evriyenni, 'Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh)'.

asuransi yang dilakukan melalui *online*, baik pengiriman uang maupun pengecekan saldo dengan menggunakan *mobile banking* juga merupakan produk *fintech*⁷

3. Mobile Banking

a. Pengertian Mobile Banking

Mobile banking adalah salah satu jasa pelayanan perbankan yang disediakan oleh bank agar nasabah dapat bertransaksi setiap saat, tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan. *Mobile banking* merupakan salah satu layanan perbankan yang menggunakan teknologi maju, layanan ini berbasis teknologi seluler yang memberikan kemudahan dalam melakukan kegiatan transaksi perbankan.

Mobile Banking adalah layanan melalui saluran distribusi elektronik bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui SMS atau jaringan komunikasi lainnya dengan sarana telepon seluler atau komputer tablet. *Mobile Banking* merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank untuk melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau smartphone. Layanan *M-Banking* dapat digunakan melalui menu yang tersedia pada SIM Card atau melalui aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh nasabah.

b. Manfaat Mobile Banking

Keberadaan layanan *mobile banking* tentu saja dapat memberikan berbagai manfaat dan kemudahan bagi penggunaannya. Namun juga, nasabah dapat

⁷Raihanah Basalamah and others, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) Gopay Pada Generasi Milenial Di Kota Palu', *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4.1 (2022), pp. 57–71, doi:10.24239/jiebi.v4i1.93.57-71.

menggunakan layanan tersebut sesuai dengan kebutuhannya tanpa harus perlu repot datang ke bank. Nasabah dapat memanfaatkan layanan *mobile banking* dengan cara mengakses menu yang telah tersedia pada *SIM Card* atau aplikasi yang terinstal di ponsel.⁸

Fitur – fitur layanan *mobile banking* yang telah disediakan oleh pihak bank antara lain layanan informasi (saldo, mutasi rekening, tagihan kartu kredit, suku bunga, dan lokasi cabang/ ATM terdekat), dan layanan transaksi, seperti transfer, pembayaran tagihan (listrik, air, pajak, kartu kredit, asuransi. *Internet*, bpjs, zakat), pembelian (pulsa, tiket), dan berbagai fitur lainnya.

4. Persepsi Kemanfaatan

a. Pengertian Manfaat

Manfaat yaitu tingkat dimana seseorang berfikir bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Manfaat yang diyakini individu dapat diperoleh apabila menggunakan teknologi informasi.⁹ Persepsi terhadap manfaat adalah yang diyakini individu dapat diperolehnya apabila menggunakan teknologi informasi.

Beberapa indikator kemanfaatan penggunaan teknologi informasi yang meliputi yaitu sebagai berikut:

⁸David Kurniawan dan Hatane Samuel. *Analisis Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Mobile Banking Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model dan Theory Of Reasoned Action*. (Jurnal Manajemen Pemasaran, 2013) Vol. 1. No.1. 13.

⁹Davis, “Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology”, *Jurnal Management Information System (Online)* Vol. 13. No. 3, 1989. 320.

- 1) *Makes Job Easier* (menjadi lebih mudah), transaksi perbankan menjadi lebih mudah.
- 2) *Increase Productivity* (menambah produktifitas), dapat meningkatkan pengetahuan dan kinerja pengguna.
- 3) *Enhance effectiveness* (mempertinggi efektifitas), dapat mempercepat waktu pengguna dalam penelusuran.

Berdasarkan definisi tersebut dapat diartikan bahwa manfaat dari penggunaan mobile banking dapat meningkatkan kinerja bagi orang yang menggunakannya.

Allah Subhanahu Wa Ta'ala berfirman pada (QS. Al-Hadid 57: Ayat 25).

لَقَدْ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا بِالْبَيِّنَاتِ وَأَنزَلْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ وَالْمِيزَانَ لِيَقُومَ النَّاسُ بِالْقِسْطِ ۚ وَأَنزَلْنَا الْحَدِيدَ فِيهِ بَأْسٌ شَدِيدٌ وَمَنَافِعُ لِلنَّاسِ وَلِيَعْلَمَ اللَّهُ مَن يَنصُرُهُ وَرُسُلَهُ بِالْغَيْبِ ۚ إِنَّ اللَّهَ قَوِيٌّ عَزِيزٌ

Terjemahnya:

“Sungguh, Kami benar-benar telah mengutus rasul-rasul Kami dengan bukti-bukti yang nyata dan Kami menurunkan bersama mereka Kitab dan neraca (keadilan) agar manusia dapat berlaku adil. Kami menurunkan besi yang mempunyai kekuatan hebat dan berbagai manfaat bagi manusia agar Allah mengetahui siapa yang menolong (agama)-Nya dan rasul-rasul-Nya walaupun (Allah) tidak dilihatnya. Sesungguhnya Allah Maha Kuat lagi Maha Perkasa.”¹⁰

Dalam Tafsir al-Muntakhab yang ditulis oleh M. Quraish Shihab dalam tafsir AL- MISHBAH dikemukakan antara lain bahwa ayat ini menjelaskan bahwa besi mempunyai kekuatan yang dapat membahayakan dan dapat pula menguntungkan manusia. Bukti paling kuat tentang hal ini adalah bahwa

¹⁰Kementerian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2020), Q.S. Al-Hadid: 25.

lempengan besi, dengan berbagai macamnya, secara bertingkat-tingkat mempunyai keistimewaan dalam bertahan menghadapi panas, tarikan, kekaratan, dan kerusakan, di samping juga lentur hingga dapat menampung daya magnet. Karenanya, besi adalah logam paling cocok untuk bahan senjata dan peralatan perang, bahkan merupakan bahan baku berbagai macam industri berat dan ringan yang dapat menunjang kemajuan peradaban. Selain itu, besi juga mempunyai banyak kegunaan lain untuk makhluk hidup. Komponen besi, misalnya, masuk dalam proses pembentukan klorofil yang merupakan zat penghijau tumbuh-tumbuhan (terutama daun) yang terpenting dalam fotosintesis (proses pemanfaatan energi cahaya matahari) yang membuat tumbuh-tumbuhan dapat bernafas dan menghasilkan protoplasma (zat hidup dalam sel). Dari situlah zat besi kemudian masuk ke dalam tubuh manusia dan hewan.¹¹

b. Indikator Persepsi Manfaat Mobile Banking

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai suatu tingkatan dimana seorang individu mempercayai bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan dapat membantu meningkatkan kinerja dan prestasi kerja individu tersebut.

¹¹Shihab, M. Quraish. *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*. Cet.1 (Jakarta: Lentera Hati, Sya'ban 1424 H/Oktober 2003). Diterbitkan atas kerja sama dengan Perpustakaan Umum Islam Iman Jama', h.48.

Venkatesh dan Davis membagi dimensi Persepsi Kebermafaatan menjadi berikut:

- 1) Penggunaan sistem mampu meningkatkan kinerja individu (*improves job performance*).
- 2) Penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktifitas individu (*increases productivity*).
- 3) Penggunaan sistem mampu meningkatkan efektifitas kinerja individu (*enhances effectiveness*).
- 4) Penggunaan sistem bermanfaat bagi individu (*the system is useful*).¹²

Berdasarkan dimensi tersebut berikut ini beberapa indikator kemanfaatan penggunaan teknologi informasi yang meliputi yaitu sebagai berikut:

- 1) *Makes job easier* (menjadi lebih mudah), transaksi perbankan menjadi lebih mudah.
- 2) *Increase productivity* (menambah produktifitas), dapat meningkatkan pengetahuan dan kinerja pengguna.
- 3) *Enhance effectiveness* (mempertinggi efektifitas), dapat mempercepat waktu pengguna dalam penelusuran.

¹²Andri Daisy Rahmad, "Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepercayaan Dan Penggunaan Sms Banking" *Jurnal Administrasi Bisnis* (JAB), Vol. 43 No.1 (2017), h. 38.

5. Persepsi Kemudahan Penggunaan

a. Pengertian Kemudahan Penggunaan

Kemudahan Penggunaan merupakan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras bagi penggunanya. Ada beberapa indikator kemudahan penggunaan teknologi informasi antara lain yaitu teknologi informasi sangat mudah dipelajari, teknologi informasi mengerjakan dengan mudah apa yang inginkan penggunanya, keterampilan pengguna akan bertambah ketika menggunakan teknologi informasi, dan teknologi informasi sangat mudah dioperasikan.¹³

Kemudahan penggunaan merupakan salah satu prinsip penting dalam Islam. Kemudahan merupakan anugerah dari Allah SWT, diberikan agar manusia tetap bersemangat dan tekun dalam menjalankan ajaran agama, terutama dalam keadaan sulit. Kemudahan- kemudahan yang diberikan Islam adalah kemudahan yang paling sempurna. Betapa bahagianya menjadi seorang muslim karena segala sesuatunya adalah kebaikan. Agama Islam selalu memberikan keringanan bagi setiap muslim Allah SWT berfirman dalam Q.S Al- Baqarah [2]: 185:

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ عَلَىٰ مَا هَدَاكُمْ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Terjemahnya:

Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. Hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan mengagungkan Allah

¹³Davis, "Preived Usefulness, Perceived Ease OF Use, And User Acceptance Of Information Tecnology", Jurnal Management Information System (Online) Vol. 13. No. 3. 1989. 318.

atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, agar kamu bersyukur.¹⁴

Allah Swt. Menghendaki keringanan dan kemudahan bagi kalian dalam ajaran ajaran syariat Nya, dan tidak menghendaki kesulitan keberatan dari kalian. Agar kalian menyempurnakan hitungan puasa selama sebulan penuh, dan agar kalian menutup ibadah puasa dengan bertakbir mengagungkan Allah pada hari raya Idul Fitri, serta supaya kalian mengagungkan Nya atas hidayah Nya kepada kalian, dan agar kalian mensyukuri atas kenikmatan Nya yang tercurah pada kalian berupa hidayah taufik dan kemudahan.¹⁵

Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai penilaian seseorang mengenai suatu teknologi bahwa tidak perlu kemampuan yang tinggi untuk menggunakannya. Menurut Davis, persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai tingkat ekspektasi pengguna terhadap usaha yang harus dikeluarkan untuk menggunakan sebuah sistem. Adapun indikator-indikator dari persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) menurut Davis adalah sebagai berikut: mudah dipelajari (*easy to learn*), dapat dikontrol (*controllable*), jelas dan dapat dipahami (*clear and understandable*), fleksibel (*flexible*), mudah untuk menjadi terampil/mahir (*easy to become skillful*) dan mudah digunakan (*easy to use*). Ketika seseorang semakin meyakini bahwa teknologi dapat digunakan dengan mudah atau dengan usaha yang minim, maka minat orang tersebut untuk menggunakan teknologi juga akan semakin

¹⁴Kementerian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2020), Q.S. Al-Baqarah/2: 185.

¹⁵Salim Bahreisy & Said Bahreisy, *Terjemah Singkat Tafsir Ibnu Katsier* (Tafsir al-Qur'an al-'Azim) Cet.1 (Surabaya: PT Bina Ilmu, 1988), 34.

meningkat. Selain minat penggunaan, persepsi orang tersebut mengenai kebermanfaatan teknologi juga akan menjadi semakin baik.¹⁶

Pengertian kemudahan penggunaan *m-banking* didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan *m-banking* merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras dari bagi penggunanya. Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan *m-banking* dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan pemakai.

b. Indikator Persepsi Kemudahan Penggunaan Mobile Banking

Venkatesh dan Davis membagi dimensi Persepsi Kemudahan Penggunaan menjadi berikut:

- 1) Mudah dipelajari
- 2) Jelas
- 3) Mudah dimengerti
- 4) Fleksibel
- 5) Mudah dikontrol.¹⁷

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan empat dimensi diatas sebagai landasan pertanyaan yang akan dicantumkan dalam kuesioner penelitian.

¹⁶Sitinjak, Mm, T. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. Jurnal Manajemen, Vol. 8 No. 2 (2019): Mei.

¹⁷Taan, H. Kemudahan penggunaan dan harga terhadap minat beli online konsumen. E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi, 8(1), (2021). 90.

6. Persepsi Risiko

a. Pengertian Risiko

Menurut Bank Indonesia, risiko adalah potensi kerugian akibat terjadinya suatu peristiwa (*events*) tertentu. Risiko juga dapat dianggap sebagai kendala/penghambat pencapaian suatu tujuan, dengan kata lain risiko adalah kemungkinan yang berpotensi memberikan dampak negatif kepada sasaran yang ingin dicapai.¹⁸ Menurut Herman Darmawani risiko dapat didefinisikan sebagai bentuk keadaan yang akan terjadi nantinya (*future*) dengan keputusan yang diambil berdasarkan berbagai pertimbangan saat ini. Risiko selalu dijadikan barometer utama untuk dianalisis jika keputusan dilakukan.¹⁹

Berdasarkan pengertian yang ada diatas dapat kita simpulkan risiko merupakan persepsi-persepsi nasabah tentang ketidakpastian atau konsekuensi-konsekuensi yang tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan. Manfaat *negative* yang kadang dirasakan oleh nasabah disebut juga sebagai risiko yang akan didapat oleh nasabah akibat menggunakan atau tidak menggunakan suatu produk. Nasabah seringkali merasakan manfaat tersebut, inilah yang disebut sebagai persepsi risiko. Persepsi risiko terdiri atas risiko fungsi, risiko keuangan, risiko fisik, risiko psikologis, risiko sosial, risiko waktu dan risiko kehilangan kesempatan. Pengetahuan tentang manfaat apa yang diketahui atau yang dicari oleh *konsumen* (nasabah) dari suatu produk memberikan implikasi penting bagi strategi

¹⁸Ikatan Bankir Indonesia, *Manajemen Risiko 1* (Gramedia Pustaka: 2015), h. 6.

¹⁹Herman Darmawi, *Manajemen Risiko*, cet.13 (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), h.17.

pemasaran.²⁰

Allah Subhanahu Wa Ta'ala berfirman (QS. Luqman 31: Ayat 34):

إِنَّ اللَّهَ عِنْدَهُ عِلْمُ السَّاعَةِ وَيُنَزِّلُ الْغَيْثَ وَيَعْلَمُ مَا فِي الْأَرْحَامِ ۖ وَمَا تَدْرِي نَفْسٌ مَّاذَا تَكْسِبُ غَدًا
وَمَا تَدْرِي نَفْسٌ بِأَيِّ أَرْضٍ تَمُوتُ ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ۝

Terjemahnya:

"Sesungguhnya hanya di sisi Allahlah ilmu tentang hari Kiamat; Dia yang menurunkan hujan, dan mengetahui apa yang ada dalam rahim. Tidak ada seorang pun yang dapat mengetahui (dengan pasti) apa yang akan dia kerjakan besok. Tidak ada pula seorang pun yang dapat mengetahui di bumi mana dia akan mati. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Mahateliti."²¹

Abdullah Yusuf Ali mentafsirkan bahwa ayat ini menjelaskan persoalannya mengenai waktu dan Ilmu. Dalam kehidupan biasa seharusnya banyak yang akan kita ketahui. Tetapi dalam kenyataan apa yang kita ketahui sebenarnya? Hanya permukaannya saja yang sudah kita kuasai. Dan lebih-lebih lagi mengenai waktu, tak ada kepastiannya. Soal hujan yang menyebabkan tanaman tumbuh, atau dalam kasus makhluk hewani yang baru lahir, dapatkah kita menjawab persis soal-soal mengenai kapan, bagaimana dan di mana? Begitu juga mengenai persoalan hidup kita sehari-hari atau tentang kematian kita. Ada sekian banyak lagi rahasia yang besar-besar, ilmunya hanya ada pada Allah sepenuhnya. Berapa banyak pula kasus mengenai ma'ad, Hari Akhirat, kapan semua nilai dan neraca yang sebenarnya akan diperoleh? Itu memang pasti, tapi kapan dan bagaimana, hanya Allah yang tahu.²²

²⁰Fimansyah M. Anang, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Cv Budi Utama, 2018), h.67.

²¹Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), Q.S. Luqman: 34.

²²Ali, Abdullah Yusuf. *The Holy Qur'an: Text, Translation and Commentary*. Diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia oleh Ali Audah. Cet.1 (Jakarta: Pustaka Firdaus, Mei 1994), h.1062.

Ayat ini menekankan bahwa hanya Allah yang mengetahui masa depan, sehingga manusia perlu berhati-hati dan bijaksana dalam menghadapi risiko.

b. Risiko M-Banking

M-Banking diciptakan agar nasabah dapat lebih mudah melakukan transaksi perbankan. Tetapi nasabah tetap harus berhati-hati karena produk *M-Banking* ini rentan akan risiko. Disamping adanya kemungkinan risiko yang disebabkan oleh pihak Bank maupun kelalaian nasabah, ada beberapa risiko yang juga sering muncul pada nasabah pengguna mobile banking, yaitu *cyber crime*. *Cyber crime* merupakan segala tindakan yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung melalui komputer dan jaringan komputer (*internet*) yang melanggar etika, hukum dan wewenang, terkait dengan pemrosesan data dan pengiriman data.²³

c. Indikator Persepsi Risiko Mobile Banking

Persepsi risiko adalah apa yang didapat atas ketidak pastian suatu penggunaan suatu produk. Indikator untuk mengetahui risiko adalah:

- 1) Kemungkinan terdapat risiko pencurian,
- 2) Membutuhkan biaya yang besar,
- 3) Kemungkinan terdapat risiko penipuan.²⁴

²³Putu Agus Eka Pratama, *Komputer dan Masyarakat*, cet.1 (Bandung: Informatika, 2012), h. 334.

²⁴Pringgadini, S. A., & Basiya, R. *Pengaruh Kepercayaan, Perceived Security, Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan E-Payment Pospay (Studi Kasus Pengguna Pospay Kantor Pos Pati)*. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), (2022).

7. Persepsi Kesesuaian

a. Pengertian Kesesuaian

Kesesuaian menurut Schierz pada penelitiannya mengatakan kesesuaian menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi sikap penggunaan teknologi informasi. Sikap penggunaan teknologi yang didasari oleh kesesuaian maka nasabah akan menggunakan layanan tersebut sehingga berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan layanan *Mobile Banking*.²⁵

Kesesuaian (*compatibility*) adalah taraf kesesuaian suatu perbaruan dengan nilai-nilai, pengalaman masa lampau, dan kebutuhan pengadopsi dengan cepat oleh yang bersangkutan. Sedangkan menurut Roger dalam Ibrahim M.Al-Jabri dan M.Sadiq Sohail, kesesuaian merupakan inovasi yang tidak sesuai dengan nilai atau norma yang diyakini oleh penerima tidak akan diterima secepat inovasi yang sesuai dengan norma.²⁶

Berdasarkan beberapa penjelasan yang ada diatas, dapat disimpulkan bahwa Kesesuaian merupakan kecocokan akan taraf kesesuaian inovasi suatu produk terhadap pembaharuan ide-ide atau nilai-nilai dengan pendekatan yang menyesuaikan dari kehidupan di masa lalu dan kebutuhan masa saat ini, yang mana saat ini salah satu faktor pengguna teknologi informasi khususnya *mobile banking* sangat efektif digunakan di era Digitalisasi.

²⁵Schierz, *Affecting Factor Of Use, And Risk Perceptions Attitude Toward Of Mobile Banking*, cet.1 (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2010), H. 328-341.

²⁶Al-Jabri, Ibrahim. M And Sohail, Sadiq. M, *Mobile Banking Adoption : Application Of Diffusion Of Innovation Theory. Business And Management Research*. 07 (Jan). Vol 13. No.4. H. 381.

Allah Subhanahu Wa Ta'ala berfirman (QS. Ar-Rum 30: Ayat 54).:

اللَّهُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ ضَعْفٍ ثُمَّ جَعَلَ مِنْ بَعْدِ ضَعْفٍ قُوَّةً ثُمَّ جَعَلَ مِنْ بَعْدِ قُوَّةٍ ضَعْفًا وَشَيْبَةً ۖ يَخْلُقُ مَا يَشَاءُ
وَهُوَ الْعَلِيمُ الْقَدِيرُ ۝

Terjemahnya:

"Allah-lah yang menciptakan kamu dari keadaan lemah, kemudian dia menjadikan (kamu) setelah keadaan lemah itu menjadi kuat, kemudian dia menjadikan (kamu) setelah kuat itu lemah (kembali) dan beruban. Dia menciptakan apa yang dia kehendaki. Dan dia maha mengetahui, mahakuasa."²⁷

Ayat ini ditujukan kepada orang-orang musyrik yang me-ngingkari adanya hari berbangkit, dengan mengatakan "Kamu hai orang-orang musyrik diciptakan dalam keadaan lemah; kamu berasal dari air mani, kemudian menetap dalam rahim ibumu, kemudian lahir ke dunia. Pada saat-saat yang demikian kamu dalam keadaan lemah, ti-dak berdaya, dan memerlukan bantuan dan pertolongan orang lain, terutama ibu dan bapakmu sendiri. Dia menjadikan bagi kamu telinga untuk didengar, mata untuk melihat, hati untuk merasa kan sesuatu dan sebagainya, sehingga kamu menjadi dewasa dan kuat. Dalam keadaan dirimu merasa kuat dan berkuasa kamu perserikatkan Dia dengan sesuatu yang lain, sampai pada waktu yang ditentukan. Kemudian kamu menjadi lemah kembali, setelah mencapai umur lanjut dalam ke-adaan tua bangka, tidak berdaya: "Jika kamu mau memperhatikan yang demikian itu, yaitu pada permulaannya kamu lemah, kemudian menjadi kuat, kemudian menjadi lemah kembali, tentulah kamu akan sampai kepada kesimpulan

²⁷Kementerian Agama R.I., Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Jakarta: Kemenag R.I., 2019), h. 306, Q.S. Ar-Rum/30: 54.

bahwa Dia yang kuasa dan menentukan proses kejadianmu itu, kuasa pula membangkitkan kamu kembali pada hari kiamat. Dialah yang menciptakan segala sesuatu menurut yang dikehendaki-Nya, Dialah yang berkuasa mengatur dan mengurus hamba- hamba-Nya dan Dia pulalah yang berkuasa mematikan, menghidup-kan dan menentukan segala sesuatu.²⁸

Tafsir Al-Muyassar Allah menjelaskan siklus hidup manusia: lemah → kuat → lemah lagi dan tua. Ini menunjukkan bahwa kekuatan manusia sementara dan karena Dia Maha Tahu dan Maha Kuasa.

b. Indikator Persepsi Kesesuaian Mobile Banking

1) Kebutuhan transaksi.

Kebutuhan Transaksi adalah kebutuhan dasar atau esensial yang memicu seseorang melakukan transaksi, misalnya membeli barang pokok atau membayar tagihan. Kebutuhan ini bersifat fungsional dan mendasar.

2) Gaya hidup.

Gaya Hidup mencerminkan corak unik aktivitas, kebiasaan, dan preferensi konsumen yang dipengaruhi oleh budaya, kepribadian, dan lingkungan. Gaya hidup memengaruhi pola konsumsi dan cara seseorang bertransaksi, seperti generasi milenial yang cenderung menggunakan e-wallet sebagai bagian dari gaya hidup digital mereka.

3) Kesesuaian dengan keinginan bertransaksi.

Keinginan Bertransaksi muncul dari kesesuaian antara kebutuhan dan gaya

²⁸Departemen Agama RI. Al-Qur'an dan Tafsirnya, Jilid VII: Juz 19–20–21. Jakarta: Proyek Pengadaan Kitab Suci Al-Qur'an, Pelita VI Tahun ke-3, 1996/1997. Diterjemahkan oleh Yayasan Penyelenggara Penterjemah Al-Qur'an. Dicitak oleh CV Ferlia Citra Utama, h.635.

hidup. Jika gaya hidup seseorang mengedepankan kemudahan dan efisiensi, maka keinginan bertransaksinya akan lebih condong pada metode pembayaran yang praktis seperti transaksi cashless atau digital.²⁹

Indikator diatas adalah landasan peneliti mengapa mengambil persepsi kesesuaian sebagai salah satu variabel penelitian ini.

8. Minat

a. Pengertian Minat

Minat merupakan dorongan, motivasi rangsangan internal yang kuat yang memotivasi tindakan, dimana dorongan ini dipengaruhi oleh stimulus dan perasaan positif akan produk atau jasa. Selain factor internal, minat berkunjung seseorang juga dipengaruhi oleh factor eksternal, pengaruh eksternal ini terdiri dari factor social, usaha pemasaran yang dilakukan perusahaan, dan factor social budaya.³⁰

Terdapat beberapa indikator tentang minat yaitu sebagai berikut :

- 1) Minat *transaksional*, yaitu kecenderungan untuk membeli atau menggunakan suatu produk.
- 2) Minat *refensial*, yaitu kecenderungan seseorang untuk merefrensikan produk kepada orang lain.
- 3) Minat *eksploratif*, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang

²⁹Giga Bawa Laksana, Endang Siti Astuti, and Rizki Yudhi Dewantara, 'Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang , Jawa Tengah)', Jurnal Administrasi Bisnis, 26.2 (2015), pp. 1–8.

³⁰Andri Yandi, M. Ridho Mahaputra, and M. Rizky Mahaputra, 'Faktor-Faktor Yang Mempengarui Minat Kunjungan Wisatawan (Literature Review)', Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta, 1.1 (2023), pp. 14–27, doi:10.38035/jkmt.v1i1.8.

mencari informasi mengenai suatu produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.³¹

Minat Seseorang terhadap suatu objek akan lebih kelihatan apabila objek tersebut sesuai sasaran dan berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan seseorang yang bersangkutan. Dalam kamus umum bahasa Indonesia, minat diartikan sebagai sebuah kesukaan (kecenderungan hati) kepada suatu perhatian atau keinginan.³²

Minat berkaitan dengan perasaan suka atau senang dari seseorang terhadap sesuatu objek. Hal ini seperti dikemukakan oleh Slameto minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh.³³ Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat.

Minat sebagai aspek kejiwaannya bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Sedangkan nasabah merupakan konsumen-konsumen sebagai penyedia dana dalam proses transaksi barang ataupun jasa.

Menurut Komarudin Minat Nasabah adalah suatu rasa lebih suka dan rasa

³¹Esthi Dwityanti, "*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Layanan Internet Banking Mandiri*" (Tesis, Universitas Diponegoro, Semarang, 2008), 20.

³²Kamus Pusat Pembinaan Dan Pengembangan Bahasa. Kamus Besar Bahasa Indonesia. (Jakarta, 2011).

³³Slameto, *Belajar dan Faktor-faktor yang mempengaruhinya*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010), 180.

ketertarikan pada suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen. Ada beberapa tahap dalam proses pengambilan keputusan yang umumnya dilakukan oleh seseorang yaitu pengenalan kebutuhan dan proses informasi konsumen.³⁴

b. Faktor Yang Mempengaruhi Timbulnya Minat

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat, yaitu:

- 1) Perbedaan pekerjaan artinya dengan adanya perbedaan pekerjaan seseorang dapat memperkirakan minat terhadap tingkat pekerjaan yang ingin dicapainya, aktivitas yang dilakukan, penggunaan waktu senggangnya, dan lain-lain.
- 2) Perbedaan sosial ekonomi artinya seseorang mempunyai sosial ekonomi tinggi akan lebih mudah mencapai apa yang diinginkannya dari pada yang mempunyai sosial ekonomi rendah.
- 3) Perbedaan hobi atau kegemaran artinya bagaimana seseorang menggunakan waktu senggangnya.
- 4) Perbedaan jenis kelamin artinya minat wanita dengan pria akan berbeda, misalnya pada pola berbelanja.
- 5) Perbedaan usia, artinya setiap usia memiliki minat yang berbeda terhadap suatu barang atau aktivitas lainnya.³⁵

³⁴Komarudin, Kamus Perbankan, cet. 1 (Jakarta: Grafindo, 1994), 94

³⁵Malayu Hasibuan, *Dasar-dasar Perbankan*, cet.VII (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 205.

c. Minat Dalam Konsep Keinginan

Minat sebagai aspek kejiwaan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktivitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Minat juga dapat diartikan sebagai keinginan. Sedangkan nasabah merupakan konsumen-konsumen sebagai penyedia dana dalam proses transaksi barang ataupun jasa.

Dengan demikian, pengertian minat atau keinginan adalah hasrat akan pemuas kebutuhan yang spesifik, tetapi mempengaruhi keinginan manusia. Dalam kamus bahasa Indonesia, minat artinya sebagai keinginan yang kuat dan kecenderungan hati yang sangat tinggi terhadap sesuatu.

Menurut Bimo Walgito menyatakan bahwa minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai dengan keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membutuhkan lebih lanjut.³⁶ Minat merupakan keinginan individu untuk melakukan perilaku tertentu sebelum perilaku tersebut dilaksanakan. Adanya minat untuk melakukan suatu tindakan akan menentukan apakah kegiatan tersebut akhirnya akan dilakukan.

Kegiatan yang dilakukan inilah yang disebut dengan perilaku. Dengan demikian perilaku merupakan “niat atau minat” yang sudah direalisasikan dalam bentuk tingkah laku yang tampak. Dalam teori tindakan beralasan diuraikan bahwa kehendak atau minat dipengaruhi oleh sikap dan norma yang dihubungkan.

³⁶Ramayulis, *Metodologi Pengajaran Agama Islam*, cet. 3 (Jakarta: Kalam Mulis, 2001), 84.

d. Cara Pembentukan Minat Nasabah

Minat pada dasarnya dapat dibentuk dalam hubungannya dengan objek. Yang paling berperan dalam pembentukan minat selanjutnya dapat berasal dari orang lain, meskipun minat dapat dari dalam dirinya sendiri. Adapun pembentukan minat dapat dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut:

- 1) Memberikan informasi yang seluas-luasnya, baik keuntungan maupun kerugian yang ditimbulkan oleh objek yang dimaksud.
- 2) Memberikan rangsangan dengan cara memberikan hadiah berupa barang atau sanjungan yang dilakukan individu berkaitan dengan objek.
- 3) Mendekatkan individu terhadap objek, dengan cara membawa individu kepada objek atau sebaliknya.
- 4) Belajar dari pengalaman.³⁷

e. Indikator Minat Menggunakan Mobile Banking

Minat menggunakan layanan *Mobile banking* dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut :

- 1) Keinginan untuk menggunakan
Seseorang yang memiliki keinginan terhadap sesuatu kegiatan tentunya ia akan melakukan atas keinginan dirinya sendiri. keinginan merupakan indikator minat yang datang dari dorongan diri, apabila yang dituju sesuatu yang nyata.

³⁷Wahyu Agus Winarno, *Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi (Analysis Behavioral Intention To Use Of Mobile Banking Technology Acceptance Model (TAM) Approach Modified)*, e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, 2017, Volume IV (1): 24-29.

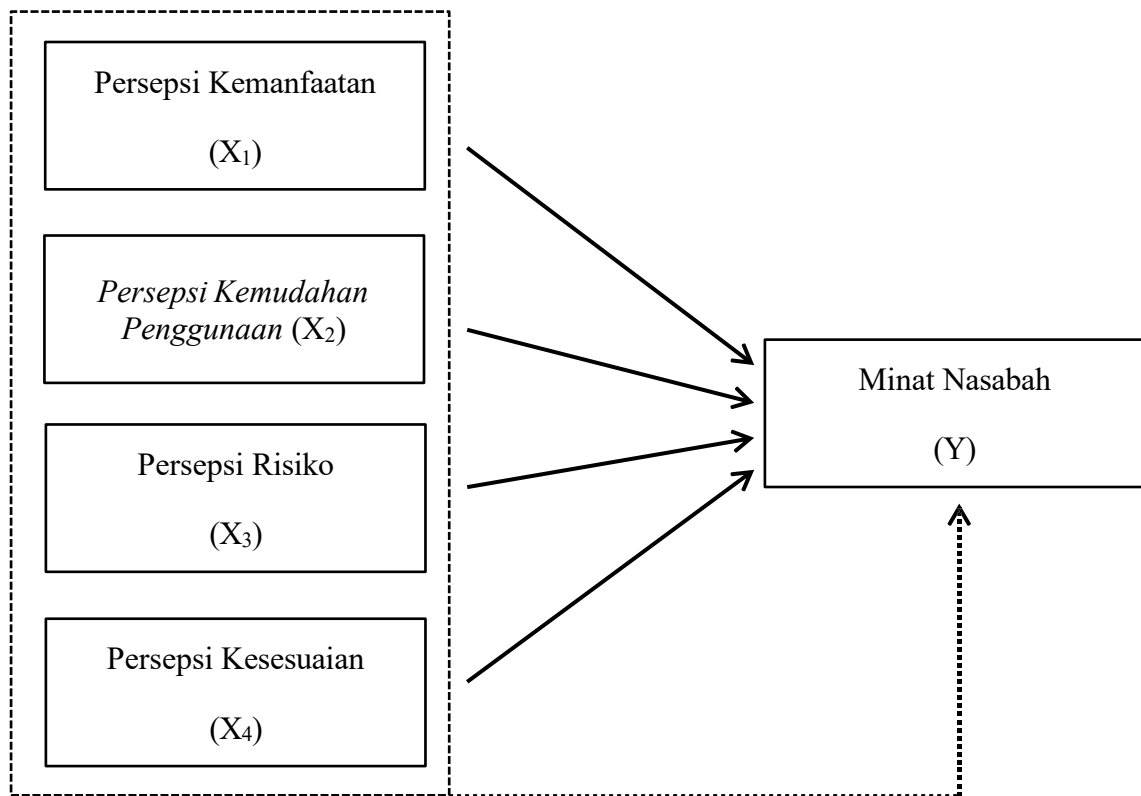
2) Kepuasan

kecendrungan ketertarikan pada sesuatu yang relatif tetap untuk lebih memperhatikan dan mengingat secara terus menerus yang diikuti rasa senang untuk mendapatkan sebuah kepuasan dalam mencapai kepuasan penggunaan teknologi. Keputusan untuk menggunakan secara berkelanjutan.

Apabila dalam menggunakan teknologi baru tersebut, pengguna merasa puas, maka pengguna tidak akan ragu untuk menggunakan teknologi tersebut secara berkelanjutan seseorang merasa perlu menggunakan teknologi tersebut karena merasa perlu dalam aktivitas sehari-hari.

C. Kerangka Berpikir

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir



Keterangan:

- : Pengaruh secara parsial
 -----→ : Pengaruh secara simultan

D. Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan atau tuduhan bahwa sementara masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah / belum tentu benar sehingga harus diuji secara empiris (Erwan Agus Purwanto & Dyath Ratih Sulistiyastuti, 2018). Hipotesis adalah pertanyaan yang melatar belakangi seseorang melakukan penelitian. Dalam melaksanakan penelitian diperlukan hipotesis yang benar peneliti dapat menentukan teknik dalam menguji hipotesis yang ada.³⁸ Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan teori yang relevan, belum berdasarkan pada fakta-fakta yang diperoleh melalui pengumpulan data.³⁹

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

H₁: Terdapat Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *M-Banking* KBstar.

H₂: Terdapat Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *M-Banking* KBstar.

H₃: Terdapat Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *M-Banking* KBstar.

H₄: Terdapat Pengaruh Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *M-Banking* KBstar.

³⁸Kristia Yuliana, 'Pelatihan SmartPLS 3.0 Untuk Pengujian Hipotesis Penelitian Kuantitatif', *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5.1 (2021), pp. 43–50.

³⁹Jonathan Sarwono, *Analisis Data Penelitian Menggunakan Spss 13* (Cet.1; Yogyakarta: Cv Andi Offset, 2006), 65.

H5: Terdapat Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *M-Banking* Kbstar.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah salah satu macam penelitian yang sistematis, terorganisir, serta terperinci secara jelas dari permulaan sampai pada penyusunan desain penelitian. Penelitian kuantitatif dilakukan dengan mengumpulkan data yang berupa angka, atau data berupa katakata atau kalimat yang dikonversi menjadi data yang berbentuk angka. Data yang berupa angka tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah dibalik angka-angka tersebut.¹ Penelitian ini merupakan jenis penelitian dengan metode *survey*. Dimana metode ini peneliti mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuisioner untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data. Kegunaan dari pendekatan penelitian kuantitatif yaitu untuk menganalisa pengaruh persepsi kemanfaatan, kemudahan penggunaan, risiko dan kesesuaian terhadap minat nasabah menggunakan *M-Banking* KBstar.

B. Populasi Dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah kawasan generalisasi yang terdiri dari atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan yang mewakili sudut pandang

¹Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Edisi revisi 2, (Cet. V ; Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada, 2016), 20.

peneliti.² Maka dari itu, penulis menyimpulkan dari definisi yang ada, bahwa populasi yang terdapat pada penelitian ini adalah Nasabah yang menggunakan *M-Banking* Kbstar.

Tabel 3.1

Penjabaran Populasi

No	Nasabah	Jumlah
1	Umur 50 Tahun ke atas	500
2	Umur 50 Tahun ke bawah	500
Jumlah Keseluruhan		1000

Sumber : KB Bank Cabang Palu

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik pengambilan sampel adalah *Probability Sampling* dengan cara *Simple Random Sampling*, Pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.³ Untuk menentukan besarnya sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%.⁴

²Abdullah, A., & Muttaqin, R. Pengaruh Kompensasi Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Sales Pada Pt Pln Iconplus Kota Bandung). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 10, 6, (2024). 3170-3185.

³Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2017) 62-63.

⁴Nurilmi, I., Sudrajat, S., & Nurahman, I. S. Tingkat Kepuasan Petani Padi Terhadap Kinerja Penyuluh Pertanian Lapangan Di Desa Talagasari Kecamatan Kawali Kabupaten Ciamis. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 10(1), (2023) 192-193

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

Keterangan :

n = Jumlah Sampel N = Jumlah Populasi

e = Batas Toleransi Kesalahan

Diketahui N = 1.000

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

$$n = \frac{1000}{1 + 1000 (0,01)} = \frac{1000}{1 + 10} = \frac{1000}{11} = 90,90 = 91$$

Berdasarkan hasil dari rumus tersebut maka diperoleh sampel untuk penelitian ini sebanyak 91 nasabah yang menggunakan *M-Banking* KBstar.

C. Variabel Penelitian

Berdasarkan kedudukannya dalam hubungan antara variabel penelitian, dikenal dua jenis variabel utama yaitu variabel tidak bebas dan variabel bebas.

1. Variabel Bebas

Variabel bebas merupakan variabel yang memengaruhi variabel lain (*Independent Variable*). Adapun variabel bebas dalam penelitian ini yaitu: Kemanfaatan (X₁), Kemudahan Penggunaan (X₂), Risiko (X₃), Dan Kesesuaian (X₄).

2. Variabel Tidak Bebas

Variabel tidak bebas merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (*Dependent Variabel*). Variabel tidak bebas merupakan variabel atau masalah pokok dalam suatu penelitian. Dalam hal ini, penelitian yang akan dilakukan

bertujuan untuk mempelajari atau menyelidiki pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas, untuk memperbaiki variabel tidak bebas dapat dilakukan dengan memperbaiki variabel-variabel bebas yang telah teruji mempunyai pengaruh terhadap variabel tidak bebas.⁵ Adapun variabel tidak bebas dalam penelitian ini yaitu: Minat Nasabah Menggunakan M-Banking (Y).

D. Definisi Operasional

Definisi operasional yaitu dapat digunakan untuk mendefinisikan batasan-batasan, yang menjadi pedoman untuk melakukan penelitian atau kegiatan penelitian.⁶ Adapun definisi operasional dari variabel-variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2

Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1.	Persersi Kemanfaatan (X ₁)	Definisi operasional variabel persepsi kemanfaatan yaitu keyakinan seseorang bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja atau efektivitas dalam	Andri Daisy Rahmad: Meningkatkan Kinerja Kerja, Meningkatkan Produktifitas, Meningkatkan Efektifitas, Bermanfaat. ⁸

⁵Djaali, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Cet. I, Jakarta: Bumi Aksara, 2020), h. 28.

⁶Arkaan Zamiir Tagsya Farid, I. Made Bayu Pramana, and Amoga Lelo Octaviano. "Operasional Photobooth Di Anitaphoto Bali. " *Retina Jurnal Fotografi* 3.1 (2023): 97-105

⁸Andri Daisy Rahmad, "Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepercayaan Dan Penggunaan Sms Banking" *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 43 No.1 (2017), h. 38.

		pekerjaannya. ⁷	
2.	Persepsi Kemudahan Penggunaan (X ₂)	Definisi operasional variabel persepsi kemudahan penggunaan yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerja. Hal tersebut juga menunjukkan intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem. ⁹	Hapsawati Taan: Mudah dipelajari Jelas Mudah dimengerti Fleksibel Mudah dikontrol. ¹⁰

⁷Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan e-wallet pada mahasiswa STIE Bank BPD Jateng. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 2(2), (2020). 162

⁹Taan, H. Kemudahan penggunaan dan harga terhadap minat beli online konsumen. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), (2021). 90

¹⁰Mardikaningsih, R., & Darmawan, D. Peranan Sistem Informasi Persediaan terhadap Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kegunaan Yang Dirasakan, dan Kepuasan Pengunjung Toko Buku. *Realible Accounting Journal*, 1(1), (2021). 48

3.	Persepsi Risiko (X ₃)	Definisi operasional variabel persepsi risiko yaitu persepsi-persepsi nasabah tentang ketidakpastian atau konsekuensi-konsekuensi yang tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan. ¹¹	Silvia Astri Pringgadini dan Robertus Basiya: Kemungkinan terdapat risiko pencurian, Membutuhkan biaya yang besar Kemungkinan terdapat risiko penipuan. ¹²
4.	Persepsi Kesesuaian (X ₄)	Definisi operasional persepsi kesesuaian merupakan kecocokan dan konsistensi suatu inovasi produk akan ide- ide, nilai, kepercayaan, pengalaman masa lalu dan kebutuhan saat ini. ¹³	Giga Bawa Laksana, dkk: Kebutuhan transaksi Gaya hidup Kesesuaian dengan keinginan bertransaksi ¹⁴

¹¹Fimansyah M. Anang, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Cv Budi Utama, 2018), 67.

¹²Pringgadini, S. A., & Basiya, R. Pengaruh Kepercayaan, Perceived Security, Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan E-Payment Pospay (Studi Kasus Pengguna Pospay Kantor Pos Pati). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), (2022). 583

¹³Laksana, G. B. dkk, Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi resiko dan persepsi Kesesuaian terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Studi pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 26 No. 2 (2015). 3

¹⁴Laksana, Astuti, and Dewantara, 'Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang , Jawa Tengah) '.

5.	Minat Nasabah (Y)	Definisi operasional minat adalah sesuatu yang diperoleh dari proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. ¹⁵	Augusty Ferdinand: 1. Keinginan untuk menggunakan 2. Kepuasan 3. Keputusan untuk menggunakan secara berkelanjutan ¹⁶
----	-------------------	--	--

E. Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan instrumen penelitian berupa angket, khususnya yang berisi pernyataan-pernyataan yang akan diberikan kepada para Nasabah yang menggunakan *M-Banking* Kbstar. Soal dibuat dengan menggunakan Skala Likert.

Skala *likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang terhadap suatu objek. Skala *likert psikometrik* dituangkan dalam bentuk responden tertulis (angket) dan digunakan dalam metode *survey*.¹⁷

Fitur pembeda skala ini dari skala lain adalah pemilihan setiap pertanyaan dari instrumen tersebut berupa pilihan mulai dari sangat positif sampai sangat

¹⁵Marsila, R. Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas, Brand Image, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Nasabah dalam Pengambilan Kredit Pemilikan Rumah Non Subidi: Studi Kasus pada Konsumen Matahari Department Store Java Supermall di Semarang. *Jurnal Manajemen Dan Profesional*, 4(1), (2023). 40

¹⁶Ferdinand, A. (2014). Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi tesis dan disertasi ilmu manajemen.

¹⁷Tamsir, Sonya Pebriani, Windiana Windiana, and Satim Hamid. "Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopindy." *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)* 6.3 (2022).

negatif, seperti sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.¹⁸

Tabel 3.3

Skala Likert

1	2	3	4	5
Sangat tidak Setuju	Tidak Setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat setuju

Keterangan:

STS	= Sangat Tidak Setuju	: Diberi bobot atau skor 1
TS	= Tidak Setuju	: Diberi bobot atau skor 2
KS	= Kurang Setuju	: Diberi bobot atau skor 3
S	= Setuju	: Diberi bobot atau skor 4
SS	= Sangat Setuju	: Diberi bobot atau skor 5

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah alat yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data agar peneliti lebih mudah dalam mempertanggungjawabkan hasil. Sekalipun digunakan instrumen yang akurat dan handal, jika proses penilaian tidak diperhatikan, maka data yang terkumpul akan sia-sia. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:¹⁹

¹⁸Fitriani Hasbullah, St. Hajrah Mansyur, Siska Anraeni "Analisis Metode Profile Matching Penentuan Skala Bisnis Retail Pada Calon Pelaku Usaha." *Jurnal Informasi dan Teknologi* (2023): 97-108.

¹⁹Jailani, M. S. Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian ilmiah pendidikan pada pendekatan kualitatif dan kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), (2023). 1-9.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan atau diperoleh peneliti secara langsung dari sumber data utama. Data primer dari penelitian ini adalah penyebaran angket kepada responden yaitu Nasabah yang menggunakan *M-Banking* Kbstar.

Dalam penelitian ini data primer yang digunakan adalah data hasil penyebaran kuesioner kepada responden. Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalisasikan ke dalam bentuk item atau pertanyaan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Untuk mendapatkan data primer ini peneliti menyebar angket (kuesioner) Nasabah yang menggunakan *M- Banking* Kbstar.²⁰

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diambil dari luar meliputi beberapa hal terdiri atas sumber dari buku-buku, website dan jurnal ilmiah.

G. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan metodologi analisis data kuantitatif, data penelitian kuantitatif yang sudah dikumpulkan dalam kegiatan lapangan pada dasarnya masih berupa data mentah (raw data). Untuk dapat menggunakan data sebagai landasan empiris dalam menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis penelitian, sehingga perlu dilakukan rangkaian proses pengolahan serta analisis

²⁰Romdona, S., Junista, S. S., & Gunawan, A. (2025). TEKNIK PENGUMPULAN DATA: OBSERVASI, WAWANCARA DAN KUESIONER. *JISOSEPOL: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi dan Politik*, 3(1), 39-47.

data. Kegiatan analisis data dalam penelitian kuantitatif meliputi pengolahan dan penyajian data, melakukan berbagai perhitungan untuk mendeskripsikan data, dan melakukan analisis untuk menguji hipotesis.²¹

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui valid tidaknya suatu kuesioner. Cara mengukur validitas konstruk yaitu dengan mencari korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total menggunakan analisis korelasi product moment dengan bantuan aplikasi Software SPSS versi 27.

Kriteria uji validitas:

- a. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka item-item pertanyaan dapat dinyatakan valid
- b. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka item-item pertanyaan dapat dinyatakan tidak valid.²²

Dalam uji validitas, R digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara variabel, sedangkan R Tabel digunakan sebagai acuan untuk menentukan apakah nilai R yang diperoleh signifikan secara statistik. Keduanya penting dalam menilai validitas instrumen pengukuran dalam penelitian.

²¹Sofwatillah, Risnita, M. Syahran Jailani, dan Deassy Arestya Saksitha "Tehnik Analisis Data Kuantitatif Dan Kualitatif Dalam Penelitian Ilmiah "(jambi: 2024). 80

²²Darma and Budi, Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2) (Cet I, Jakarta: Guepedia, 2021). 8

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan uji data yang diperoleh sebagai misal hasil dari jawaban kuesioner yang telah dibagikan. Jika kuesioner tersebut itu reliabel, andai kata jawaban responden tersebut konsisten dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas diuji terhadap seluruh pertanyaan pada penelitian ini dan menggunakan program SPSS versi 26 dengan uji statistic Cronbach Alpha (α).

Ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai alpha 0,00-0,2 berarti kurang reliable
- b. Nilai alpha 0,21-0,4 berarti agak reliable
- c. Nilai alpha 0,41-0,6 berarti cukup reliable
- d. Nilai alpha 0,61-0,8 berarti reliable
- e. Nilai alpha 0,81-1,00 berarti sangat reliabel.²³

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terdiri atas beberapa uji yang perlu dilakukan yaitu:

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menguji sampel penelitian menggunakan pengujian Kolmogorov-Sminov untuk mengetahui sampel merupakan jenis distribusi normal. Kriteria pengujian variabel dari uji normalitas pada taraf signifikan 5% atau $\alpha = 0,05$, jika angka signifikansi (sig) $> \alpha$ maka data berdistribusi normal.

²³Elviana, E. Pengaruh Komunikasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Swalayan Karisma Di Kabupaten Kediri. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), (2023). 82- 99.

b. Uji Multikolonearitas

Bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variable independen. Dalam penelitian ini untuk menguji apakah ada multikolonearitas dengan menggunakan Variance Inflation Factor (VIF). Kriteria pengambilan keputusan jika nilai koefisien korelasi antar masing- masing variable nilai tolerance kurang dari 0,10 atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$ maka menunjukkan adanya multikolonearitas.²⁴

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan uji yang bertujuan untuk menguji terjadinya kesamaan varian dari residual pada model regresi. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas, kriteria terjadinya heteroskedastisitas dalam suatu model regresi adalah jika signifikansinya $> 0,05$ yang berarti bahwa apabila signifikansinya $> 0,05$ penelitian dapat dilanjutkan.²⁵

4. Uji Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan korelasi linear diantara dua variabel independen atau lebih terhadap variabel dependen. Penganalisan tersebut bertujuan untuk menaksir angka variabel terikat, jika angka variabel bebas mengalami naik dan turun serta melihat korelasi diantara variabel bebas terhadap variabel terikat apakah setiap variabel bebas mempunyai pengaruh positif atau

²⁴Ningsih, S. N., & Akhmadi, A. Profitabilitas, struktur modal dan nilai perusahaan: uji signifikansi faktor mediasi. In *MDP Student Conference*, Vol. 1, No. 1, (2022, January). 1-8

²⁵Nugraha, B. *Pengembangan uji statistik: Implementasi metode regresi linier berganda dengan pertimbangan uji asumsi klasik*. Pradina Pustaka, (2022).

negatif.

Dalam penganalisisan data, penelitian disini memakai rumus persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Nilai yang diramalkan

α = Konstansta

β_1 = Koefesien regresi untuk X_1

β_2 = Koefesien regresi untuk X_2

β_3 = Koefisien regresi untuk X_3

β_4 = Koefisien regresi untuk X_4

X_1 = Variabel independen pertama

X_2 = Variabel independen kedua

X_3 = Variabel independen ketiga

X_4 = Variabel independen keempat

e = Tingkat kesalahan/*error*

5. 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 $\alpha = 5\%$.²⁶

²⁶Waluyo, E., Septian, A., Jerilian, E., Hidayat, I. N., Prahadi, M. A., Prasetyo, T., &

Caranya untuk menguji hipotesis menggunakan uji t dan uji F.

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk bisa mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Pengujian hipotesis uji t menggunakan program SPSS versi 2.6. Alat ini digunakan untuk membandingkan signifikansi hitung masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dengan taraf signifikansi 5%. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji t dengan SPSS adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka H_0 ditolak artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, maka H_0 diterima artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

b. Uji Simultan (uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen apakah pengaruhnya signifikan atau tidak.

Maka syarat pada uji ini adalah:

- 1) Jika $f\text{-hitung} > f\text{-tabel}$, maka H_0 ditolak artinya ada pengaruh yang signifikansi antara variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.

- 2) Jika $f\text{-hitung} < f\text{-tabel}$, maka H_0 diterima artinya tidak ada pengaruh yang signifikansi antara variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.²⁷

6. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi menunjukkan sejauh mana tingkat hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen atau sejauh mana kontribusi variabel independen mempengaruhi variabel dependen.²⁸ Jika koefisien determinan semakin besar (mendekati satu) menunjukkan semakin banyak kemampuan variabel X menerangkan variabel Y di mana $0 < R^2 < 1$. Sebaliknya jika R^2 (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.

Kaidah nilai (R^2) yaitu:

- a. Besarnya nilai koefisien determinasi 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.

²⁷Hidayat, A. A. (2021). *Cara Mudah Menghitung Besar Sampel*. Health Books Publishing.

²⁸Siregar, D. S. (2021). *Determinan minat menggunakan quick response indonesian standard (QRIS)* (Doctoral dissertation, IAIN Padangsidimpuan).

7. Uji Simultan (uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen apakah pengaruhnya signifikan atau tidak.

Maka syarat pada uji ini adalah:

- a. Jika $f\text{-hitung} > f\text{-tabel}$, maka H_0 ditolak artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.
- b. Jika $f\text{-hitung} < f\text{-tabel}$, maka H_0 diterima artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.²⁹

²⁹Widyawati, F., & Ferdian, R. (2024). Pengaruh Return On Asset, Debt To Asset Ratio dan Ukuran Perusahaan Terhadap Earning Per Share. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 2(1), 1-12.

BAB IV

HASIL PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

1. Sejarah Singkat Bank Bukopin

Bank Bukopin merupakan salah satu bank umum swasta yang ada di Indonesia. Bank Bukopin sendiri didirikan sejak tanggal 10 Juli 1970 dengan Surat Keputusan Dirjen Koperasi no.13/Dirjen/Kop/1970 sedangkan untuk kegiatan perbankannya sendiri mulai diselenggarakan pada tanggal 16 Maret 1971 sesuai dengan Surat Keputusan Menteri Keuangan No Kep 087/DK/II/1970.

Pada awal berdirinya bank Bukopin ini pasar utamanya adalah segmen usaha menengah, kecil, mikro dan koperasi. Kantor pertama Bank Bukopin berada di sebuah kantor kecil di jalan Kramat Raya No 27 Jakarta, yang dimana pada awal berdirinya bank ini memiliki karyawan hanya 14 orang saja. Pada awal mula bank ini berjalan banyak sekali terjadi kredit macet yang menyebabkan bank Bukopin sempat akan ditutup di tahun 1976, namun hal ini tidak sempat terjadi dikarenakan Bank Bukopin beruntung masih mendapatkan suntikan dana segar dari beberapa induk koperasi yang menyebabkan bank Bukopin dapat beroperasi dengan lancar.¹

Pada tahun 1993 akhirnya bank Bukopin dirubah statusnya menjadi sebuah Perseroan Terbatas (PT), sehingga pada akhirnya bank Bukopin berganti nama menjadi PT. Bank Bukopin. Namun dengan adanya perubahan status badan hukum tersebut, tidak serta merta mengubah maksud dan tujuan Bank Bukopin

¹Hasil Wawancara Manager Bank Bukopin Palu

dalam membantu koperasi.

2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi Bank Bukopin yaitu:

Menjadi Bank yang Terpercaya dalam hal pelayanan jasa keuangan.

Sedangkan misinya yaitu:

- a. Memahami dan memberi solusi.
- b. Memberikan pelayanan yang terbaik kepada seluruh nasabah.
- c. Berperan dalam pengembangan koperasi dan usaha kecil.
- d. Meningkatkan nilai tambah investasi pemegang saham dan kesejahteraan karyawan.

B. Hasil penelitian

1. Deskripsi Responden dan Sampel Penelitian

Proses deskripsi data bertujuan untuk menyajikan informasi penelitian secara sistematis sehingga hasilnya mudah dipahami dan dapat dianalisis dengan baik. Dalam konteks penelitian ini, target responden adalah seluruh nasabah PT.Bank KB Bukopin yang menggunakan *M- Banking* Kbstar. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen berupa kuesioner yang telah disebarakan kepada 91 orang responden.

Penjabaran data yang telah dihimpun dalam penelitian ini akan ditampilkan dalam bentuk tabel di bawah ini :

Tabel 4.1**Deskripsi Kuesioner**

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

Sumber: Data Primer, 2025.

Sebagaimana telah diuraikan dalam Bab III, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini melibatkan sebanyak 91 individu yang merupakan seluruh nasabah PT.Bank KB Bukopin yang menggunakan *M- Banking* Kbstar.. Informasi terkait karakteristik para responden tersebut dapat dilihat secara lebih lengkap melalui penyajian data dalam bentuk tabel pada bagian berikut.:

a. Jenis Kelamin

Tabel 4.2**Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Peresentase %
Laki-laki	36	39,6%
Perempuan	55	60,4%
Total	91	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2025

Mengacu pada data yang tersaji dalam Tabel 4.2, penelitian ini melibatkan total 91 partisipan. Dari jumlah tersebut, diketahui bahwa mayoritas responden merupakan perempuan, dengan total sebanyak 55 individu atau setara dengan 60,4% dari keseluruhan responden. Sementara itu, kelompok responden laki-laki berjumlah 36 orang, yang

merepresentasikan 39,6% dari total sampel. Temuan ini menunjukkan bahwa keterlibatan perempuan dalam penelitian ini lebih dominan dibandingkan laki-laki, yang bisa mencerminkan tingkat ketertarikan atau ketersediaan partisipasi dari kedua kelompok gender tersebut.

b. Pekerjaan

Tabel 4.3

Pekerjaan

Keterangan	Frekuensi	Peresentase %
Pelajar/Mahasiswa	9	9,8%
Pegawai Negeri	23	25,3%
Pegawai Swasta	26	28,6%
Wirausaha	33	36,3%
Total	91	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2025

Pada tabel 4.3 menunjukkan jumlah responden berdasarkan pekerjaan, dimana responden terbanyak bekerja sebagai Wirausaha yang berjumlah 33 orang dengan persentase sebesar (36,3%) sedangkan responden terendah memiliki pekerjaan bekerja pelajar/mahasiswa yang berjumlah 9 orang dengan persentase sebesar (9,8%).

c. Umur

Tabel 4.4**Umur**

Usia	Frekuensi	Peresentase %
≥ 50 Tahun	23	25,3%
≤ 50 Tahun	68	74,7%
Total	91	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2025

Pada tabel 4.4 menunjukkan jumlah responden dari usia, dimana responden terbanyak berusia ≤ 50 tahun yang berjumlah 68 orang dengan persentase sebesar (74,7%) dan yang terendah berusia ≥ 50 tahun yang berjumlah 23 orang dengan persentase sebesar (25,3%).

d. Pendidikan Terakhir

Tabel 4.5**Pendidikan Terakhir**

Keterangan	Frekuensi	Peresentase %
SD	0	0%
SMP	0	0%
SMA/SMK/MA	38	41,8%
S1/S2/S3	53	58,2%
Total	91	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2025

Pada tabel 4.5 menunjukkan jumlah responden berdasarkan pendidikan terakhir, dimana responden terbanyak memiliki pendidikan terakhir S1/S2/S3 yang berjumlah 53 orang dengan persentase sebesar (58,2%) sedangkan sisanya memiliki pendidikan terakhir SMA/SMK/MA yang berjumlah 38 orang dengan persentase (41,8%).

2. Deskripsi variable

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

a. Deskripsi Jawaban Sampel Terhadap Variabel Persepsi Kemanfaatan

Tabel 4.6

Deskripsi Hasil Penelitian Variabel Persepsi Kemanfaatan

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	Total Skor	N	Mean
		STS	TS	N	S	SS			
1	Pernyataan 1	1	7	18	37	29	359	91	3,95
		1,1%	7,7%	18,7%	40,7%	31,9%			
2	Pernyataan 2	2	5	18	47	19	349	91	3,84
		2,2%	5,5%	19,8%	51,6%	20,9%			
3	Pernyataan 3	2	5	20	40	24	352	91	3,87
		2,2%	5,5%	22,0%	44,0%	26,4%			
4	Pernyataan 4	3	9	14	40	25	348	91	3,82
		3,3%	9,9%	15,4%	44,0%	27,5%			
5	Pernyataan 5	3	6	23	42	17	337	91	3,70
		3,3%	6,6%	25,3%	46,2%	18,7%			
6	Pernyataan 6	2	6	20	43	20	346	91	3,80
		2,2%	6,6%	22,0%	47,3%	22,0%			
7	Pernyataan 7	3	8	13	39	28	354	91	3,89
		3,3%	8,8%	14,3%	42,9%	30,8%			
8	Pernyataan 8	2		9	36	44	393	91	4,32
		2,2%		9,9%	39,6%	48,4%			

Berdasarkan temuan penelitian terkait tanggapan responden terhadap variabel pengetahuan investasi, diperoleh hasil bahwa dari total 91 responden, pernyataan kedelapan memperoleh skor total tertinggi, yaitu sebesar 393 dengan rata-rata nilai 4,32. Sementara itu, skor total paling rendah ditemukan pada pernyataan kelima yang memperoleh nilai 337 dengan rata-rata 3,70.

b. Deskripsi Jawaban Sampel Terhadap Variabel Kemudahan Penggunaan

Tabel 4.7

Deskripsi Hasil Penelitian Variabel Kemudahan Penggunaan

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	Total Skor	N	Mean
		STS	TS	N	S	SS			
1	Pernyataan 1	2	5	13	48	23	358	91	3,93
		2,2%	5,5%	14,3%	52,7%	25,3%			
2	Pernyataan 2	3	7	16	42	23	348	91	3,82
		3,3%	7,7%	17,6%	46,2%	25,3%			
3	Pernyataan 3	2	6	7	39	37	376	91	4,13
		2,2%	6,6%	7,7%	42,9%	40,7%			
4	Pernyataan 4	2	6	6	33	44	384	91	4,22
		2,2%	6,6%	6,6%	36,3%	48,4%			
5	Pernyataan 5	2	7	13	39	30	361	91	3,97
		2,2%	7,7%	14,3%	42,9%	33,0%			
6	Pernyataan 6	3	4	10	44	30	367	91	4,03
		3,3%	4,4%	11,0%	48,4%	33,0%			
7	Pernyataan 7	3	7	18	43	20	343	91	3,77
		3,3%	7,7%	19,8%	47,3%	22,0%			
8	Pernyataan 8	3	7	21	45	15	335	91	3,68
		3,3%	7,7%	23,1%	49,5%	16,5%			
9	Pernyataan 9	1	10	2	42	36	375	91	4,12
		1,1%	11,0%	2,2%	46,2%	39,6%			
10	Pernyataan 10	1	8	13	48	21	353	91	3,88
		1,1%	8,8%	14,3%	52,7%	23,1%			

Hasil penelitian mengenai tanggapan responden pada variabel pendapatan memperlihatkan bahwa dari 91 orang responden, pernyataan keempat memperoleh skor total tertinggi yakni sebesar 384 dengan rata-rata 4,22. Sedangkan, skor total terendah terdapat pada pernyataan pertama dan pernyataan kesembilan yang mendapatkan skor 335 dengan nilai rata-rata 3,68. Perbedaan ini menggambarkan variasi penilaian responden terhadap aspek kemudahan penggunaan yang ditanyakan.

c. Deskripsi Jawaban Sampel Terhadap Variabel Risiko

Tabel 4.8

Deskripsi Hasil Penelitian Variabel Risiko

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	Total Skor	N	Mean
		STS	TS	N	S	SS			
1	Pernyataan 1	2	6	18	42	23	351	91	3,86
		2,2%	6,6%	19,8%	46,2%	25,3%			
2	Pernyataan 2	2	4	19	44	22	353	91	3,88
		2,2%	4,4%	20,9%	48,4%	24,2%			
3	Pernyataan 3	3	10	15	42	21	341	91	3,75
		3,3%	11,0	16,5%	46,2%	23,1%			
4	Pernyataan 4	3	4	9	37	38	376	91	4,13
		3,3%	4,4%	9,9%	40,7%	41,8%			
5	Pernyataan 5	1	4	9	40	37	381	91	4,19
		1,1%	4,4%	9,9%	44,0%	40,7%			
6	Pernyataan 6	3	7	6	32	43	378	91	4,15
		3,3%	7,7%	6,6%	35,2%	47,3%			

Dari hasil penelitian mengenai tanggapan responden terhadap variabel media sosial, diperoleh data bahwa pernyataan kelima mencatat skor total tertinggi sebesar 381 dengan rata-rata skor 4,19 dari 91 responden. Sementara itu, skor terendah ditemukan pada pernyataan ketiga dengan total 341 dan rata-rata 3,75. Hasil ini memperlihatkan adanya variasi pandangan responden terhadap pengaruh risiko.

d. Deskripsi Jawaban Sampel Terhadap Variabel Kesesuaian

Tabel 4.9

Deskripsi Hasil Penelitian Variabel Kesesuaian

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	Total Skor	N	Mean
		STS	TS	N	S	SS			
1	Pernyataan 1	4	6	4	30	47	383	91	4,21
		4,4%	6,6%	4,4%	33,0%	51,6%			
2	Pernyataan 2		2	12	42	35	383	91	4,21
			2,2%	23,2%	46,2%	38,5%			
3	Pernyataan 3	1	6	15	40	29	363	91	3,99
		1,1%	6,6%	16,5%	44,0%	31,9%			
4	Pernyataan 4	3	2	15	35	36	362	91	4,09
		3,3%	2,2%	16,5%	38,5%	39,6%			
5	Pernyataan 5	2	9	13	41	26	353	91	3,88
		2,2%	9,9%	14,3%	45,1%	28,6%			
6	Pernyataan 6	1		10	31	49	400	91	4,40
		1,1%		11,0%	34,1%	53,8%			

Berdasarkan data penelitian mengenai tanggapan responden pada variabel minat, tercatat pernyataan keenam memperoleh skor total tertinggi sebesar 400 dengan rata-rata 4,40 dari 91 responden. Adapun pernyataan pertama memperoleh skor total paling rendah sebesar 353 dengan rata-rata 3,88. Perbedaan skor ini menunjukkan adanya variasi pandangan responden terhadap pengaruh variabel kesesuaian.

e. Deskripsi Jawaban Sampel Terhadap Variabel Minat

Tabel 4.10

Deskripsi Hasil Penelitian Variabel Minat

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	Total Skor	N	Mean
		STS	TS	N	S	SS			
1	Pernyataan 1	1	3	11	45	31	375	91	4,12
		1,1%	3,3%	12,1%	49,5%	34,1%			
2	Pernyataan 2		3	12	47	29	375	91	4,12
			3,3%	13,2%	51,6%	31,9%			
3	Pernyataan 3	3	6	10	37	35	368	91	4,04
		3,3%	6,6%	11,0%	40,7%	38,5%			
4	Pernyataan 4	4	6	4	35	42	378	91	4,15
		4,4%	6,6%	4,4%	38,5%	46,2%			
5	Pernyataan 5		3	11	45	32	379	91	4,16
			3,3%	12,1%	49,5%	35,2%			
6	Pernyataan 6	1	6	13	38	33	369	91	4,05
		1,1%	6,6%	14,3%	41,8%	36,3%			

Berdasarkan data penelitian mengenai tanggapan responden pada variabel minat, tercatat pernyataan kelima memperoleh skor total tertinggi sebesar 379 dengan rata-rata 4,16 dari 91 responden. Adapun pernyataan ketiga memperoleh skor total paling rendah sebesar 368 dengan rata-rata 4,04. Perbedaan skor ini menunjukkan adanya variasi pandangan responden terhadap minat nasabah

3. Uji Validitas Dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Pengujian validitas merupakan langkah awal yang penting dalam memastikan bahwa instrumen penelitian mampu menangkap realitas yang ingin diamati secara akurat. Validitas ini mencerminkan seberapa baik butir-butir dalam

kuesioner mewakili konsep atau variabel yang sedang diteliti.² Dalam penelitian ini, proses evaluasi validitas dilakukan menggunakan pendekatan korelasi yang dikenal sebagai rumus Product Moment dari Karl Pearson. Teknik ini digunakan untuk menilai kekuatan asosiasi antara setiap butir pernyataan dengan total skor keseluruhan. Penilaian ini membantu menentukan apakah suatu butir layak dipertahankan atau perlu dieliminasi.

Adapun pedoman dalam menentukan kelayakan setiap pernyataan adalah sebagai berikut:

- 1) $r_{\text{hitung}} \leq r_{\text{tabel}} \rightarrow$ Butir pernyataan tidak valid
- 2) $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}} \rightarrow$ Butir pernyataan valid

Dalam tahapan ini, kuesioner untuk uji validitas dan reliabilitas disebarkan kepada 91 partisipan. Jumlah tersebut digunakan untuk menetapkan derajat kebebasan (degree of freedom) sebesar 79 (karena $n = 91$, maka $df = n - 2$). Berdasarkan tingkat signifikansi sebesar 5%, diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,206.

²Ghozali, Aplikasi Analisis.

Tabel 4.11**Uji Validitas Variabel X Persepsi Kemanfaatan (X1)**

Validitas	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X1	1	0,724	0,206	Valid
	2	0,858		
	3	0,833		
	4	0,787		
	5	0,660		
	6	0,789		
	7	0,833		
	8	0,396		

Tabel 4.12**Uji Validitas Variabel X Kemudahan Penggunaan (X2)**

Validitas	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X2	1	0,826	0,206	Valid
	2	0,773		
	3	0,798		
	4	0,781		
	5	0,795		
	6	0,794		
	7	0,622		
	8	0,637		
	9	0,750		
	10	0,767		

Tabel 4.13**Uji Validitas Variabel X Risiko (X3)**

Validitas	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X3	1	0,854	0,206	Valid
	2	0,863		
	3	0,843		
	4	0,580		
	5	0,730		
	6	0,790		

Tabel 4.14**Uji Validitas Variabel X Kesesuaian (X4)**

Validitas	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X4	1	0,757	0,206	Valid
	2	0,765		
	3	0,783		
	4	0,790		
	5	0,815		
	6	0,667		

Tabel 4.15**Uji Validitas Variabel Y Minat (Y)**

Validitas	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Y	1	0,693	0,206	Valid
	2	0,746		
	3	0,817		
	4	0,793		
	5	0,801		
	6	0,745		

Setelah dilakukan pengujian terhadap seluruh pernyataan yang termasuk dalam variabel Persepsi Kemanfaatan (X1), Kemudahan Penggunaan (X2), Risiko (X3), Kesesuaian (X4) dan Minat (Y), diperoleh hasil bahwa nilai korelasi masing-masing item terhadap total skor variabelnya menunjukkan angka yang melampaui batas minimum nilai kritis atau rtabel sebesar 0,206. Dengan demikian, semua item dinyatakan telah memenuhi syarat validitas. Artinya, setiap pernyataan dalam instrumen ini benar-benar mampu merepresentasikan konstruk yang ingin diukur sesuai dengan masing-masing variabel.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indikator penting untuk memastikan bahwa alat ukur mampu memberikan hasil yang stabil dan konsisten. Dalam penelitian ini, seluruh item dari setiap variabel dianalisis menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 27 untuk sistem operasi Windows. Teknik yang dipakai adalah Cronbach's Alpha, sebuah metode statistik yang umum digunakan dalam pengujian konsistensi internal antar item dalam satu kelompok variabel. Apabila hasil uji menghasilkan angka di atas 0,60, maka instrumen dianggap memiliki tingkat keandalan yang dapat diterima.³

³Ibid

Tabel 4.16
Hasil Uji Reabilitas

Reliability Statistics			
Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>N Of Items</i>	Keterangan
Persepsi kemanfaatan	0,881	8	Reliabel
Kemudahan penggunaan	0,915	10	Reliabel
Risiko	0,867	6	Reliabel
Kesesuaian	0,853	6	Reliabel
Minat	0,855	6	Reliabel

Dari hasil pengujian reliabilitas, diketahui bahwa semua variabel yang diteliti menunjukkan nilai Cronbach's Alpha yang lebih tinggi dari ambang batas yang disarankan. Variabel Persepsi kemanfaatan (X1) menunjukkan koefisien sebesar 0,881; Kemudahan penggunaan (X2) berada di angka 0,915; Risiko (X3) memperoleh nilai 0,867; Kesesuaian (X4) sebesar 0,853 dan Minat (Y) mencapai 0,855. Nilai-nilai tersebut menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki reliabilitas yang baik, artinya antar pernyataan dalam satu variabel memiliki kesesuaian makna.

4. MSI (Method Of Successive Interval)

Untuk memperoleh data yang layak diolah secara statistik parametrik, skala ordinal yang digunakan dalam kuesioner diubah ke bentuk interval menggunakan pendekatan MSI (*Method of Successive Interval*). Proses ini dilakukan pada seluruh variabel penelitian, baik variabel bebas maupun terikat. Transformasi ini bertujuan

agar data dapat memenuhi prasyarat analisis yang lebih kompleks seperti regresi atau uji inferensial lainnya. Perlu dicatat bahwa angka-angka hasil konversi tersebut belum bisa ditafsirkan secara langsung sebagai representasi perilaku atau sikap responden. Mereka masih berupa hasil olahan matematis yang baru akan bermakna setelah dimasukkan ke dalam tahapan pengujian statistik yang sesuai.⁴

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Untuk mengetahui apakah data dalam penelitian ini menyebar secara normal, dilakukan pengujian menggunakan metode statistik Kolmogorov-Smirnov. Pengolahan data dilaksanakan dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 27. Dalam metode ini, normalitas dilihat dari nilai Asymp. Sig. Jika hasil yang diperoleh sama dengan atau lebih besar dari 0,05, maka distribusi data dianggap normal.

⁴Permana, Wahyu Septian. Pengaruh Lingkungan Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pengadilan Agama Kabupaten Karawang. Diss. UBP Karawang, 2023.

Tabel 4.17**Hasil Uji Normalitas****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

			Unstandardiz ed Residual
N			91
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		1,92487335
Most Extreme Differences	Absolute		,083
	Positive		,054
	Negative		-,083
Test Statistic			,083
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			,152
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		,115
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,107
		Upper Bound	,123

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Tabel 4.17 memuat hasil pemeriksaan distribusi data dengan pendekatan statistik yang telah dijelaskan sebelumnya. Dari tabel tersebut diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) mencapai angka 0,200. Nilai ini melebihi ambang batas signifikansi 0,05, yang berarti pola penyebaran data dalam penelitian ini memenuhi syarat distribusi normal.

b. Uji Multikolernitas

Tabel 4.18**Hasil Uji Multikolernitas
Coefficients^a**

		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	TOTALX1	,648	1,543
	totalX2	,819	1,221
	TOTALX3	,661	1,512
	TOTALX4	,852	1,174

a. Dependent Variable: TOTALY

Pengujian terhadap gejala multikolinearitas dilakukan dengan meninjau nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) pada masing-masing variabel independen, yaitu persepsi kemanfaatan, kemudahan penggunaan, risiko dan kesesuaian. Berdasarkan informasi dari Tabel 4.18, diketahui bahwa nilai Tolerance untuk variabel persepsi kemanfaatan adalah 0,949, kemudahan penggunaan sebesar 0,857, risiko sebesar 0,768 dan kesesuaian sebesar 0,849. Ketiga nilai tersebut berada jauh di atas batas minimum 0,10. Selain itu, nilai VIF untuk seluruh variabel berada di bawah angka 10, yang menandakan tidak ada hubungan multikolinearitas yang mengganggu antar variabel bebas.

c. Uji Heterokedastisitas

Salah satu tahapan penting dalam analisis regresi adalah memastikan bahwa model yang digunakan bebas dari pelanggaran asumsi klasik, salah satunya yaitu heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi apakah terjadi ketidaksamaan varians

residual antar observasi, penelitian ini menggunakan metode *Glejser Test*. Teknik ini dilakukan dengan meregresikan nilai absolut dari residual terhadap masing-masing variabel independen dalam model. Apabila nilai signifikansi dari hasil regresi tersebut lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas, yang berarti varians residual dianggap konstan (homoskedastisitas).

Tabel 4.19

Hasil uji heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,647	1,338		1,231	,222
	Total X1	-,024	,028	-,095	-,863	,391
	Total X2	,008	,027	,036	,308	,759
	Total X3	,031	,058	,066	,539	,591
	Total X4	,005	,044	,012	,107	,915

a. Dependent Variable: ABS_RES

Berdasarkan output dari pengolahan data menggunakan Glejser Test, diketahui bahwa ketiga variabel bebas dalam penelitian ini tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas. Variabel persepsi kemanfaatan, , dan kesesuaian. (X1), menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,391. Angka ini melebihi batas kritis 0,05 sehingga tidak ditemukan indikasi varians yang tidak konstan pada residual terkait variabel ini. Hal serupa juga terlihat pada variabel kedua, kemudahan penggunaan (X2), yang memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,759. Ini menunjukkan bahwa

distribusi residual pada variabel pendapatan bersifat stabil. Sementara itu, variabel ketiga, yaitu risiko (X3), mencatat nilai signifikansi tertinggi yakni 0,591. Nilai ini juga mengonfirmasi bahwa tidak terjadi ketidakteraturan varians pada residual. Dan variabel keempat, yaitu kesesuaian (X4), mencatat nilai signifikansi tertinggi yakni 0,915. Nilai ini juga mengonfirmasi bahwa tidak terjadi ketidakteraturan varians pada residual

6. Uji Regresi Berganda

Penelitian ini menggunakan pendekatan regresi linear berganda sebagai metode analisis utama, dengan tujuan untuk mengkaji hubungan antara satu variabel terikat dan beberapa variabel bebas secara simultan. Model ini memungkinkan peneliti untuk menilai sejauh mana masing-masing faktor independen dalam hal ini yaitu persepsi kemanfaatan (X1), kemudahan penggunaan(X2), risiko(X3) dan kesesuaian(X4) memberikan kontribusi terhadap variasi dalam variabel dependen. Dalam prosesnya, data dianalisis menggunakan perangkat lunak statistik SPSS versi 27. Regresi berganda dinilai tepat untuk digunakan karena memberikan kemampuan untuk mengidentifikasi baik pengaruh secara parsial maupun bersama-sama dari seluruh variabel bebas terhadap variabel yang diamati. Teknik ini juga mendukung pemodelan hubungan kausal berdasarkan hasil observasi yang bersifat kuantitatif dan tersusun dalam format terstruktur. Berikut ini adalah hasil ujian data yang merupakan data output *SPSS 27*.

Tabel 4.20

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2,651	2,214		1,197	,234
	Persepsi Kemanfaatan	,083	,063	,109	1,315	,192
	Kemudahan Pengguna	,259	,060	,426	4,335	,000
	Risiko	,443	,094	,457	4,690	,000
	Kesesuaian	,140	,084	,139	1,671	,098

a. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan hasil pengolahan data yang ditampilkan pada Tabel 4.20, dapat disusun bentuk persamaan regresi untuk model penelitian ini sebagai berikut:

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

$$Y = 2,651 + 0,083X_1 + 0,259X_2 + 0,443X_3 + 0,140X_4$$

Persamaan ini mengindikasikan bahwa ketiga variabel independen, yaitu variabel X1 (Persepsi Kemanfaatan), variabel X2 (Kemudahan Penggunaan), variabel X3 (Risiko) dan variabel X4 (Kesesuaian), secara bersama-sama memiliki pengaruh positif terhadap variabel dependen, yakni Minat.

Penjelasan lebih rinci dari masing-masing koefisien dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 2,651 menunjukkan bahwa apabila ketiga variabel independen (X1, X2, dan X3) diasumsikan dalam keadaan tetap atau sama dengan nol, maka nilai Minat (Y) diperkirakan tetap berada pada angka 2,651.

- b. Koefisien regresi Persepsi Kemanfaatan (X1) sebesar 0,083 yang bernilai positif Hal ini menunjukkan bahwa Minat (Y) akan naik sebesar 0,083 apabila terdapat korelasi positif antara variabel Persepsi Kemanfaatan dengan Y.
- c. Koefisien regresi Kemudahan Penggunaan (X2) yang tercatat sebesar 0,259 dan juga positif menandakan bahwa ketika Kemudahan Penggunaan, Minat (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,259.
- d. Koefisien regresi Risiko (X3) sebesar 0,443 pun menunjukkan nilai positif. Artinya, apabila risiko yang dihasilkan semakin kecil, maka Minat (Y) dapat meningkat sebesar 0,443.
- e. Koefisien regresi Kesesuaian (X4) sebesar 0,140 pun menunjukkan nilai positif. Artinya, apabila risiko yang dihasilkan semakin kecil, maka Minat (Y) dapat meningkat sebesar 0,140.

7. Uji Hipotesis

a. Hipotesis Parsial (T)

Uji ini berfungsi sebagai alat analisis untuk mengidentifikasi seberapa besar kontribusi variabel bebas dalam memengaruhi variabel terikat pada suatu penelitian kuantitatif. Penentuan pengaruh tersebut dilakukan dengan melihat nilai signifikansi statistik yang dihasilkan dari proses pengujian. Apabila nilai probabilitas (p-value) atau signifikansi yang ditampilkan lebih kecil dari angka 0,05, maka hal tersebut memberikan indikasi bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut memiliki makna

secara statistik.⁵ Untuk memutuskan apakah hipotesis awal (H_0) dapat diterima atau harus ditolak, digunakan pendekatan melalui nilai t . Adapun pedoman pengambilan keputusan dalam uji t adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai t hitung melebihi nilai t tabel, maka hipotesis nol (H_0) dianggap tidak valid dan alternatifnya (H_a) dinyatakan diterima.
- 2) Sebaliknya, apabila t hitung lebih rendah daripada t tabel, maka tidak terdapat cukup bukti untuk menolak H_0 , sehingga hipotesis nol diterima dan H_a ditolak.

Tabel 4.21

Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,651	2,214		1,197	,234
Persepsi Kemanfaatan	,083	,063	,109	1,315	,192
Kemudahan Pengguna	,259	,060	,426	4,335	,000
Risiko	,443	,094	,457	4,690	,000
Kesesuaian	,140	,084	,139	1,671	,098

a. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan Tabel 4.21, hasil analisis uji t dalam model regresi memberikan gambaran sebagai berikut:

- 1) Variabel Persepsi Kemanfaatan (X_1) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat, hal ini ditunjukkan nilai signifikansi (sig) 0,192 lebih besar dari nilai α (α), serta diperoleh nilai t hitung $1,315 < t$ tabel

⁵Priyanto, Analisis Korelasi, 50-51

1,988.

- 2) Variabel Kemudahan Penggunaan (X2) mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap minat, dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar $4,335 > t$ tabel 1,988 dan nilai signifikansi (sig) sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai alpha (α) sebesar 0,05.
- 3) Variabel Risiko (X3) mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap minat, hal ini ditunjukkan nilai signifikansi (sig) 0,000 lebih kecil dari nilai alpha (α), serta diperoleh nilai t hitung $4,690 > t$ tabel 1,988.
- 4) Variabel Kesesuaian (X4) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat, dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar $1,671 < t$ tabel 1,988 dan nilai signifikansi (sig) sebesar 0,098 lebih besar dari nilai alpha (α) sebesar 0,05.

b. Uji F

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana ketiga variabel bebas, yaitu Persepsi Kemanfaatan (X1), kemudahan penggunaan (X2), risiko (X3) dan kesesuaian (X4), secara kolektif mampu memberikan pengaruh terhadap variabel terikat, yakni minat (Y). Dengan kata lain, pengujian ini ditujukan untuk mengukur apakah ketiga faktor tersebut, jika dikaji secara bersamaan, memiliki hubungan yang bermakna terhadap tingkat minat yang diteliti.

Tabel 4.22**Hasil Uji Hipotesis F****ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1187,494	4	296,873	76,564	<,001 ^b
	Residual	333,462	86	3,877		
	Total	1520,956	90			

a. Dependent Variable: TOTALY

b. Predictors: (Constant), TOTALX4, TOTALX3, totalX2, TOTALX1

Untuk menguji validitas model secara keseluruhan, digunakan uji F yang mengharuskan perhitungan nilai f-tabel terlebih dahulu. Jumlah variabel bebas dalam model ini adalah tiga, sehingga $df_1 = 3$. Sementara itu, dengan jumlah total sampel sebanyak 91 responden, maka df_2 diperoleh dari rumus $(91 - 3 - 1) = 87$. Nilai f-tabel yang sesuai adalah 2,47. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan uji ANOVA, diperoleh nilai f-hitung sebesar 76,564 yang secara signifikan melebihi f-tabel. Selain itu, tingkat signifikansi yang ditampilkan adalah 0,001, jauh di bawah ambang batas 0,05. Hal ini menandakan bahwa model regresi yang dibentuk memiliki signifikansi secara keseluruhan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Persepsi Kemanfaatan (X1), kemudahan penggunaan (X2), risiko (X3) dan kesesuaian (X4) bersama-sama memiliki pengaruh nyata terhadap variabel Minat (Y).

8. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi merupakan ukuran yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi pada variabel terikat. Dalam konteks penelitian ini, pengujian dilakukan dengan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 27. Tujuannya adalah untuk melihat proporsi pengaruh dari pengetahuan investasi, pendapatan, dan media sosial terhadap perubahan yang terjadi pada minat individu.

Tabel 4.23

Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,884 ^a	,781	,771	1,969129

a. Predictors: (Constant), TOTALX4, TOTALX3, totalX2, TOTALX1

b. Dependent Variable: TOTALY

Berdasarkan hasil pengujian yang ditampilkan dalam tabel 4.23, diketahui bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,771. Angka ini menunjukkan bahwa sekitar 77,1% variasi yang terjadi pada minat (Y) dapat dijelaskan oleh tiga variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini, yakni Persepsi Kemanfaatan (X1), kemudahan

penggunaan (X2), risiko (X3) dan kesesuaian (X4). Artinya, model regresi yang kamu buat cukup memberikan kontribusi dalam menjelaskan variabel Y, tapi masih ada faktor lain di luar model yang berperan lebih besar. Sementara itu, sisanya sebesar 22,9% berasal dari faktor-faktor lain di luar model yang tidak dianalisis dalam penelitian ini, sehingga berpotensi menjadi variabel tambahan untuk penelitian selanjutnya.

C. Pembahasan

1. Persepsi Kemanfaatan Tidak Berpengaruh Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *M-Banking* KBstar

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kemanfaatan (X1) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat (Y). Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi (sig) sebesar 0,192 yang lebih besar dari nilai alpha (α) sebesar 0,05, serta nilai t-hitung sebesar 1,315 yang lebih kecil dari t-tabel sebesar 1,988. Dengan demikian, secara statistik, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemanfaatan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat dalam konteks penelitian ini. Meskipun secara teoritis persepsi terhadap manfaat suatu sistem atau produk seharusnya dapat mendorong seseorang untuk memiliki niat dalam menggunakannya, hasil ini menunjukkan bahwa anggapan tentang manfaat saja belum cukup kuat untuk membentuk minat pengguna. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sun dan Zhang pada tahun 2006, yang menemukan bahwa persepsi kemanfaatan tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna, terutama dalam situasi

di mana pengguna sudah terbiasa dengan teknologi atau ketika faktor lain seperti tekanan sosial dan kemudahan penggunaan lebih dominan.⁶ Jika dikaitkan dengan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), persepsi kemanfaatan seharusnya masuk dalam komponen sikap terhadap perilaku, yang memengaruhi niat seseorang. Namun, teori ini juga menjelaskan bahwa minat atau niat perilaku tidak hanya ditentukan oleh sikap, tetapi juga oleh norma subjektif dan persepsi kontrol atas perilaku. Oleh karena itu, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun persepsi kemanfaatan dapat membentuk sikap positif, hal tersebut belum cukup untuk mendorong minat, karena mungkin saja norma sosial atau persepsi terhadap kemampuan diri dalam menggunakan sistem memiliki pengaruh yang lebih kuat dalam membentuk niat tersebut.⁷

2. Persepsi Kemudahan Penggunaan Berpengaruh Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *M-Banking* KBstar

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan uji SPSS, diketahui bahwa variabel kemudahan penggunaan (X2) terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat, yang ditunjukkan melalui hasil uji statistik dengan nilai t hitung sebesar 4,335 lebih besar daripada t tabel 1,988 serta nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari nilai alpha 0,05. Hal ini menjelaskan bahwa semakin mudah suatu sistem,

⁶Sun, H., & Zhang, P. (2006). The role of moderating factors in user technology acceptance. *International Journal of Human-Computer Studies*, 64(2), 53–78.

⁷Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.

produk, atau layanan digunakan, maka semakin tinggi pula minat individu untuk menggunakannya.

Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu, salah satunya Davis (1989) melalui *Technology Acceptance Model (TAM)* yang menegaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku atau minat seseorang dalam menggunakan teknologi. Sejalan dengan itu, Indrawati (2015) juga menemukan bahwa tingkat kemudahan penggunaan yang tinggi akan memicu individu merasa tidak terbebani sehingga lebih berminat untuk menggunakan suatu layanan digital. Penelitian-penelitian lain di bidang perbankan digital dan e-commerce pun menunjukkan konsistensi bahwa kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor utama yang mendorong penerimaan serta minat pengguna terhadap layanan tersebut. Jika dikaitkan dengan *Theory of Planned Behavior (TPB)* yang dikemukakan Ajzen pada tahun 1991, kemudahan penggunaan dapat dipandang sebagai bagian dari *perceived behavioral control*, yaitu keyakinan individu mengenai sejauh mana ia mampu melakukan suatu perilaku. Semakin mudah suatu layanan digunakan, semakin besar pula kendali yang dirasakan oleh individu, sehingga hal tersebut memperkuat niat atau minat untuk menggunakan layanan tersebut. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat teori maupun penelitian sebelumnya bahwa kemudahan penggunaan merupakan faktor yang sangat penting dalam memengaruhi minat individu.⁸

⁸Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.

3. Persepsi Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *M-Banking* KBstar

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan uji SPSS, diketahui bahwa Variabel risiko (X3) dalam penelitian ini terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat, yang dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil daripada nilai alpha 0,05, serta nilai t hitung 4,690 lebih besar dibandingkan t tabel 1,988. Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi risiko menjadi faktor dominan dalam memengaruhi minat individu terhadap suatu produk atau layanan. Kondisi ini dapat terjadi karena responden merasa bahwa risiko yang mungkin timbul dapat memberikan dampak yang relatif besar atau tidak dapat ditoleransi dibandingkan dengan manfaat yang diperoleh, sehingga minat mereka tetap terbentuk tetapi dapat dipengaruhi secara kuat oleh faktor risiko.

Penelitian terdahulu tidak menemukan hasil yang serupa, misalnya studi oleh Sari dan Setiawan (2020) yang menunjukkan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan layanan perbankan digital, karena pengguna lebih menekankan pada aspek kenyamanan dan kemudahan dibandingkan kekhawatiran akan risiko.⁹

Jika dikaitkan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan Ajzen (1991), temuan ini dapat dijelaskan melalui konsep *perceived behavioral control* dan *attitude*. Risiko seringkali terkait dengan hambatan atau kendala yang

⁹Sari, D., & Setiawan, A. (2020). Persepsi risiko dan pengaruhnya terhadap minat penggunaan layanan perbankan digital. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(2), 145–156.

dapat mengurangi rasa kendali seseorang dalam berperilaku. Namun, ketika individu merasa hambatan tersebut tidak signifikan atau dapat diatasi, maka risiko tidak lagi menjadi pertimbangan utama dalam membentuk minat. Dengan kata lain, meskipun risiko seharusnya memengaruhi sikap atau kontrol perilaku yang dirasakan, dalam konteks penelitian ini risiko tidak berperan besar karena responden memiliki keyakinan bahwa mereka mampu mengendalikan potensi masalah yang muncul. Hal ini memperkuat pemahaman bahwa dalam kerangka TPB, variabel risiko bukanlah faktor yang selalu dominan dalam menentukan minat, terutama ketika faktor lain seperti kemudahan penggunaan atau manfaat dirasakan lebih kuat.¹⁰

4. Persepsi Kesesuaian Tidak Berpengaruh Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *M-Banking* KBstar

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan uji SPSS, diketahui bahwa Variabel kesesuaian (X4) terbukti tidak memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap minat, yang terlihat dari nilai *t* hitung sebesar 1,671 lebih kecil dari *t* tabel 1,988 serta nilai signifikansi 0,098 yang lebih besar dari nilai α 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semakin sesuai suatu produk, layanan, atau sistem dengan kebutuhan, nilai, dan harapan individu, tidak menjadi hal yang dapat mempengaruhi minat mereka untuk menggunakannya. Kesesuaian mencerminkan tingkat relevansi antara karakteristik layanan dengan preferensi pribadi pengguna, sehingga apabila pengguna merasa

¹⁰Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.

layanan yang ditawarkan sejalan dengan kebutuhannya, maka belum tentu minat untuk menggunakan akan semakin kuat hal ini mungkin karena ada hal lain yang dapat mempengaruhi minat mereka salah satunya adalah resiko yang dimiliki.

Temuan ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu, seperti yang diungkapkan oleh Rogers dalam *Diffusion of Innovation Theory* pada tahun 2003, bahwa tingkat adopsi suatu inovasi sangat dipengaruhi oleh kesesuaian (*compatibility*) dengan nilai, pengalaman, dan kebutuhan calon pengguna. Penelitian oleh Putra dan Widodo (2020) juga menemukan bahwa kesesuaian layanan digital banking dengan gaya hidup pengguna memiliki pengaruh signifikan terhadap minat adopsi, sementara studi Rahman pada tahun 2021 dalam konteks e-learning menunjukkan bahwa kesesuaian platform dengan kebutuhan akademik mahasiswa memperkuat minat mereka untuk terus menggunakannya.¹¹

Jika dikaitkan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan Ajzen, variabel kesesuaian dapat dikategorikan sebagai faktor yang membentuk *attitude toward behavior* penelitian ini tidak sesuai dengan teori tersebut. Yang dimana pada teori TPB dijelaskan ketika suatu layanan sesuai dengan nilai, kebutuhan, serta tujuan individu, maka sikap positif akan terbentuk, dan sikap positif tersebut pada akhirnya memperkuat niat atau minat untuk melakukan perilaku yang dimaksud.

Dengan kata lain, kesesuaian tidak hanya meningkatkan persepsi kebermanfaatan, tetapi juga membentuk keyakinan bahwa perilaku tersebut selaras

¹¹Putra, R., & Widodo, A. (2020). Pengaruh kesesuaian layanan digital banking terhadap minat adopsi pengguna. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, 4(2), 101–112.

dengan diri pengguna, sehingga menumbuhkan minat yang lebih besar. Temuan penelitian ini memperkuat teori TPB, di mana Kesesuaian berperan dalam menciptakan sikap positif yang menjadi salah satu determinan utama minat perilaku.

5. Persepsi Kemanfaatan (X1), Kemudahan Penggunaan(X2), Risiko (X3) dan Kesesuaian (X4) berpengaruh terhadap Minat Nasabah Menggunakan *M-Banking* KBstar

Berdasarkan output **Model Summary** pada gambar di atas, dapat dijelaskan bahwa nilai **R = 0,884** menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antara variabel independen (TOTALX1, TOTALX2, TOTALX3, dan TOTALX4) terhadap variabel dependen (TOTALY). Nilai **Adjusted R Square = 0,771** berarti bahwa sebesar 77,1% variasi atau perubahan pada variabel dependen (minat) dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen yang digunakan dalam model penelitian ini, yaitu kepemimpinan, kemudahan penggunaan, risiko, dan kesesuaian. Sementara itu, sisanya sebesar 22,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian.

Selanjutnya, nilai **R Square = 0,781** menunjukkan hasil yang hampir sama dengan Adjusted R Square, yang mengindikasikan bahwa model regresi ini telah disesuaikan dengan jumlah variabel prediktor dan ukuran sampel. Hal ini menegaskan bahwa model regresi memiliki tingkat ketepatan yang baik dalam memprediksi variabel dependen. Adapun nilai **Std. Error of the Estimate = 1,969129** menunjukkan besarnya kesalahan standar dalam model regresi; semakin kecil nilai ini, semakin baik model dalam memprediksi variabel dependen.

Dengan demikian, hasil uji ini dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian mampu menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan cukup baik. Temuan ini memperkuat bahwa faktor-faktor yang diteliti memiliki kontribusi besar dalam memengaruhi minat, meskipun masih terdapat faktor lain di luar model yang juga berperan.

6. Urutan Variabel X yang Paling Berpengaruh Terhadap Variabel Y

Berdasarkan output **Analisis Regresi Linear Berganda** pada gambar di atas, menjelaskan bahwa variabel x yang paling berpengaruh terhadap variabel Y ialah variabel X3 (**Risiko**) hal ini dapat dijelaskan dikarenakan dari hasil analisis ditemukan bahwa nilai **Beta** tertinggi yakni **0,443** merupakan nilai dari variabel **risiko** yang menunjukkan bahwa adanya hubungan yang sangat kuat antara variabel independen **Risiko** terhadap variabel dependen **Minat**. Selanjutnya, disusul dengan variabel X2 (**Kemudahan Penggunaan**) yang memiliki nilai **Beta = 0,259** yang menunjukkan bahwa variabel X2 (**Kemudahan Penggunaan**) ini juga memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap variabel Y (**Minat**). Hal ini juga ditegaskan pada hasil nilai **Uji-T**nya yang masing-masing berada pada angka **4,690** untuk variabel **Risiko** dan **4,335** untuk variabel **Kemudahan Penggunaan** yang dimana kedua angka ini sudah melebihi nilai **T-Tabel** yang ditetapkan yakni **1,988**

Dengan demikian, hasil uji ini dapat disimpulkan bahwa diantara keempat variabel X yang diuji pada penelitian kali ini, hanya variabel X2 dan X3 yang memiliki pengaruh yang paling besar dan signifikan terhadap variabel Y.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan mengenai “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Risiko Dan Kesesuaian Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *M-Banking* KBstar” sebagai berikut :

1. Variabel persepsi kemanfaatan menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan secara parsial terhadap minat nasabah menggunakan *M-banking* KBstar. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi (sig) sebesar yang lebih besar dari nilai alpha (α), serta nilai t-hitung yang lebih kecil dari t- tabel. Dengan demikian, secara statistik, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemanfaatan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat dalam konteks penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa anggapan tentang manfaat saja belum cukup kuat untuk membentuk minat pengguna untuk menggunakan *M-banking* KBstar.
2. Variabel kemudahan penggunaan terbukti menunjukkan pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap minat nasabah menggunakan *M-banking* KBstar hasil ini ditunjukkan melalui hasil uji statistik dengan nilai t hitung lebih besar daripada t tabel serta nilai signifikansi yang lebih kecil dari nilai alpha. Hal ini menjelaskan bahwa semakin mudah suatu sistem, produk, atau layanan digunakan, maka semakin tinggi pula minat individu untuk

menggunakannya.

3. Variabel risiko dalam penelitian ini terbukti menunjukkan pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap minat nasabah menggunakan *M- Banking* KBstar hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi yang lebih kecil daripada nilai alpha yang dimana nilai t hitung juga lebih besar dibandingkan t tabel. Hasil inilah yang menunjukkan bahwa persepsi risiko menjadi faktor dominan dalam memengaruhi minat individu terhadap suatu produk atau layanan. Kondisi ini dapat terjadi karena responden merasa bahwa risiko yang mungkin timbul relatif lebih besar atau tidak dapat ditoleransi dibandingkan dengan manfaat yang diperoleh, sehingga minat mereka tetap terbentuk karena dipengaruhi secara kuat oleh faktor risiko.
4. Variabel kesesuaian terbukti tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap minat nasabah menggunakan *M-Banking* KBstar hal ini dapat terlihat dari nilai t hitung yang lebih kecil dari t tabel serta nilai signifikansi yang lebih besar dari nilai alpha. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun semakin sesuai suatu produk, layanan, atau sistem dengan kebutuhan, nilai, dan harapan individu, akan tetapi hal ini tidak menjadi faktor dominan bagi mereka untuk menimbulkan minat mereka untuk menggunakannya.
5. Secara simultan, variabel persepsi kemanfaatan, kemudahan penggunaan, risiko dan kesesuaian menunjukkan pengaruh yang signifikan serta memiliki hubungan yang positif terhadap nasabah menggunakan *M- Banking* KBstar. Hal ini dapat dilihat dari nilai **R = 0,884** menunjukkan adanya hubungan yang

sangat kuat antara variabel independen (TOTALX1, TOTALX2, TOTALX3, dan TOTALX4) terhadap variabel dependen (TOTALY). Nilai **R Square = 0,781** berarti bahwa sebesar 78,1% variasi atau perubahan pada variabel dependen (minat) dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen yang digunakan dalam model penelitian ini, yaitu persepsi kemanfaatan, kemudahan penggunaan, risiko, dan kesesuaian. Sementara itu, sisanya sebesar 21,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian.

B. Implikasi

1. Bagi Bank KB Bukopin

Hasil penelitian ini mengimplikasikan bahwa bank perlu meningkatkan persepsi kemanfaatan *M-Banking* KBstar dengan menghadirkan fitur yang lebih relevan, praktis, dan mendukung kebutuhan transaksi harian nasabah. Selain itu, aspek kemudahan penggunaan harus terus diperhatikan dengan penyediaan desain aplikasi yang sederhana, navigasi jelas, serta dukungan layanan pelanggan yang responsif. Bank juga perlu meminimalkan risiko melalui peningkatan sistem keamanan digital dan edukasi kepada nasabah tentang keamanan transaksi. Selanjutnya, peningkatan kesesuaian aplikasi dengan gaya hidup nasabah, misalnya integrasi dengan kebutuhan pembayaran sehari-hari, akan mendorong meningkatnya minat penggunaan.

2. Bagi Nasabah

Penelitian ini memberikan implikasi bahwa nasabah dapat lebih percaya diri dalam menggunakan *M-Banking* KBstar karena bank senantiasa berupaya

menghadirkan layanan yang bermanfaat, mudah digunakan, aman, serta sesuai dengan kebutuhan finansial modern. Hal ini dapat meningkatkan literasi digital perbankan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Temuan penelitian ini dapat menjadi acuan dalam pengembangan kajian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan perbankan digital. Peneliti selanjutnya dapat memperluas objek penelitian pada bank lain atau menambahkan variabel eksternal seperti kepercayaan (*trust*) dan kualitas layanan (*service quality*) untuk memperkaya model penelitian.

C. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan, maka penelitian memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi mahasiswa diharapkan untuk dapat mengembangkan variabel lain seperti literasi keuangan dan faktor sosial yang juga berpotensi memengaruhi minat menggunakan *M-Banking* KBstar agar hasil penelitian lebih komprehensif atau memperluas wilayah atau populasi penelitian dan menggunakan metode campuran atau kualitatif.
2. Bagi pihak Bank Bukopin diharapkan mampu untuk terus mempertahankan bahkan diharapkan untuk lebih mengembangkan dan memaksimalkan penggunaan *M-Banking* bagi kemudahan nasabahnya agar masyarakat lebih tertarik lagi menggunakan *M-Banking* tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A., & Muttaqin, R. Pengaruh Kompensasi Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Sales Pada Pt Pln Iconplus Kota Bandung). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 10, 6, (2024)
- Abi Fadlan, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya)”, (Malang: Jurnal Administrasi Bisnis 62 (1), 2018)
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2).
- Ali, Abdullah Yusuf. The Holy Qur'an: Text, Translation and Commentary. Diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia oleh Ali Audah. Jakarta: Pustaka Firdaus, Cetakan Pertama, Mei 1994, h.1062.
- Al-Jabri, Ibrahim. M And Sohail, Sadiq. M, Mobile Banking Adoption : Application Of Diffusion Of Innovation Theory. *Business And Management Research*. 07 (Jan). Vol 13. No.4.
- Andri Daisy Rahmad, “Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepercayaan Dan Penggunaan Sms Banking” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 43 No.1 (2017)
- Arkaan Zamiir Tagsya Farid, I. Made Bayu Pramana, and Amoga Lelo Octaviano. "Operasional Photobooth Di Anitaphoto Bali. " *Retina Jurnal Fotografi* 3.1 (2023)
- Augusty Ferdinand, Metode Penelitian Manajemen, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro) (2006)
- Ayu Safitri, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking BCA Syariah Jabodetabek”, (Jakarta: FEB UIN Syarif Hidayatullah)
- Basalamah, Raihanah, and others, ‘Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) Gopay Pada Generasi Milenial Di Kota Palu’, *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4.1 (2022), pp. 57–71, doi:10.24239/jiebi.v4i1.93.57-71

- Darma, and Budi, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)* (Guepedia, 2021)
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3).
- Departemen Agama RI. Al-Qur'an dan Tafsirnya, Jilid VII: Juz 19–20–21. Jakarta: Proyek Pengadaan Kitab Suci Al-Qur'an, Pelita VI Tahun ke-3, 1996/1997. Diterjemahkan oleh Yayasan Penyelenggara Penterjemah Al-Qur'an. Dicitak oleh CV Ferlia Citra Utama.
- Dwi Mutiara Sari, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto Suharto, 'Fitur-Fitur Aplikasi Mobile Banking Bank Syariah', *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*.
- Fadlan, Abi, and Rizki Yudhi Dewantara, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya)', *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol*, 62.1 (2018), pp. 82–89 <www.bni.co.id>
- Febriani, "Pengaruh Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan Terhadap Kinerja UMKM di Kota Malang.
- Giga B Laksana, Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal Administrasi (JAB)* Vol. 26 No. 2 September (2015)
- Herman Darmawi, Manajemen Risiko, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013)
- Hidayat, A. A. (2021). *Cara Mudah Menghitung Besar Sampel*. Health Books Publishing.
- Imam Ghozali, "*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23.*" Semarang: BPFE Universitas Diponegoro, (2016).
- Imam Gozali, *Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 2013* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2018), 160.
- I Putu Agus Eka Pratama, Komputer dan Masyarakat, (Bandung: Informatika, 2012)
- Ikatan Bankir Indonesia , Manajemen Risiko 1 (Gramedia Pustaka: 2015)
- Irmadhani, "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan

Dan Computer Self Efficacy, Terhadap Penggunaan Online Banking”
Journal (UNY : 2012)

Jayantari, Ida Ayu Agung Upadianti, and Ni Ketut Seminari, ‘Peran Kepercayaan Memediasi Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan Mandiri Mobile Banking Di Kota Denpasar’, *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7.5 (2018), p. 2621, doi:10.24843/ejmunud.2018.v07.i05.p13

Jailani, M. S. Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian ilmiah pendidikan pada pendekatan kualitatif dan kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), (2023)

Jonathan Sarwono, Analisis Data Penelitian Menggunakan Spss 13 (Cet.1; Yogyakarta: Cv Andi Offset, 2006)

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

Komarudin, Kamus Perbankan, (Jakarta: Grafindo, 1994),

Laksana, Giga Bawa, Endang Siti Astuti, and Rizki Yudhi Dewantara, ‘Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang , Jawa Tengah)’, *Jurnal Administrasi Bisnis*, 26.2 (2015), pp. 1–8

Lia Sandra Alimbudiono, *Konsep Pengetahuan Akuntansi Manajemen Lingkungan*. (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2020), 11.

Malayu Hasibuan, Dasar-dasar Perbankan, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008)

Mardikaningsih, R., & Darmawan, D. Peranan Sistem Informasi Persediaan terhadap Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kegunaan Yang Dirasakan, dan Kepuasan Pengunjung Toko Buku. *Realible Accounting Journal*, 1(1), (2021)

Marsila, R. Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas, Brand Image, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Nasabah dalam Pengambilan Kredit Pemilikan Rumah Non Subidi: Studi Kasus pada Konsumen Matahari Department Store Java Supermall di Semarang. *Jurnal Manajemen Dan Profesional*, 4(1), (2023)

Mandrata, Muhammad Ilham, and Yudi Sutarso, ‘Pengaruh Kegunaan, Kesesuaian, Keuntungan Relatif, Motivasi Hedonik Dan Risiko Yang Dirasakan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Mandiri SurabayaYang

- Dimediasi Niat Perilaku Nasabah', *Journal of Business & Banking*, 9.1 (2019), pp. 1–18, doi:10.14414/jbb.v9i1.1501
- Mukhtisar, Mukhtisar, Ismail Rasyid Ridla Tarigan, and Evriyenni Evriyenni, 'Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh)', *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 3.1 (2021), p. 56,
- Muhammad Ilham. Pengaruh Kegunaan, Kesesuaian, Keuntungan Relatif, Motivasi Hedonik Dan Risiko Yang Dirasakan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Mandiri Surabaya Yang Dimediasi Niat Perilaku Nasabah, (Surabaya : STIE Perbanas, 2018)
- Muhammad Yusuf S.Barusman, "Pemanfaatan E-Banking Dalam Industri Perbankan dari Strusture-Conduct-Performance Paradigm di Indonesia", Dalam Jurnal Manajemen Dan Bisnis, Vol.1, No.1, 2010
- Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Edisi revisi 2, (Cet. V ; Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada, 2016)
- Novia Suhada Agustin, "*Pengaruh Motivasi dan Minat Terhadap Peluang Bekerja Di Sektor Perbankan Syariah (Studi Pada Mahasiswa S1 Perbankan Syariah)*", (Skripsi Institut Agama Islam Negeri BukiTinggi), 28.
- Nurilmi, I., Sudrajat, S., & Nurahman, I. S. Tingkat Kepuasan Petani Padi Terhadap Kinerja Penyuluh Pertanian Lapangan Di Desa Talagasari Kecamatan Kawali Kabupaten Ciamis. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 10(1), (2023)
- Ningsih, S. N., & Akhmadi, A. Profitabilitas, struktur modal dan nilai perusahaan: uji signifikansi faktor mediasi. In *MDP Student Conference*, Vol. 1, No. 1, (2022, January)
- Nugraha, B. *Pengembangan uji statistik: Implementasi metode regresi linier berganda dengan pertimbangan uji asumsi klasik*. Pradina Pustaka, (2022).
- Pedoman Modul Statistik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu (2020),55.
- Permana, Wahyu Septian. Pengaruh Lingkungan Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pengadilan Agama Kabupaten Karawang. Diss. UBP Karawang, 2023.
- Pringgadini, S. A., & Basiya, R. Pengaruh Kepercayaan, Perceived Security, Dan

- Risiko Terhadap Minat Penggunaan E-Payment Pospay (Studi Kasus Pengguna Pospay Kantor Pos Pati). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), (2022)
- Putra, R., & Widodo, A. (2020). Pengaruh kesesuaian layanan digital banking terhadap minat adopsi pengguna. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, 4(2).
- Qomariah, N., Firdaus, R., & Herlambang, T. Peran Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Kepuasan Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Koperasi. *PROSENAMA*, 3, (2023)
- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan e-wallet pada mahasiswa STIE Bank BPD Jateng. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 2(2), (2020)
- Ramayulis, Metodologi Pengajaran Agama Islam, (Jakarta: Kalam Mulis, 2001)
- Resti Anatiya, “*Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Dengan Attitude Toward Using Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Masyarakat Kota Bandar Lampung)*”, (Bandar Lampung: UINRIL, 2022),
- Romdona, S., Junista, S. S., & Gunawan, A. TEKNIK PENGUMPULAN DATA: OBSERVASI, WAWANCARA DAN KUESIONER. *JISOSEPOL: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi dan Politik*, 3(1), (2025).
- Salim Bahreisy & Said Bahreisy, Terjemah Singkat Tafsir Ibnu Katsier Cet.1(Surabaya: PT Bina Ilmu, 1988).
- Sari, D., & Setiawan, A. (2020). Persepsi risiko dan pengaruhnya terhadap minat penggunaan layanan perbankan digital. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(2).
- Schierz, Affecting Factor Of Use, And Risk Perceptions Attitude Toward Of Mobile Banking, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2010).
- Septiana Adawiah, “*Pengaruh Persepsi Tentang Kesesuaian Dan Resiko Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan BSI Mobile Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Bintaro*”. (Jakarta: FAIUMJ, 2022).
- Shihab, M. Quraish. Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an.

- Jakarta: Lentera Hati, Cetakan I, Sya'ban 1424 H/Oktober 2003. Diterbitkan atas kerja sama dengan Perpustakaan Umum Islam Iman Jama'.
- Siregar, D. S. *Determinan minat menggunakan quick response indonesian standard (QRIS)* (Doctoral dissertation, IAIN Padangsidempuan). (2021).
- Slameto, Belajar dan Faktor-faktor yang mempengaruhinya, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010)
- Sofwatillah, Risnita, M. Syahrani Jailani, dan Deassy Arestya Saksitha "*Teknik Analisis Data Kuantitatif Dan Kualitatif Dalam Penelitian Ilmiah*" (Jambi: 2024)
- Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2017)
- Sulistyo Seti Utami Dan Berlianingsih Kusumawati, "*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Money*". Jurnal Balance, Vol. 14, No.2 (2017)
- Sun, H., & Zhang, P. (2006). The role of moderating factors in user technology acceptance. *International Journal of Human-Computer Studies*, 64 (2).
- Suwartono, *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014).
- Sitirajak, MM, T. (2019). PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN LAYANAN PEMBAYARAN DIGITAL GO-PAY. Jurnal Manajemen, Vol. 8 No. 2 (2019): Mei
- Taan, H. Kemudahan penggunaan dan harga terhadap minat beli online konsumen. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), (2021)
- Tamsir, Sonya Pebriani, Windiana Windiana, and Satim Hamid. "Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopindy." *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)* 6.3 (2022).
- Wahyu Agus Winarno, Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi (Analysis Behavioral Intention To Use Of Mobile Banking Technology Acceptance Model (TAM) Approach Modified), *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, Volume IV (1). (2017)

- Waluyo, E., Septian, A., Jerilian, E., Hidayat, I. N., Prahadi, M. A., Prasetyo, T., & Sabilah, A. I. Analisis data sample menggunakan uji hipotesis penelitian perbandingan menggunakan uji anova dan uji t. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(6), (2024).
- Widyawati, F., & Ferdian, R. Pengaruh Return On Asset, Debt To Asset Ratio dan Ukuran Perusahaan Terhadap Earning Per Share. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 2(1), (2024).
- Yandi, Andri, M. Ridho Mahaputra, and M. Rizky Mahaputra, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan (Literature Review)', *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta*, 1.1 (2023), pp. 14–27, doi:10.38035/jkmt.v1i1.8.
- Yuliana, Kristia, 'Pelatihan SmartPLS 3.0 Untuk Pengujian Hipotesis Penelitian Kuantitatif', *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5.1 (2021), pp. 43–50.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : LEMBAR PENGAJUAN JUDUL

**PERSETUJUAN JUDUL SKRIPSI OLEH
DOSEN PENASEHAT AKADEMIK**

Judul

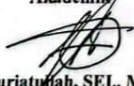
✓ Judul 1
"PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI RESIKO DAN PERSEPSI KESESUAIAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENGGUNAKAN M-BANKING (STUDI KASUS NASABAH KB BANK BUKOPIN PALU)."

• Judul 2
"PENGARUH RELIGIUSITAS, PERSEPSI DAN MOTIVASI MASYARAKAT KOTARINDAU TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH BANK SYARIAH."

• Judul 3
"PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN, PERSEPSI PENGGUNAAN DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP MINAT MAHASISWA FEBI UIN DATOKARAMA PALU MENGGUNAKAN BSI MOBILE"

Palu, September 2024

Mengetahui
Dosen Penasehat
Akademik



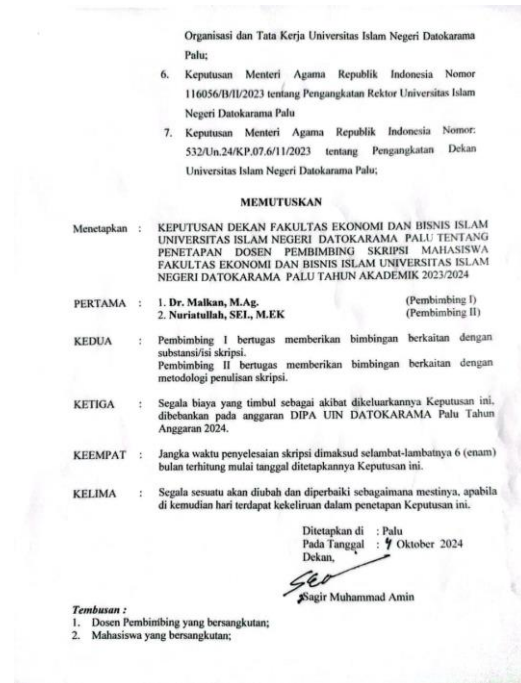
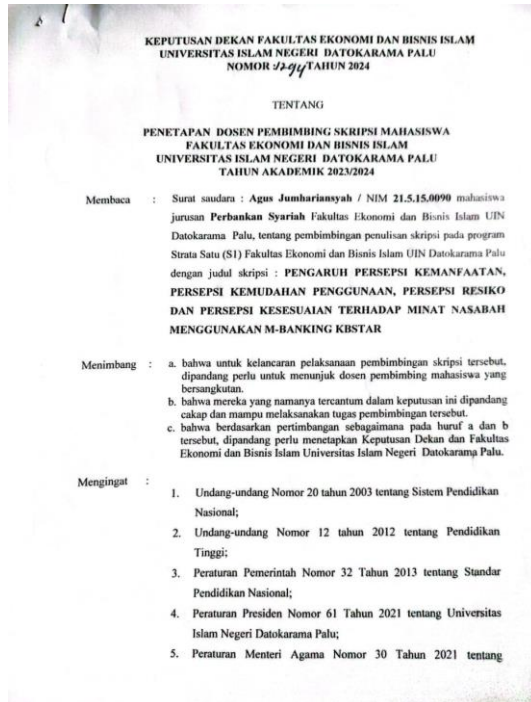
Nuriatyah, SEL., M.E.K
NIP.19900608 201903 200

Diusulkan
Mahasiswa



AGUS JUMHARIANSYAH
NIM.215150090

LAMPIRAN 2 : SK PEMBIMBING



LAMPIRAN 3 : PERMOHONAN PENGISIAN KUESIONER PENELITIAN

KUESIONER PENELITIAN

Bersama ini, saya Agus Jumhariansyah mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu memohon kesediaan bapak/ibu untuk mengisi daftar kuesioner yang diberikan. Informasi yang bapak/ibu berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi saya dalam rangka menyelesaikan penelitian saya guna menyelesaikan studi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Risiko Dan Kesesuaian Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *M-Banking* Kbstar”**. Seluruh jawaban akan dirahasiakan. Atas bantuan dan kesediaan waktu bapak/ibu saya mengucapkan terimakasih.

A. Identitas Responden

1. Nama
2. Jenis Kelamin
 - a. Perempuan
 - b. Laki-laki
3. Usia
 - a. ≥ 50 tahun (usia 50 tahun atau lebih)
 - b. ≤ 50 tahun (usia 50 tahun atau kurang)
4. Pendidikan Terakhir
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMA/SMK/MA
 - d. S1/S2/S3
5. Pekerjaan
 - a. Pelajar/Mahasiswa
 - b. Pegawai Negeri

- c. Pegawai Swasta
- d. Wirausaha

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Berilah tanda checklist pada jawaban yang Bapak/Ibu anggap paling sesuai.
2. Setiap satu pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban saja.
3. Isi jawaban berikut sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu dengan memberikan tanda check list pada kolom yang tersedia. Kuesioner ini menggunakan skala Likert dengan keterangan sebagai berikut:
 - a. Skala 1 = Sangat Tidak Setuju (STS),
 - b. Skala 2 = Tidak Setuju (TS),
 - c. Skala 3 = Netral/Ragu-ragu (N),
 - d. Skala 4 = Setuju (S),
 - e. Skala 5 = Sangat Setuju (SS).

C. Kuesioner Penelitian

Persepsi Kemanfaatan (X₁)

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya bisa menyelesaikan transaksi lebih cepat dengan layanan digital.					
2.	Teknologi bank membantu saya dalam aktivitas kerja.					
3.	Layanan digital membuat saya lebih produktif.					
4.	Transaksi saya lebih lancar sejak menggunakan layanan digital.					
5.	Saya merasa layanan digital membuat transaksi lebih efektif.					
6.	Saya bisa menyelesaikan urusan keuangan dengan cepat.					
7.	Saya merasa layanan ini memberi manfaat nyata.					
8.	Saya terbantu dalam banyak hal dengan layanan digital.					

Persepsi Kemudahan Penggunaan (X₂)

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya cepat paham cara memakai aplikasi bank.					
2.	Layanan digital mudah dipelajari.					
3.	Informasi pada aplikasi bank sangat jelas.					
4.	Proses transaksi dijelaskan dengan baik.					
5.	Saya mudah mengerti cara transaksi digital.					
6.	Bahasa yang digunakan mudah dimengerti.					
7.	Saya bisa menggunakan aplikasi kapan saja.					
8.	Saya bebas mengatur transaksi saya.					
9.	Saya merasa aman karena bisa mengontrol semua transaksi.					
10.	Saya bisa mengatur sendiri aktivitas keuangan.					

Persepsi Risiko (X₃)

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya khawatir data saya dicuri saat menggunakan layanan digital bank.					
2.	Saya merasa layanan digital rawan terhadap peretasan.					
3.	Saya merasa biaya layanan digital bank cukup tinggi.					
4.	Saya merasa layanan digital bank tidak sepenuhnya gratis.					
5.	Saya khawatir terkena penipuan saat bertransaksi digital.					
6.	Saya ragu terhadap keamanan transaksi digital.					

Persepsi Kesesuaian (X₄)

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya bisa melakukan semua transaksi yang saya butuhkan melalui aplikasi bank.					
2.	Aplikasi bank mendukung kebutuhan saya dalam bertransaksi secara praktis.					
3.	Saya merasa layanan digital bank mengikuti perkembangan zaman.					
4.	Saya merasa nyaman menggunakan layanan digital sebagai bagian dari rutinitas saya.					
5.	Saya lebih memilih layanan digital dibandingkan transaksi langsung di kantor cabang.					
6.	Saya merasa puas dengan fleksibilitas layanan digital bank.					

Minat Nasabah (Y)

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya ingin terus menggunakan layanan digital dari bank ini.					
2.	Saya merekomendasikan layanan ini kepada orang lain.					
3.	Saya puas dengan layanan digital yang diberikan oleh bank.					
4.	Saya merasa nyaman saat menggunakan layanan digital bank.					
5.	Saya tidak berniat berhenti menggunakan layanan digital dari bank ini.					
6.	Saya merasa keputusan saya menggunakan layanan digital bank sudah tepat.					

LAMPIRAN 4 : SURAT IZIN KETERANGAN MENELITI

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU
جامعة داتوكاراما الإسلامية الحكومية بالو
STATE ISLAMIC UNIVERSITY DATOKARAMA PALU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Diponegoro No 23 Palu. Telp. 0451-469798, Fax 0451-460165.
Website : www.iainpalu.ac.id email : human@iainpalu.ac.id

Nomor : 321/Un.24/F.V/PP.00.9/09/2025
Sifat : Penting
Lampiran : -
Hal : Izin Penelitian

Palu, 21 September 2025

Kepada Yth.
Kepala Kantor PT. KB Bukopin
di -
Tempat

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

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

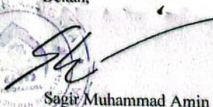
Nama	: Agus Jumhariansyah
NIM	: 21.5.15.0090
TTL	: Kaltim (Berau), 22 Agustus 2003
Semester	: VIII (Delapan)
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi	: Perbankan Syariah
Alamat	: Desa Kotarindau Kab. Sigi

Untuk melakukan Penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul : ***"Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Risiko Dan Kesesuaian Terhadap Minat Nasabah Menggunakan M-Banking KBSTAR"***

Untuk maksud tersebut diharapkan kiranya kepada yang bersangkutan dapat diberikan izin untuk melakukan Penelitian di Kantor PT. KB Bukopin

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

Wassalam.

Dekan,

Sagir Muhammad Amin



LAMPIRAN 5 : TABULASI DATA

X1.1								
	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	x1.7	x1.8	totalx1
4,753	1,000	1,000	1,000	4,669	3,504	1,000	2,887	19,813
3,575	3,476	2,469	1,815	4,669	3,504	3,173	2,887	25,567
4,753	3,476	4,625	3,246	3,453	3,504	3,173	2,887	29,117
2,702	1,714	2,469	1,815	4,669	4,733	3,173	2,887	24,161
3,575	4,762	4,625	4,445	3,453	4,733	4,374	4,210	34,178
4,753	3,476	3,430	4,445	4,669	4,733	4,374	2,887	32,766
4,753	3,476	4,625	3,246	2,452	3,504	3,173	4,210	29,440
3,575	4,762	3,430	1,815	3,453	3,504	3,173	2,887	26,599
4,753	4,762	4,625	4,445	4,669	4,733	4,374	4,210	36,571
3,575	3,476	3,430	3,246	3,453	3,504	3,173	2,887	26,744
2,702	2,430	2,469	2,411	3,453	3,504	2,352	4,210	23,530
2,702	2,430	2,469	2,411	1,000	1,000	2,352	4,210	18,573
3,575	3,476	3,430	3,246	3,453	3,504	3,173	4,210	28,068
3,575	3,476	3,430	3,246	2,452	2,512	3,173	1,883	23,747
3,575	3,476	3,430	3,246	3,453	3,504	3,173	4,210	28,068
1,935	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,781	1,883	10,599
3,575	3,476	3,430	3,246	2,452	3,504	3,173	4,210	27,066
3,575	3,476	2,469	2,411	2,452	2,512	3,173	4,210	24,278
4,753	3,476	4,625	2,411	3,453	3,504	2,352	2,887	27,460
4,753	4,762	4,625	4,445	4,669	4,733	4,374	4,210	36,571
3,575	3,476	3,430	3,246	3,453	3,504	3,173	4,210	28,068
4,753	4,762	4,625	4,445	4,669	4,733	4,374	4,210	36,571
3,575	3,476	3,430	3,246	2,452	3,504	2,352	1,883	23,918
2,702	2,430	3,430	2,411	2,452	2,512	3,173	4,210	23,320
3,575	3,476	3,430	3,246	3,453	3,504	3,173	4,210	28,068
3,575	3,476	3,430	3,246	2,452	3,504	3,173	4,210	27,066
2,702	3,476	3,430	2,411	2,452	2,512	3,173	2,887	23,042
4,753	4,762	4,625	4,445	2,452	4,733	4,374	4,210	34,354
2,702	2,430	3,430	3,246	2,452	2,512	2,352	2,887	22,010
2,702	1,714	1,714	1,000	1,707	2,512	1,781	1,000	14,130
3,575	3,476	3,430	3,246	3,453	3,504	3,173	4,210	28,068
3,575	4,762	4,625	4,445	4,669	4,733	4,374	4,210	35,393
3,575	2,430	3,430	3,246	3,453	3,504	2,352	2,887	24,876
4,753	4,762	4,625	4,445	3,453	4,733	4,374	4,210	35,356
3,575	3,476	3,430	3,246	3,453	3,504	3,173	4,210	28,068
4,753	4,762	4,625	4,445	4,669	4,733	4,374	4,210	36,571
4,753	3,476	4,625	3,246	3,453	3,504	3,173	2,887	29,117
3,575	1,714	2,469	4,445	2,452	1,761	1,000	1,883	19,300
4,753	4,762	4,625	4,445	4,669	4,733	4,374	2,887	35,248
2,702	2,430	1,714	2,411	1,707	2,512	2,352	2,887	18,713

2,702	3,476	3,430	3,246	3,453	3,504	3,173	4,210	27,194
3,575	4,762	3,430	3,246	3,453	3,504	3,173	2,887	28,030
3,575	3,476	3,430	3,246	2,452	3,504	3,173	2,887	25,743
3,575	2,430	2,469	2,411	2,452	2,512	2,352	2,887	21,087
2,702	3,476	3,430	3,246	3,453	3,504	3,173	4,210	27,194
1,935	2,430	2,469	2,411	2,452	2,512	2,352	2,887	19,446
3,575	3,476	3,430	3,246	3,453	3,504	4,374	4,210	29,269
3,575	3,476	3,430	3,246	2,452	2,512	3,173	2,887	24,751
1,935	1,714	1,714	1,815	1,707	1,761	1,781	2,887	15,313
3,575	2,430	2,469	2,411	3,453	1,761	3,173	2,887	22,159
2,702	2,430	2,469	1,815	3,453	2,512	2,352	4,210	21,943
1,935	1,714	1,714	1,815	1,707	1,761	1,781	4,210	16,637
3,575	3,476	4,625	3,246	2,452	3,504	4,374	1,883	27,135
2,702	3,476	3,430	4,445	2,452	2,512	4,374	4,210	27,602
3,575	3,476	3,430	3,246	3,453	3,504	3,173	4,210	28,068
1,935	2,430	2,469	1,815	1,707	2,512	1,781	1,883	16,531
3,575	3,476	3,430	3,246	3,453	3,504	3,173	4,210	28,068
4,753	3,476	3,430	3,246	3,453	3,504	3,173	4,210	29,246
3,575	3,476	2,469	2,411	3,453	3,504	1,781	4,210	24,879
2,702	2,430	2,469	2,411	2,452	2,512	2,352	2,887	20,213
3,575	2,430	3,430	3,246	1,000	1,761	1,781	2,887	20,109
3,575	3,476	3,430	3,246	4,669	3,504	3,173	4,210	29,283
2,702	3,476	3,430	3,246	3,453	1,761	3,173	2,887	24,128
3,575	2,430	3,430	3,246	3,453	3,504	2,352	4,210	26,200
2,702	3,476	3,430	4,445	3,453	2,512	4,374	4,210	28,603
4,753	3,476	3,430	3,246	3,453	3,504	3,173	2,887	27,922
3,575	3,476	3,430	3,246	3,453	2,512	4,374	1,883	25,950
3,575	4,762	4,625	4,445	3,453	3,504	4,374	4,210	32,949
4,753	3,476	3,430	3,246	3,453	3,504	4,374	4,210	30,447
4,753	4,762	4,625	4,445	3,453	3,504	4,374	4,210	34,127
4,753	3,476	3,430	3,246	3,453	3,504	3,173	4,210	29,246
4,753	4,762	4,625	4,445	3,453	3,504	4,374	2,887	32,804
4,753	3,476	3,430	4,445	4,669	4,733	3,173	2,887	31,565
3,575	3,476	2,469	4,445	2,452	3,504	4,374	2,887	27,182
1,935	3,476	2,469	1,815	4,669	2,512	1,000	2,887	20,762
3,575	4,762	4,625	3,246	3,453	4,733	3,173	4,210	31,777
3,575	3,476	4,625	2,411	4,669	4,733	4,374	1,000	28,862
1,935	3,476	2,469	1,815	2,452	3,504	2,352	2,887	20,888
4,753	3,476	3,430	3,246	3,453	4,733	4,374	4,210	31,675
4,753	4,762	4,625	4,445	4,669	4,733	4,374	2,887	35,248
2,702	4,762	4,625	2,411	3,453	3,504	3,173	4,210	28,840
4,753	4,762	4,625	4,445	3,453	4,733	4,374	1,883	33,029
2,702	2,430	2,469	3,246	3,453	2,512	3,173	4,210	24,195
4,753	4,762	4,625	4,445	3,453	4,733	4,374	2,887	34,032
4,753	3,476	3,430	3,246	4,669	4,733	4,374	4,210	32,891

4,753	2,430	2,469	3,246	4,669	3,504	4,374	1,883	27,328
4,753	3,476	3,430	4,445	2,452	2,512	3,173	2,887	27,128
1,000	2,430	2,469	3,246	3,453	3,504	1,781	4,210	22,093
4,753	2,430	1,714	4,445	1,707	4,733	3,173	2,887	25,841
4,753	3,476	2,469	4,445	2,452	3,504	4,374	2,887	28,360
3,575	3,476	4,625	4,445	2,452	2,512	3,173	2,887	27,146

x2.1

	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	x2.7	x2.8	x2.9	x2.10	totalx2
3,341	3,275	3,060	1,761	1,805	3,038	3,349	3,471	2,067	1,982	27,149
3,341	2,367	3,060	2,941	2,420	3,038	3,349	2,457	3,287	4,951	31,211
4,651	4,496	2,236	2,210	4,484	4,329	4,578	2,457	4,607	4,951	38,998
3,341	3,275	4,340	4,210	4,484	3,038	1,745	3,471	2,067	4,951	34,923
4,651	2,367	3,060	2,941	3,270	2,101	1,745	3,471	2,067	3,648	29,319
3,341	3,275	4,340	4,210	4,484	4,329	4,578	4,736	4,607	4,951	42,853
3,341	4,496	3,060	2,941	3,270	3,038	4,578	3,471	4,607	3,648	36,449
3,341	3,275	3,060	2,210	3,270	3,038	3,349	2,457	3,287	3,648	30,935
3,341	3,275	3,060	2,941	2,420	4,329	4,578	3,471	4,607	3,648	35,670
4,651	2,367	3,060	2,210	3,270	1,622	4,578	3,471	4,607	3,648	33,482
4,651	4,496	3,060	4,210	2,420	3,038	3,349	1,745	3,287	3,648	33,904
3,341	3,275	4,340	4,210	4,484	4,329	4,578	4,736	4,607	4,951	42,853
4,651	4,496	4,340	2,941	1,805	4,329	3,349	2,457	3,287	4,951	36,606
3,341	4,496	1,761	4,210	3,270	4,329	4,578	1,000	4,607	4,951	36,544
3,341	2,367	3,060	2,941	3,270	3,038	4,578	2,457	4,607	3,648	33,305
3,341	4,496	4,340	4,210	3,270	4,329	3,349	4,736	3,287	3,648	39,008
3,341	3,275	3,060	2,941	3,270	4,329	4,578	3,471	4,607	3,648	36,520
1,714	4,496	3,060	2,941	3,270	3,038	3,349	3,471	3,287	3,648	32,274
1,000	1,000	3,060	2,941	1,000	2,101	4,578	3,471	1,000	1,000	21,150
2,325	1,745	2,236	2,941	2,420	3,038	4,578	3,471	2,067	2,667	27,486
4,651	3,275	4,340	4,210	4,484	4,329	3,349	3,471	3,287	3,648	39,046
2,325	1,745	2,236	1,761	3,270	1,622	4,578	4,736	4,607	4,951	31,830
4,651	4,496	4,340	4,210	3,270	4,329	3,349	4,736	3,287	4,951	41,620
3,341	4,496	4,340	4,210	3,270	3,038	4,578	4,736	4,607	3,648	40,264
4,651	3,275	4,340	4,210	4,484	3,038	2,403	3,471	4,607	4,951	39,432
3,341	1,745	4,340	4,210	4,484	3,038	3,349	3,471	4,607	3,648	36,234
4,651	4,496	4,340	4,210	4,484	4,329	4,578	4,736	4,607	4,951	45,383
3,341	3,275	3,060	2,941	3,270	3,038	3,349	3,471	3,287	3,648	32,680
2,325	2,367	3,060	4,210	3,270	2,101	3,349	3,471	4,607	2,667	31,426
2,325	2,367	3,060	4,210	3,270	3,038	1,000	1,000	4,607	1,982	26,858
3,341	3,275	3,060	2,941	3,270	3,038	3,349	3,471	3,287	3,648	32,680
3,341	3,275	3,060	2,941	3,270	3,038	2,403	2,457	3,287	3,648	30,720
3,341	3,275	3,060	2,941	3,270	3,038	3,349	3,471	3,287	3,648	32,680

1,000	1,000	1,761	1,761	1,000	1,622	1,000	1,000	2,067	1,982	14,193
3,341	3,275	3,060	2,941	3,270	3,038	2,403	3,471	3,287	3,648	31,735
2,325	2,367	3,060	4,210	3,270	3,038	2,403	2,457	3,287	2,667	29,084
4,651	2,367	4,340	4,210	2,420	2,101	3,349	3,471	4,607	4,951	36,467
4,651	4,496	4,340	4,210	4,484	4,329	4,578	4,736	4,607	4,951	45,383
3,341	3,275	3,060	2,941	3,270	3,038	3,349	3,471	3,287	3,648	32,680
4,651	4,496	4,340	4,210	4,484	4,329	4,578	4,736	4,607	4,951	45,383
3,341	3,275	4,340	2,941	3,270	3,038	2,403	3,471	4,607	4,951	35,638
3,341	2,367	3,060	4,210	3,270	3,038	2,403	2,457	3,287	2,667	30,100
3,341	3,275	3,060	2,941	3,270	3,038	3,349	3,471	3,287	3,648	32,680
3,341	3,275	3,060	2,941	2,420	3,038	2,403	3,471	3,287	2,667	29,904
3,341	2,367	4,340	2,941	4,484	4,329	2,403	2,457	3,287	2,667	32,617
4,651	4,496	4,340	4,210	4,484	4,329	2,403	4,736	4,607	4,951	43,209
3,341	3,275	3,060	4,210	2,420	3,038	2,403	2,457	4,607	2,667	31,478
1,714	1,000	1,000	1,000	1,805	1,000	1,745	2,457	2,067	1,982	15,769
3,341	3,275	3,060	2,941	3,270	3,038	3,349	3,471	3,287	3,648	32,680
4,651	4,496	4,340	4,210	4,484	4,329	4,578	4,736	4,607	2,667	43,098
3,341	3,275	3,060	2,210	2,420	3,038	3,349	3,471	3,287	3,648	31,100
4,651	4,496	4,340	4,210	4,484	4,329	3,349	4,736	3,287	4,951	42,835
3,341	3,275	3,060	2,941	3,270	3,038	3,349	3,471	3,287	3,648	32,680
4,651	4,496	4,340	4,210	4,484	4,329	4,578	4,736	4,607	4,951	45,383
4,651	3,275	4,340	4,210	3,270	3,038	3,349	3,471	4,607	3,648	37,859
2,325	4,496	4,340	4,210	1,805	1,000	2,403	1,745	4,607	1,982	28,913
4,651	4,496	4,340	4,210	4,484	4,329	4,578	4,736	4,607	4,951	45,383
1,714	2,367	1,000	1,761	2,420	2,101	1,745	2,457	2,067	1,982	19,613
3,341	3,275	4,340	4,210	3,270	3,038	3,349	3,471	3,287	3,648	35,231
3,341	3,275	2,236	2,941	3,270	3,038	3,349	3,471	3,287	3,648	31,856
3,341	3,275	4,340	4,210	4,484	2,101	2,403	3,471	3,287	3,648	34,562
2,325	2,367	2,236	2,941	2,420	3,038	2,403	2,457	4,607	3,648	28,441
3,341	3,275	3,060	2,941	3,270	3,038	3,349	3,471	3,287	2,667	31,699
2,325	2,367	1,761	1,761	1,805	2,101	2,403	2,457	2,067	2,667	21,713
3,341	3,275	4,340	4,210	4,484	4,329	3,349	3,471	3,287	3,648	37,736
3,341	3,275	3,060	4,210	3,270	3,038	2,403	2,457	3,287	3,648	31,990
1,714	1,745	1,761	1,761	1,805	1,622	1,745	1,745	2,067	1,982	17,946
2,325	2,367	3,060	2,941	3,270	3,038	3,349	1,745	3,287	3,648	29,029
2,325	1,745	3,060	2,941	2,420	4,329	3,349	2,457	3,287	4,951	30,864
1,714	1,745	1,761	1,000	1,805	1,000	1,745	1,745	2,067	1,982	16,563
4,651	3,275	2,236	2,941	3,270	3,038	2,403	3,471	3,287	3,648	32,220
3,341	4,496	3,060	4,210	4,484	3,038	2,403	2,457	3,287	3,648	34,425
3,341	3,275	3,060	2,941	3,270	3,038	3,349	3,471	3,287	3,648	32,680
2,325	1,745	1,761	2,210	2,420	2,101	1,745	2,457	2,515	2,667	21,945
3,341	3,275	3,060	2,941	3,270	3,038	3,349	3,471	3,287	3,648	32,680
3,341	3,275	4,340	4,210	4,484	4,329	3,349	3,471	3,287	3,648	37,736
2,325	2,367	4,340	4,210	4,484	2,101	3,349	3,471	3,287	2,667	32,602
2,325	2,367	2,236	2,210	2,420	2,101	2,403	2,457	2,515	2,667	23,700

3,341	3,275	4,340	2,941	4,484	3,038	1,000	1,745	3,287	3,648	31,100
3,341	3,275	3,060	2,941	3,270	3,038	4,578	3,471	3,287	3,648	33,909
3,341	3,275	3,060	2,941	3,270	3,038	3,349	1,745	4,607	3,648	32,273
3,341	3,275	4,340	4,210	4,484	3,038	3,349	3,471	3,287	3,648	36,445
3,341	4,496	3,060	4,210	3,270	3,038	3,349	2,457	4,607	3,648	35,475
3,341	3,275	4,340	4,210	4,484	4,329	3,349	3,471	4,607	3,648	39,056
3,341	3,275	4,340	4,210	4,484	4,329	3,349	2,457	3,287	3,648	36,722
4,651	4,496	4,340	4,210	4,484	4,329	3,349	3,471	4,607	3,648	41,586
3,341	3,275	4,340	4,210	4,484	4,329	3,349	3,471	3,287	4,951	39,040
4,651	4,496	4,340	4,210	4,484	4,329	3,349	3,471	4,607	3,648	41,586
3,341	3,275	4,340	4,210	3,270	4,329	3,349	3,471	4,607	3,648	37,841
4,651	4,496	4,340	4,210	4,484	4,329	3,349	3,471	4,607	3,648	41,586
4,651	3,275	3,060	4,210	4,484	4,329	3,349	4,736	4,607	3,648	40,350

x3.1						
	x3.2	x3.3	x3.4	x3.5	x3.6	totalx3
4,651	2,403	4,550	1,622	4,587	4,074	21,886
3,430	4,677	3,334	4,166	1,763	1,745	19,115
3,430	2,403	2,467	2,907	1,763	1,745	14,714
4,651	4,677	3,334	4,166	4,587	4,074	25,489
4,651	3,430	4,550	2,907	4,587	4,074	24,198
3,430	3,430	1,847	1,000	1,000	2,835	13,542
3,430	3,430	2,467	4,166	4,587	4,074	22,154
2,474	2,403	3,334	4,166	3,290	4,074	19,741
4,651	4,677	4,550	4,166	3,290	2,835	24,168
4,651	3,430	3,334	4,166	4,587	4,074	24,242
1,761	2,403	2,467	2,907	2,360	2,835	14,732
3,430	3,430	4,550	4,166	3,290	4,074	22,940
4,651	4,677	3,334	2,907	4,587	4,074	24,230
4,651	3,430	3,334	4,166	4,587	2,835	23,003
4,651	3,430	4,550	2,907	4,587	4,074	24,198
2,474	2,403	1,847	1,000	3,290	2,835	13,849
4,651	4,677	3,334	4,166	4,587	4,074	25,489
2,474	3,430	3,334	1,622	4,587	2,835	18,282
1,000	1,000	1,000	4,166	2,360	1,000	10,526
3,430	2,403	1,847	2,907	2,360	2,160	15,107
3,430	4,677	3,334	2,076	3,290	4,074	20,881
1,761	2,403	1,847	2,907	4,587	2,160	15,665
4,651	4,677	4,550	2,907	4,587	4,074	25,445
3,430	3,430	4,550	2,076	3,290	4,074	20,850
3,430	4,677	3,334	4,166	3,290	4,074	22,971
4,651	3,430	1,847	4,166	3,290	4,074	21,458

4,651	4,677	4,550	4,166	4,587	4,074	26,704
3,430	3,430	3,334	2,907	3,290	2,835	19,226
2,474	2,403	2,467	2,076	2,360	2,835	14,615
2,474	2,403	2,467	2,076	2,360	2,835	14,615
3,430	3,430	3,334	2,907	3,290	2,835	19,226
3,430	3,430	3,334	2,907	3,290	2,835	19,226
3,430	3,430	3,334	2,907	3,290	2,835	19,226
1,000	1,000	1,000	1,000	1,763	1,745	7,507
3,430	3,430	3,334	2,907	3,290	2,835	19,226
3,430	2,403	2,467	2,907	3,290	2,835	17,331
3,430	4,677	2,467	2,907	3,290	4,074	20,845
4,651	4,677	4,550	4,166	4,587	4,074	26,704
3,430	3,430	3,334	2,907	3,290	2,835	19,226
4,651	4,677	4,550	4,166	4,587	4,074	26,704
3,430	3,430	3,334	2,907	3,290	4,074	20,465
2,474	3,430	2,467	2,076	3,290	2,835	16,573
3,430	3,430	3,334	2,907	3,290	2,835	19,226
3,430	3,430	3,334	2,907	3,290	2,835	19,226
3,430	3,430	2,467	2,907	3,290	4,074	19,598
4,651	4,677	4,550	4,166	4,587	4,074	26,704
2,474	3,430	3,334	2,076	3,290	2,835	17,440
1,761	1,662	1,000	1,622	1,763	1,000	8,808
3,430	3,430	3,334	2,907	3,290	2,835	19,226
4,651	4,677	4,550	4,166	4,587	4,074	26,704
2,474	3,430	3,334	2,076	4,587	2,835	18,737
4,651	4,677	4,550	4,166	4,587	4,074	26,704
3,430	3,430	3,334	2,907	3,290	2,835	19,226
4,651	4,677	4,550	4,166	4,587	4,074	26,704
3,430	4,677	3,334	2,907	3,290	4,074	21,712
1,761	2,403	4,550	1,622	3,290	4,074	17,699
4,651	4,677	4,550	4,166	4,587	4,074	26,704
2,474	1,662	2,467	2,076	2,360	1,000	12,040
3,430	3,430	3,334	2,907	3,290	4,074	20,465
4,651	3,430	3,334	4,166	4,587	2,160	22,328
3,430	3,430	3,334	2,907	3,290	4,074	20,465
2,474	2,403	2,467	2,076	2,360	2,160	13,940
3,430	3,430	3,334	4,166	4,587	2,835	21,783
2,474	2,403	2,467	4,166	4,587	1,745	17,842
3,430	3,430	3,334	2,907	4,587	4,074	21,762
3,430	3,430	3,334	2,907	3,290	2,835	19,226
1,761	1,662	1,847	4,166	3,290	1,745	14,472
2,474	2,403	2,467	4,166	3,290	2,835	17,635
2,474	2,403	1,847	4,166	3,290	2,835	17,015
1,761	1,662	1,847	2,907	2,360	1,745	12,282
3,430	4,677	3,334	2,907	3,290	2,160	19,798

3,430	3,430	4,550	4,166	4,587	2,835	22,998
3,430	3,430	3,334	2,907	3,290	2,835	19,226
2,474	2,403	1,847	4,166	4,587	1,745	17,223
3,430	3,430	3,334	2,907	3,290	2,835	19,226
3,430	3,430	3,334	4,166	2,360	4,074	20,794
3,430	2,403	2,467	4,166	4,587	4,074	21,127
2,474	2,403	2,467	2,907	3,290	2,160	15,701
2,474	3,430	3,334	2,907	4,587	4,074	20,807
3,430	3,430	3,334	2,907	4,587	2,835	20,523
3,430	3,430	3,334	4,166	3,290	2,835	20,485
2,474	3,430	3,334	4,166	4,587	4,074	22,066
3,430	3,430	4,550	4,166	4,587	2,835	22,998
3,430	3,430	3,334	2,907	4,587	4,074	21,762
3,430	3,430	3,334	2,907	3,290	4,074	20,465
4,651	4,677	4,550	4,166	3,290	4,074	25,407
3,430	3,430	3,334	4,166	4,587	4,074	23,021
4,651	4,677	4,550	4,166	4,587	4,074	26,704
3,430	3,430	3,334	4,166	3,290	4,074	21,724
4,651	4,677	4,550	2,907	4,587	4,074	25,445
2,474	2,403	1,847	4,166	4,587	4,074	19,552

x4.1	x4.2	x4.3	x4.4	x4.5	x4.6	totalx4
1,000	1,986	3,531	2,999	1,000	3,058	13,573
2,626	3,072	3,531	2,110	3,357	3,058	17,754
3,888	3,072	2,615	2,999	3,357	3,058	18,988
1,677	3,072	3,531	2,999	3,357	3,058	17,693
3,888	3,072	2,615	2,110	4,576	4,371	20,631
3,888	3,072	4,753	4,205	4,576	3,058	23,551
3,888	4,380	4,753	4,205	3,357	4,371	24,953
3,888	3,072	3,531	2,999	3,357	3,058	19,904
3,888	4,380	4,753	4,205	4,576	4,371	26,172
2,626	3,072	3,531	2,999	3,357	3,058	18,643
3,888	1,986	2,615	2,110	2,506	4,371	17,476
3,888	1,986	2,615	2,110	2,506	4,371	17,476
2,626	3,072	3,531	2,999	3,357	4,371	19,956
2,626	3,072	3,531	2,999	3,357	2,067	17,652
2,626	3,072	3,531	2,999	3,357	4,371	19,956
1,677	1,000	1,883	1,521	1,883	2,067	10,031
2,626	3,072	3,531	2,999	3,357	4,371	19,956
3,888	3,072	3,531	2,999	3,357	4,371	21,217
3,888	3,072	4,753	2,110	2,506	3,058	19,387

3,888	4,380	4,753	4,205	4,576	4,371	26,172
2,626	3,072	3,531	2,999	3,357	4,371	19,956
3,888	4,380	4,753	4,205	4,576	4,371	26,172
2,626	3,072	3,531	2,110	2,506	2,067	15,912
3,888	3,072	3,531	2,999	3,357	4,371	21,217
2,626	3,072	3,531	2,999	3,357	4,371	19,956
2,626	3,072	3,531	2,999	3,357	4,371	19,956
2,626	3,072	4,753	2,999	3,357	3,058	19,865
3,888	4,380	4,753	4,205	4,576	4,371	26,172
3,888	3,072	3,531	2,110	2,506	3,058	18,165
1,000	1,000	1,883	1,521	1,883	1,000	8,287
2,626	3,072	3,531	2,999	3,357	4,371	19,956
3,888	4,380	4,753	4,205	4,576	4,371	26,172
1,996	3,072	2,615	2,110	2,506	3,058	15,358
3,888	4,380	4,753	4,205	4,576	4,371	26,172
2,626	3,072	3,531	2,999	3,357	4,371	19,956
3,888	4,380	4,753	4,205	4,576	4,371	26,172
3,888	4,380	4,753	2,999	3,357	3,058	22,434
3,888	1,986	3,531	1,000	1,000	2,067	13,471
3,888	4,380	4,753	4,205	4,576	3,058	24,859
1,677	1,986	1,883	2,110	2,506	3,058	13,220
3,888	3,072	4,753	2,999	3,357	4,371	22,440
2,626	4,380	2,615	2,999	3,357	3,058	19,035
3,888	3,072	3,531	2,999	3,357	3,058	19,904
2,626	1,986	2,615	2,110	2,506	3,058	14,901
2,626	4,380	2,615	4,205	3,357	4,371	21,553
1,677	4,380	3,531	2,110	2,506	3,058	17,262
3,888	4,380	4,753	4,205	4,576	4,371	26,172
3,888	4,380	3,531	2,999	3,357	3,058	21,212
1,677	4,380	4,753	4,205	1,883	3,058	19,956
2,626	3,072	3,531	2,999	3,357	3,058	18,643
2,626	3,072	2,615	4,205	2,506	4,371	19,395
1,000	3,072	1,883	4,205	1,883	4,371	16,414
2,626	3,072	3,531	2,999	4,576	2,067	18,871
3,888	4,380	4,753	4,205	4,576	4,371	26,172
2,626	3,072	3,531	2,110	3,357	4,371	19,067
1,996	3,072	2,615	2,999	1,883	2,067	14,632
2,626	4,380	4,753	2,999	3,357	4,371	22,486
3,888	3,072	3,531	2,999	3,357	4,371	21,217
3,888	4,380	3,531	2,110	1,883	4,371	20,163
1,996	1,986	3,531	2,110	2,506	3,058	15,187
2,626	3,072	2,615	2,999	1,883	3,058	16,253
2,626	4,380	3,531	4,205	3,357	4,371	22,469
2,626	3,072	4,753	4,205	3,357	3,058	21,071
3,888	1,986	2,615	4,205	2,506	4,371	19,570

3,888	4,380	3,531	4,205	4,576	4,371	24,950
3,888	4,380	3,531	4,205	3,357	3,058	22,418
3,888	4,380	4,753	4,205	4,576	2,067	23,868
3,888	3,072	4,753	2,999	4,576	4,371	23,658
3,888	4,380	4,753	4,205	4,576	4,371	26,172
3,888	4,380	3,531	2,999	4,576	4,371	23,744
3,888	3,072	4,753	4,205	3,357	4,371	23,645
3,888	1,986	2,615	4,205	4,576	3,058	20,327
3,888	3,072	4,753	4,205	4,576	3,058	23,551
3,888	4,380	3,531	4,205	4,576	4,371	24,950
1,000	3,072	1,000	1,000	3,357	3,058	12,486
2,626	3,072	4,753	2,999	4,576	4,371	22,397
2,626	4,380	3,531	4,205	3,357	4,371	22,469
3,888	4,380	3,531	4,205	4,576	3,058	23,637
3,888	4,380	4,753	4,205	4,576	4,371	26,172
3,888	3,072	2,615	2,999	2,506	3,058	18,138
3,888	4,380	3,531	4,205	3,357	4,371	23,731
1,677	1,986	1,883	2,110	1,883	2,067	11,606
2,626	4,380	4,753	4,205	3,357	4,371	23,692
3,888	3,072	3,531	4,205	3,357	4,371	22,423
1,996	1,986	1,883	1,000	1,883	2,067	10,815
3,888	1,986	3,531	4,205	3,357	2,067	19,033
2,626	4,380	4,753	2,999	4,576	4,371	23,705
2,626	4,380	2,615	2,999	4,576	4,371	21,566
2,626	3,072	4,753	4,205	3,357	4,371	22,384
3,888	4,380	3,531	2,999	3,357	3,058	21,212
3,888	4,380	3,531	4,205	3,357	4,371	23,731

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	totaly
3,393	3,020	2,998	1,000	2,960	1,000	14,372
3,393	3,020	2,202	2,700	1,878	3,444	16,637
3,393	1,908	2,998	2,700	4,286	4,667	19,953
3,393	3,020	2,998	2,700	1,878	1,883	15,873
3,393	1,908	2,202	3,976	4,286	4,667	20,433
3,393	4,352	4,225	3,976	4,286	4,667	24,900
4,709	4,352	4,225	2,700	4,286	4,667	24,940
3,393	3,020	2,998	2,700	4,286	4,667	21,065
4,709	4,352	4,225	3,976	4,286	4,667	26,216
3,393	3,020	2,998	2,700	2,960	3,444	18,516
2,350	1,908	2,202	1,996	2,960	4,667	16,084
2,350	1,908	2,202	3,976	2,960	4,667	18,064

3,393	3,020	2,998	2,700	2,960	3,444	18,516
3,393	3,020	2,998	2,700	2,960	3,444	18,516
3,393	3,020	2,998	2,700	2,960	3,444	18,516
1,689	1,000	1,707	1,677	1,000	1,883	8,956
3,393	3,020	2,998	2,700	2,960	3,444	18,516
3,393	3,020	2,998	2,700	2,960	4,667	19,739
4,709	1,908	1,000	1,000	1,878	3,444	13,939
3,393	1,908	2,202	2,700	2,960	3,444	16,607
2,350	3,020	4,225	3,976	2,960	2,572	19,104
3,393	4,352	2,202	1,677	2,960	3,444	18,027
3,393	4,352	4,225	3,976	2,960	2,572	21,478
2,350	3,020	4,225	3,976	2,960	4,667	21,200
4,709	3,020	4,225	3,976	4,286	4,667	24,885
4,709	3,020	4,225	3,976	2,960	3,444	22,335
4,709	4,352	4,225	3,976	4,286	4,667	26,216
3,393	3,020	2,998	2,700	2,960	3,444	18,516
2,350	1,908	2,998	3,976	1,878	2,572	15,683
2,350	1,908	2,998	3,976	1,878	2,572	15,683
3,393	3,020	2,998	2,700	2,960	3,444	18,516
3,393	3,020	2,998	2,700	2,960	3,444	18,516
3,393	3,020	2,998	2,700	2,960	3,444	18,516
1,000	1,000	1,707	1,677	1,000	1,883	8,267
3,393	3,020	2,998	2,700	2,960	3,444	18,516
3,393	3,020	2,998	3,976	2,960	3,444	19,792
3,393	3,020	4,225	3,976	2,960	4,667	22,243
4,709	4,352	4,225	3,976	4,286	4,667	26,216
3,393	3,020	2,998	2,700	2,960	3,444	18,516
4,709	4,352	4,225	3,976	4,286	4,667	26,216
3,393	3,020	4,225	2,700	2,960	3,444	19,743
2,350	3,020	2,998	3,976	2,960	3,444	18,749
3,393	3,020	2,998	2,700	2,960	3,444	18,516
3,393	3,020	2,998	2,700	2,960	3,444	18,516
3,393	3,020	4,225	2,700	2,960	4,667	20,966
4,709	4,352	4,225	3,976	4,286	4,667	26,216
2,350	3,020	2,998	3,976	2,960	3,444	18,749
1,689	1,000	1,000	1,000	1,000	1,883	7,573
3,393	3,020	2,998	2,700	2,960	3,444	18,516
4,709	4,352	4,225	3,976	4,286	4,667	26,216
2,350	4,352	2,998	1,996	2,960	2,572	17,228
4,709	4,352	4,225	3,976	4,286	4,667	26,216
3,393	3,020	2,998	2,700	2,960	3,444	18,516
4,709	4,352	4,225	3,976	4,286	4,667	26,216
3,393	3,020	4,225	3,976	4,286	4,667	23,569
1,689	3,020	4,225	3,976	1,878	3,444	18,233
4,709	4,352	4,225	3,976	4,286	4,667	26,216

2,350	1,908	1,000	1,677	1,878	1,883	10,697
3,393	3,020	4,225	3,976	2,960	4,667	22,243
4,709	4,352	2,202	2,700	4,286	2,572	20,821
3,393	3,020	4,225	3,976	2,960	3,444	21,019
2,350	1,908	2,202	2,700	1,878	2,572	13,610
4,709	4,352	2,998	2,700	4,286	2,572	21,617
4,709	4,352	1,707	1,677	4,286	3,444	20,174
3,393	4,352	4,225	3,976	4,286	4,667	24,900
3,393	3,020	2,998	3,976	4,286	3,444	21,118
4,709	3,020	1,707	1,677	4,286	4,667	20,067
4,709	3,020	2,998	2,700	2,960	3,444	19,832
4,709	3,020	2,998	2,700	2,960	2,572	18,960
3,393	1,908	1,707	1,000	2,960	1,883	12,852
3,393	3,020	2,202	2,700	2,960	3,444	17,720
4,709	4,352	2,998	3,976	4,286	4,667	24,989
3,393	3,020	2,998	2,700	2,960	3,444	18,516
4,709	4,352	1,707	1,996	2,960	2,572	18,296
3,393	3,020	2,998	2,700	4,286	4,667	21,065
4,709	1,908	4,225	3,976	2,960	3,444	21,223
4,709	4,352	4,225	3,976	4,286	3,444	24,992
3,393	3,020	2,202	1,996	1,878	3,444	15,934
3,393	4,352	4,225	2,700	2,960	2,572	20,202
3,393	4,352	2,998	2,700	4,286	3,444	21,173
4,709	3,020	2,998	2,700	2,960	4,667	21,056
4,709	4,352	4,225	3,976	1,878	2,572	21,712
4,709	4,352	2,998	3,976	4,286	3,444	23,765
3,393	4,352	4,225	3,976	4,286	3,444	23,676
3,393	3,020	4,225	3,976	4,286	4,667	23,569
4,709	3,020	4,225	3,976	2,960	4,667	23,559
4,709	4,352	4,225	3,976	4,286	4,667	26,216
4,709	4,352	4,225	3,976	4,286	3,444	24,992
4,709	3,020	4,225	3,976	2,960	4,667	23,559
3,393	4,352	4,225	3,976	1,878	2,572	20,396
4,709	3,020	2,998	3,976	4,286	4,667	23,658

4	5	5	5	5	5	5	5	39
4	3	4	4	4	4	3	4	30
5	5	5	5	4	5	5	5	39
4	4	4	4	4	4	4	5	33
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	5	4	4	4	4	4	34
4	2	3	5	3	2	1	3	23
5	5	5	5	5	5	5	4	39
3	3	2	3	2	3	3	4	23
3	4	4	4	4	4	4	5	32
4	5	4	4	4	4	4	4	33
4	4	4	4	3	4	4	4	31
4	3	3	3	3	3	3	4	26
3	4	4	4	4	4	4	5	32
2	3	3	3	3	3	3	4	24
4	4	4	4	4	4	5	5	34
4	4	4	4	3	3	4	4	30
2	2	2	2	2	2	2	4	18
4	3	3	3	4	2	4	4	27
3	3	3	2	4	3	3	5	26
2	2	2	2	2	2	2	5	19
4	4	5	4	3	4	5	3	32
3	4	4	5	3	3	5	5	32
4	4	4	4	4	4	4	5	33
2	3	3	2	2	3	2	3	20
4	4	4	4	4	4	4	5	33
5	4	4	4	4	4	4	5	34
4	4	3	3	4	4	2	5	29
3	3	3	3	3	3	3	4	25
4	3	4	4	1	2	2	4	24
4	4	4	4	5	4	4	5	34
3	4	4	4	4	2	4	4	29
4	3	4	4	4	4	3	5	31
3	4	4	5	4	3	5	5	33
5	4	4	4	4	4	4	4	33
4	4	4	4	4	3	5	3	31
4	5	5	5	4	4	5	5	37

5	4	4	4	4	4	5	5	35
5	5	5	5	4	4	5	5	38
5	4	4	4	4	4	4	5	34
5	5	5	5	4	4	5	4	37
5	4	4	5	5	5	4	4	36
4	4	3	5	3	4	5	4	32
2	4	3	2	5	3	1	4	24
4	5	5	4	4	5	4	5	36
4	4	5	3	5	5	5	1	32
2	4	3	2	3	4	3	4	25
5	4	4	4	4	5	5	5	36
5	5	5	5	5	5	5	4	39
3	5	5	3	4	4	4	5	33
5	5	5	5	4	5	5	3	37
3	3	3	4	4	3	4	5	29
5	5	5	5	4	5	5	4	38
5	4	4	4	5	5	5	5	37
5	3	3	4	5	4	5	3	32
5	4	4	5	3	3	4	4	32
1	3	3	4	4	4	2	5	26
5	3	2	5	2	5	4	4	30
5	4	3	5	3	4	5	4	33
4	4	5	5	3	3	4	4	32

Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)									TOTAL X2	
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	
4	4	4	2	2	4	4	4	2	2	32
4	3	4	4	3	4	4	3	4	5	38
5	5	3	3	5	5	5	3	5	5	44
4	4	5	5	5	4	2	4	2	5	40
5	3	4	4	4	3	2	4	2	4	35
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	43
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	38
4	4	4	4	3	5	5	4	5	4	42
5	3	4	3	4	2	5	4	5	4	39

5	5	4	5	3	4	4	2	4	4	40
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
5	5	5	4	2	5	4	3	4	5	42
4	5	2	5	4	5	5	1	5	5	41
4	3	4	4	4	4	5	3	5	4	40
4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	45
4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	43
2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	39
1	1	4	4	1	3	5	4	1	1	25
3	2	3	4	3	4	5	4	2	3	33
5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	45
3	2	3	2	4	2	5	5	5	5	36
5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	47
4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	46
5	4	5	5	5	4	3	4	5	5	45
4	2	5	5	5	4	4	4	5	4	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	4	5	4	3	4	4	5	3	38
3	3	4	5	4	4	1	1	5	2	32
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
1	1	2	2	1	2	1	1	2	2	15
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
3	3	4	5	4	4	3	3	4	3	36
5	3	5	5	3	3	4	4	5	5	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	5	4	4	4	3	4	5	5	42
4	3	4	5	4	4	3	3	4	3	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	37
4	3	5	4	5	5	3	3	4	3	39
5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	48
4	4	4	5	3	4	3	3	5	3	38

2	1	1	1	2	1	2	3	2	2	17
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	48
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38
5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	44
3	5	5	5	2	1	3	2	5	2	33
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	3	1	2	3	3	2	3	2	2	23
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
4	4	5	5	5	3	3	4	4	4	41
3	3	3	4	3	4	3	3	5	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	26
4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	44
4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	39
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	36
3	2	4	4	3	5	4	3	4	5	37
2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	18
5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	39
4	5	4	5	5	4	3	3	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	27
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	44
3	3	5	5	5	3	4	4	4	3	39
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	4	5	4	5	4	1	2	4	4	37
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	2	5	4	39
4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	43
4	5	4	5	4	4	4	3	5	4	42
4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	45

4	4	5	5	5	5	4	3	4	4	43
5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	47
4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	45
5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	47
4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	44
5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	47
5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	46

Persepsi Risiko (X3)						TOTAL X3
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	
5	3	5	2	5	5	25
4	5	4	5	2	2	22
4	3	3	4	2	2	18
5	5	4	5	5	5	29
5	4	5	4	5	5	28
4	4	2	1	1	4	16
4	4	3	5	5	5	26
3	3	4	5	4	5	24
5	5	5	5	4	4	28
5	4	4	5	5	5	28
2	3	3	4	3	4	19
4	4	5	5	4	5	27
5	5	4	4	5	5	28
5	4	4	5	5	4	27
5	4	5	4	5	5	28
3	3	2	1	4	4	17
5	5	4	5	5	5	29
3	4	4	2	5	4	22
1	1	1	5	3	1	12
4	3	2	4	3	3	19
4	5	4	3	4	5	25
2	3	2	4	5	3	19
5	5	5	4	5	5	29
4	4	5	3	4	5	25
4	5	4	5	4	5	27
5	4	2	5	4	5	25

5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	4	19
3	3	3	3	3	4	19
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
1	1	1	1	2	2	8
4	4	4	4	4	4	24
4	3	3	4	4	4	22
4	5	3	4	4	5	25
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	5	25
3	4	3	3	4	4	21
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	4	4	5	24
5	5	5	5	5	5	30
3	4	4	3	4	4	22
2	2	1	2	2	1	10
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
3	4	4	3	5	4	23
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	4	4	5	26
2	3	5	2	4	5	21
5	5	5	5	5	5	30
3	2	3	3	3	1	15
4	4	4	4	4	5	25
5	4	4	5	5	3	26
4	4	4	4	4	5	25
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	5	5	4	26

3	3	3	5	5	2	21
4	4	4	4	5	5	26
4	4	4	4	4	4	24
2	2	2	5	4	2	17
3	3	3	5	4	4	22
3	3	2	5	4	4	21
2	2	2	4	3	2	15
4	5	4	4	4	3	24
4	4	5	5	5	4	27
4	4	4	4	4	4	24
3	3	2	5	5	2	20
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	5	3	5	25
4	3	3	5	5	5	25
3	3	3	4	4	3	20
3	4	4	4	5	5	25
4	4	4	4	5	4	25
4	4	4	5	4	4	25
3	4	4	5	5	5	26
4	4	5	5	5	4	27
4	4	4	4	5	5	26
4	4	4	4	4	5	25
5	5	5	5	4	5	29
4	4	4	5	5	5	27
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	5	4	5	26
5	5	5	4	5	5	29
3	3	2	5	5	5	23
Persepsi Kesesuaian (X4)						TOTAL X4
X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	
1	3	4	4	1	4	17
4	4	4	3	4	4	23
5	4	3	4	4	4	24
2	4	4	4	4	4	22
5	4	3	3	5	5	25

5	4	5	5	5	4	28
5	5	5	5	4	5	29
5	4	4	4	4	4	25
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	3	3	3	3	5	22
5	3	3	3	3	5	22
4	4	4	4	4	5	25
4	4	4	4	4	3	23
4	4	4	4	4	5	25
2	2	2	2	2	3	13
4	4	4	4	4	5	25
5	4	4	4	4	5	26
5	4	5	3	3	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	5	25
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	3	3	3	21
5	4	4	4	4	5	26
4	4	4	4	4	5	25
4	4	4	4	4	5	25
4	4	5	4	4	4	25
5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	3	3	4	23
1	2	2	2	2	1	10
4	4	4	4	4	5	25
5	5	5	5	5	5	30
3	4	3	3	3	4	20
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	5	25
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	4	4	4	27
5	3	4	1	1	3	17
5	5	5	5	5	4	29
2	3	2	3	3	4	17
5	4	5	4	4	5	27
4	5	3	4	4	4	24

5	4	4	4	4	4	25
4	3	3	3	3	4	20
4	5	3	5	4	5	26
2	5	4	3	3	4	21
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	4	4	26
2	5	5	5	2	4	23
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	5	3	5	24
1	4	2	5	2	5	19
4	4	4	4	5	3	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	3	4	5	24
3	4	3	4	2	3	19
4	5	5	4	4	5	27
5	4	4	4	4	5	26
5	5	4	3	2	5	24
3	3	4	3	3	4	20
4	4	3	4	2	4	21
4	5	4	5	4	5	27
4	4	5	5	4	4	26
5	3	3	5	3	5	24
5	5	4	5	5	5	29
5	5	4	5	4	4	27
5	5	5	5	5	3	28
5	4	5	4	5	5	28
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	5	5	28
5	4	5	5	4	5	28
5	3	3	5	5	4	25
5	4	5	5	5	4	28
5	5	4	5	5	5	29
1	4	1	1	4	4	15
4	4	5	4	5	5	27
4	5	4	5	4	5	27
5	5	4	5	5	4	28
5	5	5	5	5	5	30

5	4	3	4	3	4	23
5	5	4	5	4	5	28
2	3	2	3	2	3	15
4	5	5	5	4	5	28
5	4	4	5	4	5	27
3	3	2	1	2	3	14
5	3	4	5	4	3	24
4	5	5	4	5	5	28
4	5	3	4	5	5	26
4	4	5	5	4	5	27
5	5	4	4	4	4	26
5	5	4	5	4	5	28

Minat Nasabah (Y)						TOTAL Y
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
4	4	4	1	4	1	18
4	4	3	4	3	4	22
4	3	4	4	5	5	25
4	4	4	4	3	2	21
4	3	3	5	5	5	25
4	5	5	5	5	5	29
5	5	5	4	5	5	29
4	4	4	4	5	5	26
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	4	5	21
3	3	3	5	4	5	23
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
2	2	2	2	2	2	12
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	5	25

5	3	1	1	3	4	17
4	3	3	4	4	4	22
3	4	5	5	4	3	24
4	5	3	2	4	4	22
4	5	5	5	4	3	26
3	4	5	5	4	5	26
5	4	5	5	5	5	29
5	4	5	5	4	4	27
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
3	3	4	5	3	3	21
3	3	4	5	3	3	21
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
1	2	2	2	2	2	11
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	5	4	4	25
4	4	5	5	4	5	27
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	4	4	4	25
3	4	4	5	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	4	4	5	26
5	5	5	5	5	5	30
3	4	4	5	4	4	24
2	2	1	1	2	2	10
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
3	5	4	3	4	3	22
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	5	5	5	28

2	4	5	5	3	4	23
5	5	5	5	5	5	30
3	3	1	2	3	2	14
4	4	5	5	4	5	27
5	5	3	4	5	3	25
4	4	5	5	4	4	26
3	3	3	4	3	3	19
5	5	4	4	5	3	26
5	5	2	2	5	4	23
4	5	5	5	5	5	29
4	4	4	5	5	4	26
5	4	2	2	5	5	23
5	4	4	4	4	4	25
5	4	4	4	4	3	24
4	3	2	1	4	2	16
4	4	3	4	4	4	23
5	5	4	5	5	5	29
4	4	4	4	4	4	24
5	5	2	3	4	3	22
4	4	4	4	5	5	26
5	3	5	5	4	4	26
5	5	5	5	5	4	29
4	4	3	3	3	4	21
4	5	5	4	4	3	25
4	5	4	4	5	4	26
5	4	4	4	4	5	26
5	5	5	5	3	3	26
5	5	4	5	5	4	28
4	5	5	5	5	4	28
4	4	5	5	5	5	28
5	4	5	5	4	5	28
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	4	29
5	4	5	5	4	5	28
4	5	5	5	3	3	25
5	4	4	5	5	5	28

LAMPIRAN 7 : DOKUMENTASI



LAMPIRAN 8 : RIWAYAT HIDUP

Riwayat Hidup

- | | |
|-------------------------|-----------------------------------|
| 1. Nama | : Agus Jumhariansyah |
| 2. Tempat/Tanggal Lahir | : TG.Redep Berau, 22 Agustus 2003 |
| 3. Jenis Kelamin | : Laki-Laki |
| 4. Agama | : Islam |
| 5. Alamat | : Desa Kotarindau, Kec. Dolo |
| 6. No Hp | : 085757557247 |
| 7. Email | : agustarsius1234@gmail.com |



Riwayat Pendidikan

1. SDN Langaleso
2. MTSN 3 Kota Palu
3. SMKN 1 Sigi
4. S1 UIN Datokarama Palu

Riwayat Organisasi

1. Biologi Conservation Club
2. Palang Merah Remaja
3. Osis Smkn 1 Sigi
4. Lpa Jejak Penjelajah Sigi
5. Himpunan Mahasiswa Perbankan Syariah
6. Senat Mahasiswa Fakultas FEBI