

**PENGARUH CITRA BANK TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *MOBILE*
BANKING BSI DENGAN PENDEKATAN UTAUT**

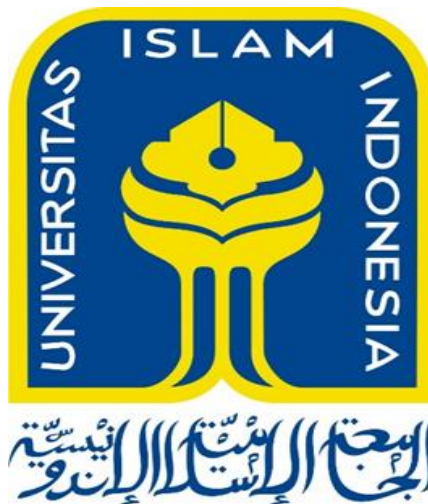
(STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM DIY YOGYAKARTA)

***The Influence Of Bank Image On Interest In Using BSI Mobile Banking With
The UTAUT Approach***

(Case Study Of Students Of DIY Islamic University Of Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam



ACC Munaqosah

14/11/2024



Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E.,M.M

Oleh:

ABISARH UNUS QARDHAWI

20423187

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JURUSAN STUDI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2024**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Abisarah Unus Qardhawi
NIM : 20423187
Progam Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Bank terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* BSI dengan Pendekatan UTAUT (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam DIY Yogyakarta)

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penelitian. Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata dikemudian hari penulis skripsi ini merupakan hasil plagiat terhadap karya orang lain, maka saya akan bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak ada paksaan.

Yogyakarta, 14 November 2024



Abisarah Unus Qardhawi

NOTA DINAS

Yogyakarta, 24 September 2024 M

21 Rabiul Awal 1446 H

Hal : Skripsi
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta

Assalamu 'alaikum B'r. Wb.

Berdasarkan penunjukkan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta dengan surat nomer: 1290/Dek/60/DAATI/FIAI/IX/2024 tanggal 24 September 2024 M, 21 Rabiul Awal 1446 H atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama : Abisarih Unus Qardhawi
NIM : 20423187
Program Studi : Ekonomi Islam
Program Studi : 2024/2025
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Bank Terhadap Minat Menggunakan
Mobile banking BSI Dengan Pendekatan UTAUT (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam DIY Yogyakarta)

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi saudara tersebut di atas memenuhi syarat untuk diajukan sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Wassalamu 'alaikum W'r. Wb.

Dosen Pembimbing



Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini. Dosen Pembimbing Skripsi

Nama Mahasiswa : Abisarih Unus Qardhawi
NIM : 20423157
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Bank terhadap Minat Menggunakan
Mobile Banking BSI dengan Pendekatan UTAUT
(Studi Kasus Mahasiswa Islam DIY Yogyakarta)

Menyatakan bahwa berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 14 November 2024



Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM

LEMBAR PENGESAHAN



FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung R.H. Wahid Haryani
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. library@uii.ac.id
W. uii.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi ini telah diujikan dalam Sidang Skripsi Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 4 Desember 2024
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Bank terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking BSI dengan Pendekatan UTAUT (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam DIY Yogyakarta)
Disusun oleh : ABISARH UNUS QARDHAWI
Nomor Mahasiswa : 20423187

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua/Pembimbing : Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM (.....)
Penguji I : Rizqi Anfani Fahmi, SEI, MSI (.....)
Penguji II : Dr. Siti Achiria, SE, MM (.....)

Yogyakarta, 4 Desember 2024



Dr. Dikasmuni, MA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil ‘Alamin, Puji syukur kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan nikmat, karunia, kesehatan, kekuatan lahir dan bathin, kecukupan segalanya serta rahmat yang selalu tercurah kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir penelitian ini dengan baik. Sholawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan petunjuk kehidupan manusia dan kita selalu berharap syafaatnya dihari akhir kelak.

Penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada keluarga penulis terutama kedua orang tua penulis yaitu Papa Daruni S.H dan Mama Rina Efitia S.Kep yang telah mendidik, menyayangi, selalu memberikan contoh yang baik, selalu mendoakan dan memberikan dorongan untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Dan tidak lupa untuk adek penulis Danil Khalillullah Al-biruni, Deven Madani Al-biruni, dan Filzah Lauzah Wasifah yang selalu membantu dan memberikan masukan, dukungan, dan menghibur ketika penulis sedang menyusun tugas akhir ini dan terimakasih kepada nenek dan oma yang telah memberi semangat kepada penulis.

Kemudian penulis mengucapkan terima kasih juga kepada seluruh dosen di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia terutama kepada dosen Program Studi Ekonomi Islam yang telah membimbing, mendidik, dan memberikan ilmu yang sangat bermanfaat sejak awal perkuliahan hingga saat ini. Terima kasih khususnya penulis sampaikan kepada Dosen Pembimbing saya, Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM yang selalu membimbing, membantu, mengarahkan, dan memberikan banyak saran, serta mendampingi saya sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini hingga tahap akhir. Penulis mengucapkan terima kasih atas segala bimbingan yang telah diberikan oleh para dosen, semoga Allah SWT selalu memberikan keberkahan.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh teman-teman Penulis Selama kuliah, terutama Nabil, Alfaridzi, Faizi, Wikan, Shalhi, Miftkaul, Aida, dan Disna. Terima kasih sudah selalu ada di setiap langkah perjuanganku menyelesaikan skripsi ini, dari awal sampai akhir. Dukunganmu yang tak kenal lelah, semangat yang selalu kalian tularkan, dan kesediaan kalian untuk mendengarkan segala keluh kesah penulis benar-benar berarti bagi perjalanan ini. Tanpa kalian, mungkin perjalanan ini akan terasa jauh lebih berat. Penulis sangat beruntung memiliki teman sebaik kalian, yang tidak hanya mendampingi, tapi juga ikut berjuang bersama. Terima kasih sudah menjadi teman terbaik yang selalu ada, dan semoga Penulis bisa membalas segala kebaikan kalian suatu hari nanti.

Tidak lupa kepada teman kos ANTIMAINTREM yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu Terima kasih untuk kalian yang selalu ada dalam setiap perjalanan panjang skripsi ini. Di saat semangat mulai goyah, kalian selalu hadir dengan candaan, dukungan, dan obrolan ringan yang membuat segalanya terasa lebih ringan. Terima kasih atas kebersamaan, tawa, dan perhatian sederhana yang begitu berarti

Terima kasih, diriku, atas segala perjuangan yang tak kenal lelah. Di setiap malam panjang, saat mata mulai berat, kau memilih tetap terjaga, demi satu lembar lagi, satu halaman lagi. Terima kasih telah melangkah sejauh ini, melewati berbagai rintangan dan rasa ragu, tetap sabar saat segalanya terasa lambat, dan tetap berusaha meski seringkali lelah. Skripsi ini bukan sekadar tulisan di atas kertas, namun bukti dari kerja keras, ketekunan, dan keberanian. Terima kasih, diriku, telah membuktikan bahwa semua bisa dilewati, bahwa mimpi ini bisa dicapai, dengan segala usaha dan doa. Ini bukanlah akhir, tapi awal dari langkah-langkah baru.

MOTTO

”Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia lainnya”

(HR. Ahmad)

“Jangan khawatir jika melakukan kesalahan. Kesalahan terjadi pada semua orang. Tidak ada masalah yang besar dalam melakukan kesalahan. Semuanya ada dalam pemuliahan. Dapatkan dari pelajaran tersebut. Bangkit dan lanjutkan hidup”

(Carla Harris – Morgan Stanley)

ABSTRAK

PENGARUH CITRA BANK TERHADAP MINAT MENGUNAKAN *MOBILE BANKING* BSI DENGAN PENDEKATAAN UTAUT (STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM DIY YOGYAKARTA)

ABISARH UNUS QARDHAWI

20423187

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra bank terhadap minat menggunakan BSI *Mobile Banking* dengan pendekatan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) pada mahasiswa Universitas Islam DIY Yogyakarta. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan 100 responden yang dipilih melalui teknik non-probability sampling. Teknik analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, serta pengujian hipotesis melalui uji t, uji f, koefisien determinasi, dan uji regresi linier sederhana, yang dianalisis menggunakan perangkat lunak Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Bank tidak berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan *Mobile Banking* BSI, Ekspektasi Kinerja berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan *Mobile Banking* BSI, Ekspektasi Usaha tidak berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan *Mobile Banking* BSI, Pengaruh Sosial berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan *Mobile Banking* BSI, dan Kondisi Memfasilitasi tidak berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan *Mobile Banking* BSI.

Kata kunci: Citra Bank, *Mobile Banking* BSI, UTAUT, Minat

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF BANK IMAGE ON INTEREST IN USING BSI MOBILE BANKING WITH THE UTAUT APPROACH (CASE STUDY OF STUDENTS OF DIY ISLAMIC UNIVERSITY OF YOGYAKARTA)

ABISARH UNUS QARDHAWI

20423187

This study aims to analyze the influence of bank image on the interest in using BSI Mobile Banking with the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) approach on students of Universitas Islam DIY Yogyakarta. The study used a quantitative method with 100 respondents selected through non-probability sampling techniques. Data analysis techniques include validity tests, reliability tests, classical assumption tests, and hypothesis testing through t-tests, f-tests, coefficients of determination, and simple linear regression tests, which were analyzed using Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) software. The results of the study indicate that Bank Image does not have a positive effect on students' interest in using BSI mobile banking, Performance Expectancy has a positive effect on students' interest in using BSI mobile banking, Effort Expectancy does not have a positive effect on students' interest in using BSI mobile banking, Social Influence has a positive effect on students' interest in using BSI mobile banking, and Facilitating Conditions do not have a positive effect on students' interest in using BSI mobile banking.

Keyword: Bank Image, BSI Mobile Banking, UTAUT, Interest

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN
KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA
Nomor: 158 Th.1987
Nomor: 0543b/U/1987
TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pendahuluan

Penelitian Transliterasi Arab – Latin merupakan salah satu program penelitian Puslitbang Lektur Agama. Badan Litbang Agama. Yang pelaksanaannya di mulai tahun anggaran 1983/1984. Untuk mencapai hasil rumusan yang lebih baik, hasil penelitian itu di bahas dalam pertemuan terbatas guna menampung pandangan dan pemikiran para ahli agar dapat di jadikan bahan telaah yang berharga bagi forum seminar yang sifatnya lebih luas dan nasional.

Transliterasi Arab – Latin memang di hajatkan oleh bangsa Indonesia karena huruf Arab di pergunakan untuk menuliskan kitab Agama Islam berikut penjelasannya (Al-Qur'an dan Hadist), sementara bangsa Indonesia mempergunakan huruf Latin untuk menuliskan bahasanya. Karena Ketiadaan pedoman yang baku, yang dapat di pergunakan untuk umat Islam di Indonesia yang merupakan mayoritas bangsa Indonesia, transliterasi Arab – Latin yang terpakai dalam masyarakat banyak ragamnya. Dalam menuju kearah pembakuan itulah Puslitbang Lektur Agama melalui penelitian dan seminar berusaha menyusun pedoman yang diharapkan dapat berlaku secara Nasional.

Dalam seminar yang diadakan tahun anggaran 1985/1986 telah di bahas beberapa makalah yang disajikan oleh para ahli, yang kesemuanya memberikan sumbangan yang besar bagi usaha ke arah itu. Seminar itu juga membentuk tim yang bertugas merumuskan hasil seminar dan selanjutnya hasil tersebut di bahas lagi dalam seminar yang lebih luas, Seminar Nasional Pembakuan Transliterasi Arab – Latin Tahun 1985/1986. Tim tersebut terdiri dari 1) H. Sawabi Ihsan, M. A,

2) Ali Audah, 3) Prof. Gazali Dunai, 4) Prof. Dr. H.B. Jassin, dan 5) Drs. Sudarno,M.Ed.

Dalam pidato pengarahan Tanggal 10 Maret 1986 pada seminar tersebut, Kepala Litbang Agama menjelaskan bahwa pertemuan itu mempunyai arti penting dan strategis karena:

1. Pertemuan ilmiah ini menyangkut perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya Ilmu Pengetahuan Keislaman, sesuai dengan gerak majunya pembangunan yang semakin cepat.
2. Pertemuan ini merupakan tanggapan langsung terhadap kebijaksanaan Menteri Agama Kabinet Pembangunan IV, tentang perlunya peningkatan pemahaman, penghayatan, dan pengalaman agama bagi setiap umat beragama, secara ilmiah dan rasional.

Pedoman Transliterasi Arab–Latin yang baku telah lama di dambakan karena sangat membantu dalam pemahaman terhadap ajaran dan perkembangan Islam di Indonesia. Umat Islam di Indonesia tidak Semuanya mengenal dan menguasai huruf Arab. Oleh karena itu, pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini pada dasarnya juga merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama, khususnya umat Islam di Indonesia.

Badan Litbang Agama dalam hal ini Puslitbang Lektur Agama, dan Instansi lain yang ada hubungannya dengan kelekturan,sangat memerlukan pedoman yang baku tentang Transliterasi Arab-Latin yang dapat di jadikan acuan dalam penelitian dan pengalih hurufan, dari Arab ke Latin dan sebaliknya.

Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masyarakat masih mempergunakan transliterasi yang berbeda-beda,Usaha penyeragamannya sudah pernah di coba,baik oleh instansi maupun perorangan,namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh,di pakai oleh seluruh umat islam di Indonesia. Oleh karena itu dalam usaha mencapai keseragaman,seminar menyepakati adanya pedoman Transliterasi Arab – Latin

baku yang dikuatkan dengan suatu Surat Keputusan Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan untuk digunakan secara Nasional.

Pengertian Transliterasi

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

Prinsip Pembakuan

Pembakuan pedoman Transliterasi Arab – Latin ini disusun dengan prinsip sebagai berikut:

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Di Sempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar “satu fenom satu lambang”.
3. Pedoman Transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

Rumusan Pedoman Transliterasi Arab - Latin

Hal-hal yang dirumuskan secara kongkrit dalam pedoman Transliterasi Arab - Latin ini meliputi:

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta'marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf Syamsiyah dan Qomariyah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

1. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan

dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda ,dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)

ع	„ain	”	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1) Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	Fathah	A	A

ك	Kasrah	I	I
و	Dhammah	U	U

2) Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ...	Fathah dan ya	Ai	a dan u
وَ...	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سَيْلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama

أ...إ...ي...	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ي...	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و...	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

4. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

- a. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

- b. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

- c. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَة talhah

5. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

3. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

7. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuẓu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/

Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn

- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ نَبِيِّنَا وَحَبِيبِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ أَجْمَعِينَ ،

تَبِعُهُمْ بِأَحْسَنِ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ ، أَمَّا بَعْدُ

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas berkah dan rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Dampak Penyelesaian kasus skimming di Bank Syariah Indonesia KCP FE UII terhadap loyalitas nasabah” Sholawat serta salam tak lupa selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan pedoman serta petunjuk di setiap kehidupan manusia.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi tugas akhir sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak baik berupa nasihat, motivasi, kritik, maupun saran. Untuk itu, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, ST., M.Sc., Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Indonesia beserta seluruh jajarannya dan rektor-rektor sebelumnya yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk menuntut ilmu menjadi mahasiswa di Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, M.A., beserta jajarannya selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E.,M.M selaku Ketua Jurusan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Rheyza Virgiawan, L.c, M.E., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam.
5. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E.,M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah sabar memberikan arahan dan bimbingan dalam

penulisan skripsi, sehingga penyusunan skripsi ini berjalan dengan lancar dan tercapai dengan baik.

6. Segenap Dosen serta staf Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat dan juga memberikan pelayanan kepada mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam.
7. Kedua Orang Tua Penulis khususnya Papa Daruni dan Mama Rina Efiti yang penulis banggakan dan sayangi yang telah memberikan segala dukungan baik materi, motivasi maupun doa kepada peneliti demi kelancaran penulisan skripsi.
8. Kepada adek tersayang Danil, Deven, Filzah yang selalu menghibur dan memberi semangat kepada penulis.
9. Terima kasih kepada sahabat dan teman-teman terdekat yang selalu memberikan dukungan, motivasi dan bantuannya demi terselesaikannya skripsi ini.
10. Teman-teman kkn unit 60 yang luar biasa dan bersama kalian, setiap hari di desa pagargunung penuh dengan tawa, cerita, dan pengalaman berharga yang akan selalu penulis ingat.
11. Terima kasih kepada teman-teman Prodi Ekonomi Islam 2020 yang selama ini sudah banyak sekali memberikan bantuan, ilmu, pengalaman dan waktunya. Semoga kedepan kita akan bertemu dalam keadaan sukses.
12. Terakhir kepada jodoh Abisarih Unus Qardhawi, kelak kamu adalah salah satu alasan penulis menyelesaikan skripsi ini, meskipun untuk saat ini keberadaanmu tidak tahu dimana dan sedang menggenggam tangan siapa, penulis meyakini bahwa segala yang telah digariskan untuk kita akan menemukan jalannya, sebarangpun jauhnya jarak yang memisahkan. Semoga kelak kita akan cepat bertemu.

Dengan kerendahan hati, peneliti memohon kepada seluruh pihak atas segala kesalahan dan hal-hal yang kurang berkenan di hati, itu semata-mata kelalaian dan kekhilafan dari peneliti sendiri, peneliti menyadari bahwa skripsi yang disajikan ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti menerima kritik

dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat berguna dan menambah pengetahuan bagi para pembacanya.

Yogyakarta, 14 September 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'AST' with a long horizontal stroke extending to the right.

Abisarah Unus Qardhawi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA DINAS	iii
REKOMENDASI PEMBIMBING	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	viii
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	xi
KATA PENGANTAR	xxi
DAFTAR ISI.....	xxiv
DAFTAR TABEL	xxvii
DAFTAR GAMBAR	xxviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Mafaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
A. Telaah Pustaka.....	9
B. Landasan Teori	15

1. <i>Mobile Banking</i>	15
2. Citra Bank.....	17
3. Minat	18
4. Model UTAUT	19
C. Hipotesis.....	23
1. <i>Citra Bank Terhadap Minat Menggunakan M-Banking BSI</i>	23
2. <i>Ekspektasi Kinerja Terhadap Minat Menggunakan M-Banking BSI</i>	24
3. <i>Ekspektasi Usaha Terhadap Minat Menggunakan M-Banking BSI</i>	25
4. <i>Faktor Sosial Terhadap Minat Menggunakan M-Banking BSI</i>	26
5. <i>Kondisi Memfasilitasi Terhadap Minat Menggunakan M-Banking BSI</i>	27
D. Model Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Desain Penelitian.....	29
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	29
C. Objek Penelitian	29
D. Populasi dan Sampel	29
E. Sumber Data	30
F. Teknik Pengumpulan Data	30
G. Definisi Operasional dan Konseptual Variabel	30
H. Instrumen Penelitian.....	32
I. Teknik Analisis Data	34
1. Uji Validitas	34
2. Uji Reliabilitas.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN	43

A.	Gambaran Umum BSI	43
1.	Profil Bank Syariah Indonesia	43
2.	Data Nasabah Pengguna <i>Mobile Banking</i> BSI	43
B.	Analisis Hasil Penelitian	44
1.	Hasil Pengumpulan Data	44
2.	Uji Asumsi Klasik	48
3.	Uji Regresi Linier Berganda.....	51
4.	Uji T (Parsial)	52
C.	Hasil Pembahasan Penelitian	57
1.	<i>Citra Bank Terhadap Minat Menggunakan M-Banking BSI</i>	57
2.	<i>Ekspetasi Kinerja Terhadap Minat Menggunakan M-Banking BSI</i>	58
3.	<i>Ekspetasi Usaha Terhadap Minat Menggunakan M-Banking BSI</i>	59
4.	Faktor Sosial Terhadap Minat Menggunakan M-Banking BSI	60
5.	Kondisi Memfasilitasi Terhadap Minat Menggunakan M-Banking BSI	60
BAB V KESIMPULAN		64
A.	Kesimpulan.....	64
DAFTAR PUSTAKA		66
LAMPIRAN		69

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Continuous Scale.....	33
Tabel 3.2 Kisi- kisi Indikator	33
Tabel 3.3 Uji Validitas Citra Bank.....	34
Tabel 3.4 Uji Validitas Ekspetasi Kinerja.....	35
Tabel 3.5 Uji Validitas Ekspetasi Usaha.....	35
Tabel 3.6 Uji Validitas Pengaruh Sosial	36
Tabel 3.7 Uji Validitas Kondisi Memfasilitasi	36
Tabel 3.8 Uji Validitas Minat	37
Tabel 3.9 Uji Reliabilitas Citra Bank.....	38
Tabel 3.10 Uji Reliabilitas Ekspetasi Kinerja	38
Tabel 3.11 Uji Reliabilitas Ekspetasi Usaha	38
Tabel 3.12 Uji Reliabilitas Faktor Sosial	39
Tabel 3.13 Uji Reliabilitas Kondisi Memfasilitasi.....	39
Tabel 3.14 Uji Reliabilitas Minat.....	39
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Asal Universitas	44
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Bulanan	46
Tabel 4.5 Penggunaan <i>Mobile Banking</i> BSI	46
Tabel 4.6 Alasan Menggunakan <i>Mobile Banking</i> BSI.....	47
Tabel 4.7 Lama Penggunaan <i>Mobile Banking</i> BSI	47
Tabel 4.8 Uji Normalitas.....	48
Tabel 4.9 Uji Heteroskedastisitas.....	49
Tabel 4.10 Uji Multikolinieritas.....	50
Tabel 4.11 Uji Regresi Linier Berganda	51
Tabel 4.12 Uji Parsial (Uji t).....	53
Tabel 4.13 Uji F (Simultan)	56
Tabel 4.14 Uji Koefisien Determinasi	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Mobile Banking</i> Terpopuler di Indonesia.....	3
Gambar 2.1 Model UTAUT	20
Gambar 2.2 Model Penelitian	28

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dilansir dari <https://www.bankbsi.co.id/> pada 1 Februari 2021, tiga bank umum syariah di Indonesia Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah bergabung menjadi PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk. (BSI). Keunggulan masing-masing bank syariah digabungkan melalui merger ini untuk menawarkan layanan yang lebih lengkap dengan jangkauan yang lebih luas dan kapasitas keuangan yang lebih besar. Dalam perekonomian masyarakat yang mengadopsi sistem industri halal, Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan penggerak utama. Dewan Pengawas Syariah (DPS), yang memastikan seluruh operasional perbankan mematuhi aturan syariah, mendukung tanggung jawab ini. Sektor perbankan syariah telah berkembang pesat selama tiga dekade terakhir berkat kemajuan dalam kualitas layanan, pengembangan jaringan, dan inovasi produk, yang menawarkan prospek pertumbuhan di masa depan.

Mobile Banking adalah salah satu inovasi layanan perbankan yang memungkinkan pelanggan untuk melakukan transaksi tanpa perlu mengakses bank atau mesin ATM. Keunggulan utama *Mobile Banking* adalah kemampuan pelanggan untuk bertransaksi kapan saja dan di mana saja tanpa terbatas oleh waktu. Melalui *mobile banking*, pengguna dapat melakukan transfer, mengecek saldo rekening, dan membayar tagihan dengan menggunakan ponsel. Fasilitas *Mobile Banking* ini dapat memenuhi kebutuhan nasabah secara cepat, aman, nyaman, dan juga hemat biaya melalui penggunaan telepon genggam (Alim et al., 2024).

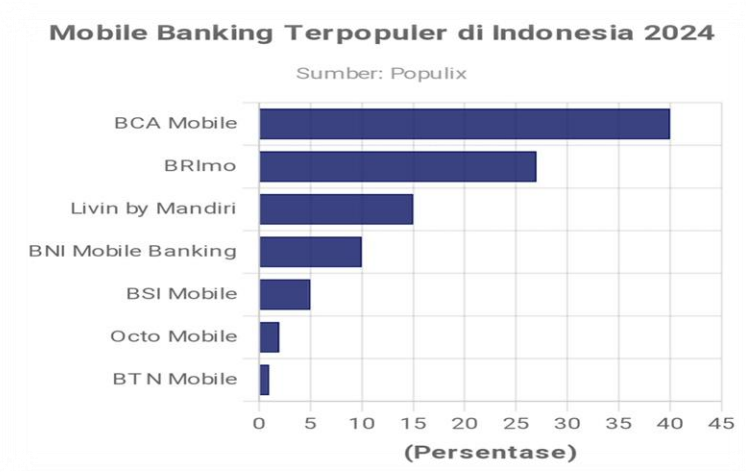
Salah satu organisasi perbankan syariah di Indonesia, Bank Syariah Indonesia (BSI), telah memperkenalkan *Mobile Banking* untuk memenuhi kebutuhan kliennya. BSI memahami betapa pentingnya menyesuaikan layanan dengan kemajuan teknologi baru. Agar tetap kompetitif, mereka gencar memanfaatkan teknologi, khususnya internet. Untuk mengoptimalkan pemanfaatan

layanan ini, BSI harus meningkatkan inisiatif pemasarannya dan menarik klien untuk beralih ke *Mobile Banking* (Pangestu Dimas, 2022).

Perbankan syariah juga telah mengembangkan aplikasi *Mobile Banking* untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Layanan ini memungkinkan nasabah untuk mengakses layanan perbankan dari mana saja dan kapan saja, yang sebelumnya hanya bisa dilakukan dengan datang langsung ke bank. Dengan *mobile banking*, nasabah dapat menghemat waktu dan biaya, serta melakukan transaksi digital seperti transfer antar rekening, cek saldo, hingga zakat, infaq, investasi emas, dan sedekah. Selain itu, layanan ini juga menyediakan fitur belanja online melalui *virtual account* dan berbelanja di *merchant* offline menggunakan *Quick Response Indonesian Standard* (QRIS)

Dengan tingginya jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia, perbankan syariah terus meningkatkan fitur dan fasilitas *Mobile Banking* untuk memberikan kenyamanan bagi nasabah. Kualitas layanan ini harus terus dikembangkan dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan oleh nasabah. Keberhasilan suatu sistem teknologi diukur dari sejauh mana sistem tersebut diterima dengan baik oleh penggunanya. Oleh karena itu, perilaku pengguna harus diidentifikasi untuk menentukan pengembangan teknologi selanjutnya, sehingga pengguna dapat memaksimalkan layanan yang disediakan dan merasa puas dengan produk yang diberikan. Identifikasi perilaku

pengguna juga penting bagi perusahaan untuk menghindari risiko investasi dalam pengembangan teknologi yang tidak tepat, yang dapat mengakibatkan layanan tersebut tidak bermanfaat atau bernilai bagi pengguna dan perusahaan (Bima Anandia & Aisyah, 2023).



Gambar 1.1 *Mobile Banking* Terpopuler di Indonesia

BSI Mobile masih menduduki peringkat ke- 5 dalam hal aplikasi *Mobile Banking* terpopuler yang digunakan masyarakat Indonesia pada tahun 2024, menurut statistik dari GoodStats yang merangkum temuan penelitian dari Populix. Hanya 5% responden yang mengatakan mereka menggunakan BSI Mobile. Berdasarkan penelitian ini, konsumen *Mobile Banking* masih belum memanfaatkan BSI Mobile sebagai platform mereka untuk melakukan aktivitas perbankan (Yonatan, 2024).

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh citra bank terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI dengan pendekatan UTAUT pada mahasiswa universitas Islam DIY Yogyakarta.

Citra Bank adalah evaluasi menyeluruh tentang bank yang muncul di kepala seseorang setiap kali bank tersebut disebut. Sementara itu, menurut Ab Hamid citra bank syariah dapat dipahami sebagai gambaran atau persepsi bank syariah di mata nasabah atau orang lain. Hal ini didefinisikan sebagai keseluruhan kesan atau persepsi nasabah terhadap bank syariah sebagai hasil dari pemahaman dan interaksinya dengan berbagai atribut bank. Menurut Wijaksono Bank syariah harus mempertimbangkan prinsip-prinsip syariah dalam semua transaksi bisnis untuk menciptakan citra merek yang menguntungkan yang sesuai dengan peraturan syariah (Setiawan, 2023).

Minat adalah kecenderungan dalam diri individu untuk tertarik pada suatu objek atau menyenangkan suatu objek. Minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan, yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut. Minat merupakan keinginan individu untuk

melakukan perilaku tertentu sebelum perilaku tersebut dilaksanakan. Adanya niat atau minat untuk melakukan suatu tindakan akan menentukan apakah keinginan tersebut akhirnya akan dilakukan. Sedangkan, Nasabah merupakan orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank dalam hal keuangan. Minat nasabah merupakan salah satu aspek psikis manusia yang dapat mendorong untuk mencapai tujuan. Seseorang yang memiliki minat terhadap suatu objek, cenderung untuk memberikan perhatian atau merasa senang yang lebih besar terhadap objek tersebut, namun apabila objek tersebut tidak menimbulkan rasa senang, maka ia tidak akan memiliki minat pada objek tersebut. Minat dapat diartikan suatu keinginan yang timbul dari suatu perhatian seseorang terhadap barang, benda atau dapat juga dikatakan sebagai dorongan ingin melakukan kegiatan tertentu (Iriani, 2018).

Dalam penelitian ini, peneliti memutuskan untuk menggunakan model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*). Sebelumnya, model *Technology Acceptance Model* (TAM) telah sering digunakan dalam berbagai penelitian sebelumnya untuk mengkaji penerimaan dan penggunaan teknologi. Disamping itu, alasan peneliti memilih model UTAUT adalah karena model ini merupakan penyempurnaan dari delapan teori sebelumnya, termasuk *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Technology Acceptance Model* (TAM), *Motivational Model* (MM), *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Combined TAM and TPB* (C-TAM-TPB), *Model of PC Utilization* (MPCU), *Innovation Diffusion Theory* (IDT), dan *Social Cognitive Theory* (SCT) (Venkatesh et al., 2003).

UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) yang dikembangkan oleh Venkatesh et al. (2003) adalah model teoritis yang dirancang untuk menganalisis dan mengevaluasi tingkat penerimaan serta penggunaan teknologi informasi. Model ini mengintegrasikan elemen-elemen terbaik dari delapan teori penerimaan teknologi yang sudah ada sebelumnya menjadi satu teori yang komprehensif. Dengan demikian, dibandingkan dengan model-model penelitian sebelumnya, UTAUT terbukti 70% lebih efektif dalam menjelaskan variasi niat untuk menggunakan teknologi. Model UTAUT terdiri dari empat

komponen utama, yaitu *performance expectancy* (ekspektasi kinerja), *effort expectancy* (ekspektasi usaha), *social influence* (pengaruh sosial), dan *facilitating conditions* (kondisi yang memfasilitasi) (Venkatesh et al., 2003).

Dalam penelitian ini, penulis memfokuskan perhatian pada mahasiswa universitas Islam di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) sebagai objek studi. Mahasiswa di wilayah ini memiliki karakteristik unik, karena selain berada dalam lingkungan kota yang dikenal sebagai pusat pendidikan progresif, mereka juga hidup dalam konteks yang sangat mendukung penerapan nilai-nilai keislaman. Karakteristik ini diperkirakan memengaruhi preferensi mereka dalam memilih layanan perbankan, khususnya yang berbasis syariah seperti mobile banking. Selain itu, DIY Yogyakarta merupakan lokasi yang memiliki banyak universitas Islam terkemuka, sehingga populasi ini dianggap representatif untuk mengeksplorasi bagaimana aspek-aspek keagamaan, pendidikan, dan teknologi memengaruhi minat dalam penggunaan teknologi perbankan.

Selain itu, mahasiswa, sebagai bagian dari generasi muda, umumnya memiliki tingkat keakraban yang tinggi dengan teknologi digital dan berpotensi menjadi pengguna utama mobile banking. Kelompok ini cenderung lebih adaptif terhadap inovasi teknologi, termasuk layanan perbankan berbasis aplikasi. Dengan memfokuskan penelitian pada mahasiswa Islam, studi ini bertujuan untuk secara mendalam mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi minat mereka terhadap penggunaan mobile banking, termasuk mengkaji apakah citra bank memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan mereka dalam memanfaatkan layanan tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis ”Pengaruh Citra Bank Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* BSI Dengan Pendekatan UTAUT (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam DIY Yogyakarta)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dikemukakan sebelumnya maka rumusan masalah yang akan dibahas adalah :

1. Bagaimana pengaruh Citra bank terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI?
2. Bagaimana Pengaruh Ekspetasi Kinerja terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI?
3. Bagaimana Pengaruh Ekspetasi Usaha terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI?
4. Bagaimana Pengaruh Faktor Sosial terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI?
5. Bagaimana Pengaruh Kondisi Memfasilitasi terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI?

C. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk Mengetahui pengaruh Citra Bank terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI.
2. Untuk Mengetahui pengaruh Ekspetasi Kinerja terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI.
3. Untuk Mengetahui pengaruh Ekspetasi Usaha terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI.
4. Untuk Mengetahui pengaruh Faktor Sosial terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI.
5. Untuk Mengetahui pengaruh Kondisi Memfasilitasi terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI.

D. Mafaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat akademis dan manfaat praktis.

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu untuk dapat mengembangkan ilmu perbankan syariah lebih mendalam lagi serta dapat mengembangkan ilmu tentang Pengaruh Citra Bank Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* BSI Dengan Model UTAUT.

b. Manfaat Praktis

Hasil peneliti ini dapat menjadi acuan buat mahasiswa dan masyarakat dalam memilih mobile banking.

Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan yang informatif, kontribusi praktis, serta bermanfaat kepada *end users* BSI Mobile khususnya, dan untuk pengguna teknologi informasi dalam layanan perbankan pada umumnya.

E. Sistematika Penelitian

Peneliti menyusun penulisan sistematika ini supaya mempermudah pembaca maupun peneliti sendiri dalam menyusun hasil penelitian yang diperoleh. Terdapat lima bab pada sistematika penulisan penelitian ini. Setiap bab mempunyai sub-bab, setiap sub-bab merupakan bagian dari bab yang menjelaskan lebih spesifik terkait beberapa hal yang ada dalam bab. Berikut merupakan sistematika penulisan pada penelitian ini secara garis besar:

Bab I Pendahuluan

Bab ini bersisi mengenai latar belakang penelitian serta rumusan masalah yang terbentuk dari latar belakang. Kemudian, pada bab ini akan dipaparkan terkait tujuan dan manfaat penelitian. Maka dari itu, dalam peulisa penelitian bab ini yang nantinya menjadi acuan penelitian dari awal hingga akhir penelitian.

Bab 2 Telaah Pustaka dan Landasan Teori

Bab ini berisi telaah pustaka yang berasal dari jurnal ilmiah baik nasional maupun internasional serta landasan teori sebagai rujukan di setiap kegiatan pada penelitian ini.

Bab 3 Metode Penelitian

Bab ini berisi mengenai metode penelitian yang merupakan metode yang digunakan pada penelitian ini kemudian diuraikan serta dijabarkan. Pembahasan mengenai

metode tersebut terdapat desain dan instrument penelitian, objek penelitian, sumber data, Teknik pengumpulan data serta teknik analisis data yang digunakan pada setiap penelitian.

Bab 4 Analisis Data dan Pembahasan

Bab ini merupakan pokok dan inti dari hasil penelitian, karena didalamnya berisi tentang hasil analisis data yang sudah diperoleh selama penelitian berlangsung. Pada bab ini peneliti akan menjawab beberapa masalah yang telah dirumuskan pada bab pertama di bagian perumusan masalah.

Bab 5 Kesimpulan dan Saran

Bab ini merupakan bagian penutup dan akhir dari penulisan yang telah dilakukan peneliti yang berisi tentang kesimpulan serta saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Telaah Pustaka

Penelitian oleh Angelina & Yasin (2024) "*Penerapan Model UTAUT Terhadap Minat Dan Perilaku Masyarakat Kota Surabaya Menggunakan Mobile banking*" Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji bagaimana model UTAUT diterapkan pada preferensi dan tindakan nasabah *Mobile Banking* BSI Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif, dengan mengumpulkan data primer melalui survei online yang dibuat dengan Google Forms. Pengambilan sampel secara purposive sampling digunakan untuk memilih sampel, yang harus mencakup penduduk Kota Surabaya yang berusia antara 17 dan 60 tahun dan sebelumnya telah menggunakan layanan *Mobile Banking* BSI. Menurut temuan penelitian, minat untuk memanfaatkan *Mobile Banking* BSI secara signifikan dipengaruhi oleh konstruk model UTAUT tentang ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, dan dampak sosial. Lebih jauh, keadaan yang memungkinkan dan minat juga memiliki dampak besar pada bagaimana orang menggunakan *Mobile Banking* BSI. Implementasi model UTAUT menawarkan pemahaman menyeluruh tentang preferensi dan tindakan nasabah *Mobile Banking* BSI. (Angelina & Yasin, 2024).

Penelitian oleh Alim et al., (2024) "*Pengaruh Penerimaan Teknologi Dengan Metode UTAUT Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking di BSI Tangerang*" Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh faktor UTAUT, yang mencakup empat variabel independen: Harapan Kinerja (X1), Harapan Bisnis (X2), Pengaruh Sosial (X3), dan Kondisi Pemfasilitasi (X4), serta variabel dependen yaitu Minat (Y), baik secara parsial maupun simultan. Populasi penelitian ini adalah nasabah BSI di Tangerang, dengan jumlah sampel sebanyak 110 responden. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Analisis yang digunakan meliputi uji model pengukuran (outer model) dan uji model struktural (inner model) dengan bantuan SmartPLS 3.0. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa Harapan Kinerja, Pengaruh Sosial, dan Kondisi Pemfasilitasi memiliki pengaruh positif terhadap Minat Nasabah dalam menggunakan layanan m-banking

secara parsial, sementara Harapan Upaya memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan. Selanjutnya, semua variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi kalangan akademisi dan praktisi perbankan (Alim et al., 2024).

Peneliti oleh Anjani & Mukhlis (2022) "*Penerapan Model UTAUT (The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology) Terhadap Minat Dan Perilaku Penggunaan Mobile banking*" *Mobile Banking* BRI adalah salah satu layanan perbankan yang memiliki peran strategis dalam memudahkan transaksi nasabah. Pengembangan layanan ini perlu dilakukan dengan menganalisis faktor-faktor yang mendorong penerimaan dan penggunaan *mobile banking*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis behavioral intention dan use behavior terkait penggunaan *Mobile Banking* BRI dengan menerapkan model UTAUT. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner online yang disebarakan kepada 130 pengguna *Mobile Banking* BRI. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode purposive sampling, dan data dianalisis menggunakan regresi linier berganda melalui teknik Ordinary Least Square (OLS). Hasil dari regresi pertama menunjukkan bahwa konstruk UTAUT seperti performance expectancy, effort expectancy, dan social influence memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap behavioral intention dalam menggunakan *Mobile Banking* BRI. Sedangkan hasil dari regresi kedua menunjukkan bahwa facilitating conditions dan behavioral intention juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap use behavior penggunaan *Mobile Banking* BRI (Anjani & Mukhlis, 2022).

Peneliti oleh Khadijah & Putri (2019) "*Analisis Penerapan Model UTAUT Terhadap Minat Perilaku Pemanfaatan Dan Penggunaan Internet Banking*" Faktor-faktor yang mempengaruhi minat perilaku dan penggunaan internet banking diteliti dalam penelitian ini dengan menggunakan model UTAUT. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data dari sejumlah perguruan tinggi di Semarang, dengan penekanan pada guru UMKM, wirausahawan, dan mahasiswa Magister Akuntansi dan Manajemen. Temuan penelitian menunjukkan bahwa minat perilaku

dalam menggunakan internet banking dipengaruhi secara positif oleh ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, dan ekspektasi perusahaan. Motivasi perilaku dalam menggunakan internet banking tidak dipengaruhi oleh keadaan fasilitas. Minat perilaku dipengaruhi secara positif oleh penggunaan internet banking, sedangkan minat perilaku dimoderasi oleh dampak positif penggunaan internet banking terhadap gender. Penelitian ini juga menemukan bahwa pengalaman gagal memoderasi ekspektasi dan kondisi bisnis, dan usia memodifikasi dampak sosial dan ekspektasi kinerja pada minat perilaku pengguna dalam perbankan online. Bank dan lembaga keuangan lainnya dapat belajar banyak dari penelitian ini tentang unsur-unsur yang mempengaruhi minat perilaku konsumen dalam memanfaatkan internet banking. Bank dan lembaga keuangan lainnya dapat membuat rencana yang efisien untuk meningkatkan adopsi dan penggunaan internet banking konsumen dengan memahami unsur-unsur ini. (Khadijah & Putri, 2019).

Peneliti oleh Kusumaningrum & Mahardhika (2024) "*Penerapan Metode UTAUT Pada Minat Dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking Di Kabupaten Kebumen*" Penelitian ini menggunakan model UTAUT untuk mengkaji variabel-variabel yang mempengaruhi minat dan penggunaan *Mobile Banking* oleh masyarakat Kabupaten Kebumen. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Responden penelitian ini adalah 104 pengguna perbankan di Kabupaten Kebumen yang pernah menggunakan mobile banking. Analisis penelitian ini menggunakan SEM-PLS dengan program WarpPLS 8.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku penggunaan dipengaruhi secara positif oleh niat berperilaku, pengaruh sosial, dan ekspektasi usaha. Sementara itu, perilaku penggunaan tidak dipengaruhi oleh standar kinerja dan kondisi fasilitas (Kusumaningrum & Mahardhika, 2024).

Peneliti oleh Oktavianita & Siregar (2021) "*Pengaruh Faktor Model UTAUT (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology) Terhadap Niat Generasi Milenial Dalam Menggunakan Mobile Banking Di Indonesia*" Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji niat generasi milenial Indonesia untuk memanfaatkan *Mobile Banking* di bank-bank Islam. Harapan kinerja, harapan

upaya, pengaruh sosial, religiusitas, risiko yang dirasakan, kondisi yang mendukung, dan kecemasan teknologi adalah beberapa elemen yang diteliti oleh peneliti terkait dengan niat untuk menggunakan dan menerima *mobile banking*. Dengan menggunakan berbagai teknik statistik, informasi dikumpulkan dari nasabah milenial bank-bank Islam Indonesia. Menurut temuan penelitian, niat untuk menggunakan *Mobile Banking* dipengaruhi secara positif oleh harapan kinerja, harapan upaya, pengaruh sosial, agama, dan faktor-faktor yang memfasilitasi. Di sisi lain, niat untuk menggunakan *Mobile Banking* dipengaruhi secara negatif oleh fobia teknologi. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa niat untuk menggunakan menurun seiring dengan meningkatnya risiko yang dirasakan. *mobile banking*. Lebih jauh, penelitian ini menunjukkan bahwa niat yang kuat untuk memanfaatkan *Mobile Banking* akan mengarah pada tingkat penggunaan yang lebih tinggi. Hasil penelitian ini menawarkan perspektif yang signifikan bagi bank-bank Islam dalam memahami elemen-elemen yang memengaruhi penggunaan *Mobile Banking* oleh generasi milenial. Temuan ini dapat digunakan oleh bank Islam untuk membuat strategi yang akan meningkatkan kebahagiaan nasabah dan penggunaan *mobile banking*. (Oktavianita & Siregar, 2021).

Peneliti oleh Purwanto & Loisa (2020) “The Intention and Use Behaviour of the *Mobile Banking* System in indonesia: UTAUT Model” Pengaruh harapan kinerja terhadap niat berperilaku tidak signifikan, tetapi harapan usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan. Begitu juga, pengaruh sosial terhadap niat penggunaan tidak relevan, namun kondisi yang memfasilitasi memiliki pengaruh positif dan signifikan. Niat berperilaku juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan. Orisinalitas tulisan ini terletak pada temuan bahwa faktor penentu niat dan perilaku penggunaan m-banking di kalangan generasi urban dan milenial di Indonesia adalah harapan usaha dan kondisi yang memfasilitasi. Generasi urban dan milenial cenderung lebih individualistis daripada kolektivistis, sehingga mereka tidak memerlukan pengaruh sosial untuk memahami manfaat m-banking. Mereka menggunakan m-banking terutama untuk keperluan pribadi dan aktivitas sehari-hari, bukan untuk menunjang pekerjaan mereka,

sehingga harapan kinerja bukanlah faktor yang mempengaruhi mereka dalam menggunakan m-banking (Purwanto & Loisa, 2020).

Peneliti oleh Sugiharto et al. (2021) "*Application Of Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT) Model To The Intention To Using Mobile Banking Service*" Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji bagaimana faktor sosial, ekspektasi kinerja, dan ekspektasi usaha mempengaruhi niat nasabah *Mobile Banking* untuk memanfaatkan layanan tersebut. Dengan tujuan menggunakan *Mobile Banking* sebagai variabel dependen, penelitian ini mencakup tiga variabel independen: ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan dampak sosial. Sampel penelitian, yang mencakup 154 responden, diambil dari pengguna *Mobile Banking* di Kabupaten Subang, Provinsi Jawa Barat, dengan menggunakan pendekatan pengambilan sampel aksidental daripada pengambilan sampel non-probabilitas. Dengan menggunakan perangkat lunak SPSS 22, pengujian penelitian ini terdiri dari analisis regresi berganda, analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi tradisional. Temuan penelitian menunjukkan bahwa faktor sosial, ekspektasi kinerja, dan ekspektasi usaha semuanya secara parsial positif mempengaruhi kecenderungan untuk memanfaatkan *Mobile Banking* baik secara parsial maupun simultan (Sugiharto et al., 2021).

Peneliti oleh Nugroho et al., (2023) "*Exploring the Adoption of Digital Wallets among Islamic Millennials in Yogyakarta, Indonesia Using an Extended UTAUT Model: The Role of Islamic Consumption Ethics*" Penelitian ini menunjukkan bahwa transaksi dompet digital di Yogyakarta terus meningkat, didorong oleh dukungan dari berbagai pemangku kepentingan dan antusiasme generasi milenial Islam dalam penggunaannya untuk transaksi harian. Faktor-faktor seperti ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, dan pengaruh sosial membentuk persepsi positif mereka terhadap metode pembayaran digital. Namun, hasil studi juga mengungkapkan bahwa kondisi yang memfasilitasi dan etika konsumsi Islami tidak memiliki dampak signifikan terhadap praktik transaksi digital mereka. Hal ini menunjukkan bahwa generasi milenial Islam belum sepenuhnya menerapkan ajaran Islam secara komprehensif, terutama dalam mengintegrasikan etika konsumsi

Islami dalam transaksi digital sehari-hari. Sebaliknya, mereka cenderung menggunakan standar yang berbeda dalam perilaku konsumsi, yang menyimpang dari prinsip-prinsip agama. Etika konsumsi Islam, sebagai bagian dari etika ekonomi, perlu ditanamkan pada generasi milenial Islam, terutama di tengah pesatnya globalisasi yang dipicu oleh kemajuan teknologi, yang sering kali mengaburkan batas-batas etika. Kemudahan teknologi modern berisiko membuat perilaku masyarakat lebih materialistis dan pragmatis, yang dapat mengesampingkan nilai moral serta mendorong praktik yang mengabaikan standar etika dan moral. Ada kekhawatiran bahwa tanpa landasan etika konsumsi Islam yang kuat, generasi milenial Islam akan menjadi semakin materialistis dalam memanfaatkan kepraktisan teknologi. Penelitian ini hanya berfokus pada milenial di Yogyakarta; studi mendatang diharapkan memperluas sampel ke wilayah lain dan membandingkan perilaku konsumsi digital antar generasi, seperti Generasi Z, guna lebih memahami integrasi etika konsumsi Islam dalam perilaku konsumsi digital (Nugroho et al., 2023).

Peneliti oleh Rahayu & Fitriani (2023) "*Pengaruh Literasi Digital, Fitur Layanan Dan Brand Image Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Muamalat Din Di Ponorogo*" Minat merupakan hal yang mendorong seseorang untuk bertindak ketika ia memiliki keinginan yang kuat untuk melakukannya. Minat dipengaruhi oleh sejumlah faktor, antara lain citra merek, kelengkapan fitur layanan, dan kecakapan digital. Minat konsumen untuk menggunakan *Mobile Banking* akan meningkat seiring dengan tingginya tingkat literasi digital. Nasabah akan tertarik untuk menggunakan *Mobile Banking* guna memperlancar transaksi sesuai dengan kebutuhannya karena kelengkapan fitur layanan yang ditawarkan. Citra merek yang kuat akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap bank, yang akan menguntungkan lembaga tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif kausal dan metodologi kuantitatif. Sebanyak 6.541 nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo menjadi populasi penelitian. Rumus Slovin digunakan untuk memperoleh sampel penelitian, sehingga diperoleh 100 orang responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat menggunakan *Mobile*

Banking Muamalat DIN, baik secara parsial maupun simultan, dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh literasi digital, karakteristik layanan, dan citra merek. (Rahayu & Fitriani, 2023).

Dari penjelasan yang telah disampaikan, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya. Perbedaan tersebut terletak pada variabel yaitu variabel Citra Bank, meskipun sama-sama menggunakan metode UTAUT. Selain itu, penelitian ini juga berbeda dalam hal waktu dan lokasi pelaksanaan.

B. Landasan Teori

1. *Mobile Banking*

Perbankan modern menghadirkan layanan *mobile banking*, memanfaatkan teknologi informasi untuk memberikan kemudahan dan nilai tambah bagi nasabah. Dikenal juga sebagai m-banking, layanan ini memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi perbankan secara praktis, efektif, dan efisien melalui perangkat mobile mereka, seperti smartphone. Kunci utama m-banking adalah ketersediaan telepon seluler dan koneksi internet. Fasilitas ini dapat diakses oleh semua pengguna ponsel, memungkinkan mereka untuk bertransaksi kapanpun dan dimanapun dengan mudah.

Hadirnya *Mobile Banking* mentransformasi cara nasabah berinteraksi dengan bank. Kini, mereka dapat melakukan berbagai aktivitas perbankan, seperti melihat laporan rekening, mentransfer dana, mengecek saldo, dan membayar tagihan, langsung dari perangkat mobile mereka (Iqbal et al., 2021).

a. Manfaat *Mobile Banking*

Menurut Maulidiyah dalam (Sari et al., 2021), Manfaat *Mobile Banking* dapat dilihat dari persepsi kemudahan dan kegunaan layanannya. Persepsi ini didefinisikan sebagai kepercayaan seseorang bahwa penggunaan *Mobile Banking* akan meningkatkan kinerja dan memberikan manfaat baginya. Kepercayaan ini, yang disebut persepsi manfaat, mendorong nasabah untuk menggunakan dan memanfaatkan layanan *Mobile banking*. Sebaliknya, ketidakpercayaan dan keraguan dalam mengambil keputusan terkait penggunaan *Mobile Banking* akan menghambat nasabah untuk memanfaatkan layanan ini.

Menurut Widanengsih (2021), Jika layanan *Mobile Banking* bersifat interaktif dan mudah dipahami oleh pengguna, layanan ini akan terbukti bermanfaat. Nasabah dapat menghemat waktu dan biaya dengan menggunakan *Mobile Banking* karena mereka dapat menyelesaikan transaksi tanpa harus datang ke bank secara fisik. Nasabah tidak perlu datang langsung ke bank untuk menyelesaikan transaksi, karena *Mobile Banking* menawarkan layanan sepanjang waktu. *Mobile Banking* tersedia sepanjang waktu. Bahkan ketika kantor cabang bank tutup, nasabah dapat melakukan transaksi kapanpun dan dimanapun selama ada jaringan internet.

Menurut Fitri (2021), *Mobile Banking* tak hanya menawarkan kemudahan transfer uang dan pembayaran tagihan, tetapi juga menyediakan berbagai fitur lain yang bermanfaat. Pengguna dapat membeli voucher pulsa, data, dan kebutuhan lainnya, serta melihat informasi rekening dengan mudah. Aplikasi *Mobile Banking* juga memungkinkan pembayaran zakat, sehingga memudahkan nasabah dalam beribadah. Fitur-fitur Islami seperti penunjuk arah kiblat dan Al-Quran digital pun tersedia untuk mendukung kebutuhan spiritual nasabah.

Dapat disimpulkan bahwa jika teknologi dapat menguntungkan seseorang dan membantu mereka bekerja lebih baik, maka orang akan memanfaatkannya dan memiliki kemampuan untuk meningkatkan *output* mereka. Keuntungan dalam *Mobile Banking* adalah hal-hal yang didapatkan atau diantisipasi oleh klien atau pengguna untuk melakukan pekerjaan mereka dan memenuhi kewajiban mereka. Jika seseorang percaya bahwa *Mobile Banking* dapat meningkatkan pekerjaan mereka dan membantu mereka mencapai tujuan kinerja mereka di tempat kerja, maka mereka akan menggunakannya.

Berikut kelebihan menggunakan *Mobile Banking* sebagai berikut:

- 1) *Mobile Banking* dapat diakses dengan mudah meskipun koneksi internet lambat, sehingga pengguna dapat melakukan transaksi keuangan kapanpun dan dimanapun.
- 2) Jangkauan koneksi *Mobile Banking* lebih luas dibandingkan dengan internet banking, karena dapat diakses melalui *smartphone*.

- 3) Fitur-fitur yang ditampilkan dalam *Mobile Banking* lebih mudah dipahami dan sederhana, sehingga pengguna dapat melakukan transaksi dengan mudah dan cepat.
- 4) Biaya yang dikenakan untuk menggunakan *Mobile Banking* umumnya lebih rendah dibandingkan dengan internet banking.
- 5) *Mobile Banking* umumnya dilengkapi dengan fitur keamanan yang canggih, sehingga meminimalisasi risiko penipuan.
- 6) *Mobile Banking* memudahkan nasabah dalam menjangkau bank, karena mereka dapat melakukan berbagai transaksi tanpa harus pergi ke kantor cabang.
- 7) *Mobile Banking* dapat diakses 24 jam sehari, 7 hari seminggu, sehingga pengguna dapat melakukan transaksi kapanpun mereka membutuhkan.

2. Citra Bank

Citra bank adalah keseluruhan persepsi yang merupakan kesan terhadap suatu objek perbankan, yang terbentuk melalui pengolahan informasi berdasarkan pengetahuan dan pengalaman dari berbagai sumber sepanjang waktu. Menurut Kriyantono (2012), citra bank (corporate image) adalah kesan psikologis dan gambaran dari berbagai aktivitas perusahaan di mata publiknya, yang terbentuk dari pengetahuan, tanggapan, serta pengalaman yang diperoleh. Publik dapat menilai citra perusahaan sebagai positif, netral, atau negatif (Suardika, 2018).

Menurut Kotler & Armstrong (2016), citra bank adalah kesan menyeluruh tentang bagaimana suatu merek dilihat oleh konsumen, yang diperoleh dari data dan pengalaman merek sebelumnya. Citra bank sangat penting karena citra yang positif dapat memberikan nilai emosional kepada pelanggan dan membuat mereka merasa senang saat menggunakan atau membeli barang dari merek tersebut. Di sisi lain, konsumen lebih suka menghindari atau tidak menunjukkan minat untuk membeli suatu produk jika mereka memiliki persepsi negatif terhadap merek tersebut (Izzuddin & Ilahiyyah, 2022). Indikator-indikator yang membentuk citra bank terdiri atas:

a) Citra Korporat

Citra yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri. Sebagai sebuah organisasi, perusahaan selalu berupaya membangun reputasinya agar citra dan nama baik perusahaan terlihat positif di mata konsumen dan masyarakat. Hal ini pada akhirnya akan berdampak signifikan terhadap kondisi internal perusahaan.

b) Citra Produk/Konsumen

Persepsi konsumen terhadap suatu produk bisa membawa dampak positif maupun negatif, tergantung pada kebutuhan, keinginan, dan harapan mereka. Citra produk ini dapat berkontribusi pada terbentuknya brand image.

c) Citra Pemakai

Citra pemakai suatu merek dapat terbentuk secara langsung melalui pengalaman dan interaksi dengan pengguna merek tersebut. Manfaat dari citra pengguna terletak pada nilai pribadi konsumen yang dikaitkan dengan atribut produk atau layanannya.

3. Minat

a. Minat

Minat adalah Jika suatu subjek relevan bagi individu dan selaras dengan preferensi mereka, minat mereka terhadap subjek tersebut cenderung meningkat. Minat atau kecenderungan hati terhadap sesuatu didefinisikan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia sebagai perhatian. Kesenangan atau kepuasan seseorang terhadap suatu subjek berkorelasi dengan tingkat minatnya. Slameto mendefinisikan minat sebagai rasa suka dan ketertarikan yang tidak dipaksakan terhadap sesuatu atau suatu kegiatan. Sebagai komponen psikologis, minat tidak hanya memengaruhi bagaimana seseorang berperilaku ketika terlibat dalam suatu kegiatan, tetapi juga menyebabkan seseorang merasa tertarik pada sesuatu. Nasabah, sebagai konsumen, berperan sebagai penyedia dana dalam transaksi barang atau jasa. Menurut Komarudin, minat nasabah adalah perasaan lebih suka dan ketertarikan terhadap suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pelanggan. Terdapat beberapa tahapan dalam proses pengambilan keputusan yang biasanya

dilakukan seseorang, yaitu identifikasi kebutuhan dan pengumpulan informasi nasabah (Siagian & Tambunan, 2022).

b. Faktor Yang Mempengaruhi Timbulnya Minat

1) Aspek Internal

Aspek internal adalah faktor yang berasal dari dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk melakukan sesuatu. Faktor-faktor ini meliputi konsentrasi perhatian, rasa ingin tahu, dorongan, serta keinginan.

2) Aspek Eksternal

Aspek eksternal adalah faktor yang mendorong keinginan yang berasal dari luar diri seseorang, seperti keluarga, teman, adanya infrastruktur, fasilitas, serta kondisi lingkungan (Siagian & Tambunan, 2022).

c. Cara Pembentukan Minat

Secara umum, minat dapat dikembangkan melalui interaksi dengan suatu objek. Pembentukan minat ini seringkali dipengaruhi oleh faktor eksternal, seperti orang lain, meskipun dorongan untuk minat tersebut berasal dari dalam diri kita sendiri (Siagian & Tambunan, 2022).

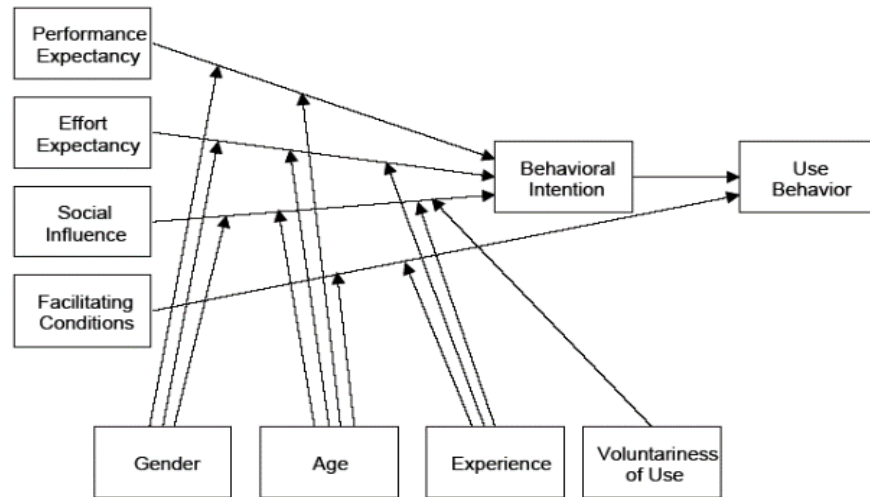
Indikator yang digunakan untuk mengukur minat dalam menggunakan suatu teknologi menurut Rithmaya (2016) adalah sebagai berikut:

- 1) Keinginan di masa mendatang.
- 2) Kesesuaian.
- 3) Dukungan.
- 4) Rekomendasi.

4. Model UTAUT

Menurut (Venkatesh et al., 2003) UTAUT (*Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology*) adalah salah satu model terkini yang dapat digunakan untuk memprediksi penggunaan teknologi saat ini maupun teknologi masa depan dengan tinjauan sistematis. Model UTAUT mengidentifikasi faktor-faktor kunci dalam variabelnya dalam mengukur niat perilaku untuk menggunakan teknologi

dan penggunaan aktual. Empat faktor variabel tersebut adalah *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating conditions*.



Gambar 2.1 Model UTAUT

a. *Performance Expectancy* (Ekspetasi Kinerja)

Harapan kinerja (*Performance Expectancy*) dalam UTAUT mengacu pada keyakinan individu bahwa penggunaan teknologi baru akan membantunya meningkatkan kinerja dan mencapai hasil yang lebih baik dalam pekerjaan (Putri & Mahdian, 2021). Faktor ini diukur melalui lima indikator, yaitu:

- 1) Kegunaan yang Dipersepsikan (*Perceived Usefulness*) Seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi baru akan meningkatkan produktivitas dan efisiensi mereka saat melakukan tugas terkait pekerjaan. Orang biasanya menggunakan teknologi yang dianggap membantu dan meningkatkan produktivitas mereka. TAM dan CTAM-TPB keduanya menggunakan indikasi ini.
- 2) Motivasi Ekstrinsik (*Extrinsic Motivation*) Merupakan keyakinan seseorang bahwa memanfaatkan teknologi baru akan menghasilkan keuntungan eksternal seperti kenaikan gaji, promosi, atau persetujuan dari atasan. Orang cenderung menggunakan teknologi jika teknologi

tersebut dapat membantu mereka mencapai tujuan eksternal tersebut. Dalam MM indikasi ini dimanfaatkan.

- 3) Kesesuaian Pekerjaan (*Job-fit*) Merupakan sejauh mana persyaratan dan tugas pekerjaan seseorang selaras dengan karakteristik dan kemampuan teknologi baru. Orang biasanya menggunakan teknologi yang dapat memfasilitasi penyelesaian tugas dan dianggap sesuai untuk bidang pekerjaan mereka. MPCU memanfaatkan indikasi ini.
- 4) Keuntungan Relatif (*Relative Advantage*) Merupakan keyakinan seseorang bahwa teknologi baru lebih menguntungkan daripada teknologi lama. Ketika teknologi dianggap lebih unggul dan lebih efisien dalam menyelesaikan tugas, orang cenderung menggunakannya. IDT memanfaatkan indikasi ini.
- 5) Ekspektasi Hasil (*Outcome Expectations*) Merupakan keyakinan individu tentang konsekuensi positif yang akan diperolehnya dari penggunaan teknologi baru. Indikator ini dibagi menjadi dua, yaitu: Harapan Kinerja (*Performance Expectations*) Keyakinan individu bahwa penggunaan teknologi baru akan meningkatkan kinerja dan hasil pekerjaannya, Harapan Pribadi (*Personal Expectations*) Keyakinan individu bahwa penggunaan teknologi baru akan memberikan manfaat pribadi, seperti kepuasan kerja atau peningkatan kualitas hidup.

b. *Effort Expectancy* (Ekspektasi Usaha)

Kemudahan upaya (*Effort Expectancy*) dalam UTAUT mengacu pada tingkat kemudahan yang diyakini individu dalam menggunakan teknologi baru (Putri & Mahdian, 2021). Faktor ini diukur melalui tiga indikator, yaitu:

- 1) Kemudahan Penggunaan yang Dipersepsikan (*Perceived Ease of Use*) Merupakan persepsi masyarakat bahwa pemanfaatan teknologi baru akan mudah dan tidak memerlukan banyak usaha. Masyarakat biasanya menggunakan teknologi yang dianggap mudah digunakan dan dipahami. TAM memanfaatkan indikasi ini.

- 2) Kompleksitas (*Complexity*) Merupakan Tingkat kesulitan yang dirasakan orang dalam memahami dan memanfaatkan teknologi baru. Orang lebih memilih untuk menjauhi teknologi yang dianggap rumit dan sulit dipahami. MPCU memanfaatkan indikasi ini.
- 3) Kemudahan Penggunaan (*Ease of Use*) Merupakan tingkat kemudahan yang diyakini individu dalam menggunakan inovasi. Individu cenderung mengadopsi inovasi yang dianggap mudah digunakan. Indikator ini digunakan dalam IDT.

c. *Sosial Influence* (Faktor Sosial)

Pengaruh sosial (Social Influence) dalam UTAUT mengacu pada seberapa besar individu mempertimbangkan pendapat orang lain dalam memutuskan untuk menggunakan teknologi baru Nugroho et al., (2023) Faktor ini diukur melalui beberapa indikator, yaitu:

- 1) Norma Subjektif (*Subjective Norm*) adalah cara seseorang memandang pendapat orang-orang terdekatnya, seperti keluarga dan teman, tentang penggunaan teknologi. Orang-orang cenderung menggunakan teknologi jika mereka merasa bahwa orang terdekatnya mendorong mereka untuk melakukannya. Indikator ini digunakan dalam TRA, TAM2, TPB, dan C-TAM-TPB.
- 2) Faktor Sosial (*Social Factors*) meliputi internalisasi individu terhadap budaya kelompok referensi dan kesepakatan interpersonal yang telah dibuatnya dengan orang lain dalam situasi sosial tertentu. Individu cenderung terpengaruh oleh norma dan nilai yang berlaku dalam kelompok referensinya. Indikator ini digunakan dalam MPCU.
- 3) Citra (*Image*) merupakan sejauh mana individu meyakini bahwa penggunaan teknologi baru dapat meningkatkan citra atau status sosial mereka. Individu cenderung menggunakan teknologi yang dianggap dapat meningkatkan citra mereka di mata orang lain. Indikator ini digunakan dalam IDT (Putri & Mahdian, 2021)

d. *Facilitating Condition* (Kondisi Memfasilitasi)

Kondisi Fasilitas (*Facilitating Conditions*) dalam UTAUT mengacu pada keyakinan individu bahwa infrastruktur dan sumber daya yang diperlukan untuk menggunakan teknologi baru tersedia dan memadai (Putri & Mahdian, 2021). Faktor-faktor yang diukur melalui tiga indikator, yaitu:

- 1) Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan (*Perceived Behavioral Control*) Merupakan Pendapat pribadi mengenai kemudahan dan kemandirian penggunaan teknologi modern. Jika orang merasa memiliki keterampilan dan sumber daya yang dibutuhkan untuk menggunakan teknologi, mereka cenderung akan melakukannya. Indikator ini digunakan dalam TPB dan C-TAM-TPB.
- 2) Kondisi Fasilitas (*Facilitating Conditions*) merupakan faktor objektif di lingkungan yang mendukung penggunaan teknologi baru, seperti ketersediaan akses internet, perangkat keras, dan perangkat lunak yang memadai, serta dukungan teknis dari organisasi. Individu cenderung menggunakan teknologi jika mereka yakin bahwa infrastruktur dan sumber daya yang diperlukan tersedia dengan mudah. Indikator ini digunakan dalam MPCU.
- 3) Kompatibilitas (*Compatibility*) merupakan seberapa baik teknologi baru sesuai dengan nilai, keinginan, dan pengalaman seseorang Orang menggunakan teknologi yang mereka yakini sesuai dengan rutinitas dan kehidupan mereka. Indikator ini digunakan dalam IDT.

C. Hipotesis

Terdapat berbagai jenis hipotesis dalam penelitian, salah satunya adalah hipotesis deskriptif. Menurut Sugiyono (2017), hipotesis deskriptif adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang bersifat deskriptif (Lalang et al., 2022). Berikut adalah penjelasan pengembangan hipotesis dalam penelitian ini:

1. *Citra Bank Terhadap Minat Menggunakan M-Banking BSI*

Menurut Rahayu & Fitriani (2023) Menyatakan *brand image* berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* muamalat DIN.

Brand image merupakan persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya.

Menurut Nagib et al. (2021) Menyatakan *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah yang menggunakan E-Banking. Jika citra merek yang dimiliki oleh suatu perusahaan tidak baik maka, nasabah akan ragu menggunakan brand yang ditawarkan oleh perusahaan.

Menurut Izzuddin & Ilahiyyah (2022) Menyatakan *Brand image* berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan bank digital secara parsial. Brand image menjadi elemen yang sangat penting bagi perusahaan. Brand image yang tepat dapat menimbulkan nilai emosional pada diri konsumen dan mampu menimbulkan perasaan positif saat konsumen melakukan pembelian atau penggunaan merek produk.

Menurut Salam & Rahmawati, (2020) Menyatakan bahwa Brand Image tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih layanan bank.

H1: *Citra Bank* (CB) berpengaruh signifikan positif terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI

2. Ekspektasi Kinerja Terhadap Minat Menggunakan M-Banking BSI

Menurut Venkatesh et al. (2003) Menyatakan Ekspektasi Kinerja berpengaruh signifikan positif terhadap minat dalam penggunaan teknologi (niat berperilaku).

Menurut Anjani & Mukhlis (2022) Menyatakan Ekspektasi Kinerja Memengaruhi Secara Positif Signifikan Terhadap Minat Perilaku Pemanfaatan m-banking BRI. Menurut Alim et al. (2024) Menyatakan *performance expectancy* yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap nasabah dalam menggunakan layanan mbanking. dapat disimpulkan bahwa terbukti yaitu “*performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan BSI Mobile di Tangerang”.

Menurut Sugiharto et al., (2021) Menyatakan Adanya pengaruh antara harapan kinerja terhadap minat menggunakan layanan *Mobile Banking* menandakan adanya hubungan diantara faktor tersebut.

Menurut Angelina & Yasin (2024) menyatakan bahwasannya Ekspektasi Usaha berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan *Mobile Banking* BSI. *Performance expectancy* terindikasi melalui beberapa indikator seperti persepsi kegunaan, kesesuaian kerja dan relative advantage pada penggunaan perbankan mobile berpengaruh signifikan terhadap minat. Hal tersebut memperlihatkan bahwa *performance expectancy* mempunyai dampak pada kegunaannya, sejauh mana sebuah sistem cocok dengan kebutuhan pengguna, serta keunggulan yang diberikan.

Menurut Alim et al., (2024) Menyatakan *Performance Expectancy* berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menggunakan teknologi *mobile banking*. Jadi dapat disimpulkan bahwa terbukti yaitu “*performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan BSI Mobile di Tangerang”.

H2: *Performance Expectancy* (PE) berpengaruh signifikan positif terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI

3. Ekspektasi Usaha Terhadap Minat Menggunakan M-Banking BSI

Menurut Venkatesh et al. (2003) Ekspektasi Usaha berpengaruh signifikan positif terhadap minat dalam penggunaan teknologi (niat berperilaku).

Menurut Anjani & Mukhlis (2022) Menyatakan Ekspektasi Usaha Memengaruhi Secara Positif Signifikan Terhadap Minat Perilaku Pemanfaatan m-banking BRI.

Menurut Alim et al. (2024) Menyatakan *effort expectancy* yang berpengaruh negatif signifikan terhadap nasabah dalam menggunakan layanan mbanking. Dapat disimpulkan bahwa “*effort expectancy* berpengaruh negatif signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI Mobile di Tangerang”.

Menurut Sugiharto et al., (2021) Menyatakan Adanya pengaruh antara harapan usaha terhadap minat menggunakan layanan *Mobile Banking* menandakan adanya hubungan diantara faktor tersebut.

Menurut Angelina & Yasin (2024) Menyatakan bahwa adanya pengaruh antara ekspektasi usaha terhadap minat dalam penggunaan *mobile banking*. *Effort*

expectancy terindikasi melalui beberapa indikator seperti persepsi kemudahan dan kompleksitas yang memberikan pengaruh signifikan terhadap minat. Hal tersebut memperlihatkan bahwa *effort expectancy* mempunyai dampak pada kemudahan penggunaan tidak hanya sekadar faktor teknis, tetapi juga memiliki dampak yang signifikan pada sikap dan perilaku pengguna, yang memengaruhi tingkat adopsi dan penerimaan terhadap suatu teknologi atau layanan.

H3: *Effort Expectancy* (EE) berpengaruh signifikan positif terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI

4. Faktor Sosial Terhadap Minat Menggunakan M-Banking BSI

Menurut Venkatesh et al. (2003) Faktor Sosial berpengaruh signifikan positif terhadap minat dalam penggunaan teknologi (niat berperilaku).

Menurut Anjani & Mukhlis (2022) Menyatakan Pengaruh Sosial Memengaruhi Secara Positif Signifikan Terhadap Minat Perilaku Pemanfaatan m-banking BRI.

Menurut Alim et al. (2024) Menyatakan *social influence* yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap nasabah dalam menggunakan layanan mbanking. Dapat disimpulkan bahwa terbukti yaitu “*social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan BSI Mobile di Tangerang”.

Menurut Sugiharto et al., (2021) Menyatakan Adanya pengaruh sosial terhadap minat dalam menggunakan *Mobile Banking* menunjukkan adanya keterkaitan dengan faktor ini.

Menurut Angelina & Yasin (2024) Menyatakan bahwa pengaruh sosial berpengaruh terhadap minat dalam penggunaan *Mobile Banking* BSI. *Social influence* terindikasi melalui beberapa indikator seperti norma subjektif dan faktor sosial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat. Hal tersebut memperlihatkan bahwa *social influence* mempunyai pengaruh dari orang-orang terdekat, memiliki peran yang signifikan dalam membentuk keputusan individu. Hal ini menggambarkan bahwa lingkungan sekitar individu, termasuk interaksi dengan keluarga, teman, dan masyarakat luas, dapat berpengaruh pada penggunaan perbankan mobile.

H4: *Social Influence* (SI) berpengaruh signifikan positif terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI

5. *Kondisi Memfasilitasi Terhadap Minat Menggunakan M-Banking BSI*

Menurut Venkatesh et al. (2003) Kondisi Memfasilitasi berpengaruh signifikan positif terhadap minat dalam penggunaan teknologi (niat berperilaku).

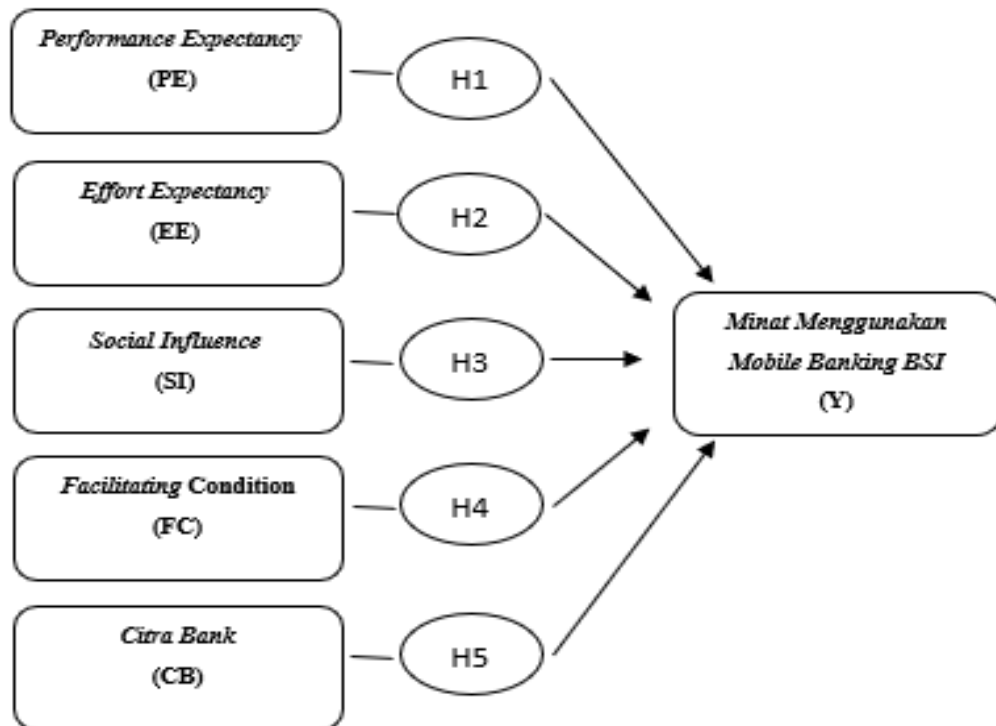
Menurut Anjani & Mukhlis (2022) Menyatakan Kondisi Memfasilitasi memengaruhi Secara Positif Signifikan Terhadap Perilaku Atas Penggunaan m-banking BRI.

Menurut Alim et al. (2024) Menyatakan *Facilitating Condition* yang berpengaruh tidak signifikan terhadap nasabah dalam menggunakan layanan mbanking. Hal ini dikarenakan bahwa aplikasi mbanking BSI belum mudah dijalankan pada semua sistem di handphone. Dapat disimpulkan bahwa tidak terbukti yaitu “*facilitating condition* berpengaruh tidak signifikan terhadap minat menggunakan layanan BSI Mobile di Tangerang”.

Menurut Angelina & Yasin (2024) Menyatakan bahwa Kondisi Fasilitas berpengaruh terhadap perilaku menggunakan *Mobile Banking* BSI. Hal tersebut memperlihatkan bahwa *facilitating conditions* mempunyai dampak pada penekanan kondisi fasilitas dalam penggunaan *Mobile Banking* menggambarkan bahwa ketersediaan dan kelayakan infrastruktur, dukungan teknologi, serta kemudahan akses menjadi faktor krusial yang secara signifikan mempengaruhi sejauh mana masyarakat mengadopsi dan menggunakan layanan perbankan melalui perangkat seluler.

H5: *Facilitating Condition* (FI) berpengaruh signifikan positif terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI.

D. Model Penelitian



Gambar 2.2 Model Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sukardi desain penelitian meliputi seluruh proses penting dalam merencanakan dan melaksanakan penelitian. Penelitian ini menerapkan teknik survei dengan cara mengumpulkan informasi berdasarkan pertanyaan yang telah dirancang dan diajukan kepada responden. Penyebaran kuesioner bertujuan untuk memperoleh data primer, yaitu informasi yang diperoleh langsung oleh peneliti dan bersifat terkini (Siyoto & Sodik, 2015).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Tempat yang diambil dalam penelitian ini adalah di Daerah Istimewa Yogyakarta dikarenakan sasaran respondennya adalah Mahasiswa Islam Yogyakarta. Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan September – Oktober 2024

C. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah pengaruh citra bank terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI dengan Pendekatan UTAUT.

D. Populasi dan Sampel

Populasi adalah sekumpulan orang atau objek lengkap yang memiliki beberapa karakteristik umum yang menarik bagi peneliti dan memenuhi kriteria yang ditentukan (Lalang et al., 2022). Populasi dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa Universitas Islam D.IY Yogyakarta pengguna *Mobile Banking* BSI. Sampel penelitian ini diambil dengan metode *Non Probability Sampling*, khususnya *Purposive Sampling*, di mana sampel dipilih dari populasi berdasarkan kriteria yang ditetapkan oleh peneliti. Dengan demikian, sampel yang dipilih diharapkan dapat mewakili karakteristik tertentu dari populasi yang diinginkan. Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang digunakan adalah 100 responden (Utami et al., 2022).

E. Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini adalah data primer yang didapatkan dari tanggapan responden Mahasiswa Universitas Islam DIY Yogyakarta.

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, kuesioner digunakan sebagai metode pengumpulan data. Peneliti mengharapkan bahwa pandangan yang disampaikan oleh responden dapat menjadi jawaban dari kuesioner yang diberikan. Skala Continuous Rating Scale yang digunakan dalam kuesioner ini akan digunakan untuk mengukur sikap responden dengan mengizinkan mereka untuk menunjukkan seberapa kuat mereka tidak setuju atau setuju dengan pernyataan tersebut.

G. Definisi Operasional dan Konseptual Variabel

1) Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017), variabel penelitian pada intinya merupakan segala sesuatu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga memperoleh informasi terkait hal tersebut, yang kemudian digunakan untuk menarik kesimpulan (Lalang et al., 2022). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel penelitian diantaranya yaitu:

- a. Variabel bebas (Independen) adalah variabel yang memengaruhi, menjelaskan, atau menerangkan variabel lain. Variabel yang dipengaruhi ini umumnya disebut variabel terikat. Variabel bebas disimbolkan dengan (X).
- b. Variabel terikat (dependen) adalah variabel respon atau output. Variabel ini dipengaruhi oleh variabel lain, yang disebut variabel bebas. Variabel terikat disimbolkan dengan (Y).

2) Definisi Operasional

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Pengaruh Citra Bank Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* BSI Dengan Pendekatan UTAUT

a. Model UTAUT

Menurut (Venkatesh et al., 2003), Model UTAUT adalah model terbaru yang dapat digunakan untuk memprediksi penggunaan teknologi saat ini dan

masa depan secara sistematis. UTAUT mengintegrasikan fitur-fitur sukses dari delapan teori penerimaan teknologi utama, yaitu *theory of reasoned action* (TRA), *technology acceptance model* (TAM), *motivational model* (MM), *theory of planned behavior* (TPB), kombinasi TAM dan TPB, *model of PC utilization* (MPTU), *innovation diffusion theory* (IDT), dan *social cognitive theory* (SCT). Model ini mengidentifikasi empat faktor kunci dalam mengukur niat perilaku dan penggunaan aktual teknologi.

1) *Performance Expectancy* (Ekspetasi Kinerja)

Harapan kinerja didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan sistem akan membantunya meraih keuntungan dalam meningkatkan kinerja.

2) *Effort Expectancy* (Ekspetasi Usaha)

Harapan usaha didefinisikan sebagai tingkat kemudahan penggunaan sistem yang dapat mengurangi upaya (tenaga dan waktu) individu dalam menyelesaikan pekerjaannya.

3) *Social Influence* (Faktor Sosial)

Pengaruh sosial didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang dapat dipengaruhi oleh orang lain dalam penggunaan suatu sistem.

4) *Facilitating Condition* (Kondisi Memfasilitasi)

Kondisi yang memfasilitasi didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa infrastruktur organisasi dan teknis yang tersedia dapat mendukung penggunaan teknologi.

b. *Citra Bank*

Citra bank adalah gambaran mental yang terbentuk di pikiran masyarakat sebagai akibat dari pengalaman, informasi, dan interaksi mereka dengan bank (Suardika, 2018).

c. *Minat*

Minat merupakan kecenderungan atau dorongan untuk menggunakan suatu produk, yang dapat diartikan sebagai tingkat keinginan atau motivasi seseorang untuk melakukan tindakan tertentu (Nagib et al., 2021).

d. *Mobile banking*

Mobile Banking adalah layanan yang disediakan oleh bank untuk memfasilitasi kelancaran dan kemudahan aktivitas perbankan, meningkatkan efektivitas dan efisiensi nasabah dalam melakukan berbagai transaksi (Iqbal et al., 2021).

H. Instrumen Penelitian

1) Kuesioner

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang melibatkan penggunaan daftar pertanyaan atau formulir yang ditujukan kepada objek penelitian. Angket didefinisikan sebagai teknik pengumpulan data dengan menggunakan formulir yang berisi sejumlah pertanyaan yang diajukan secara tertulis kepada individu atau kelompok, dengan tujuan memperoleh jawaban, tanggapan, dan informasi yang diperlukan oleh peneliti. Tujuan dari penyebaran angket adalah untuk mendapatkan informasi rinci mengenai suatu masalah dari responden, tanpa perlu khawatir bahwa responden mungkin memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan saat mengisi daftar pertanyaan tersebut (Lalang et al., 2022).

Pertanyaan dalam kuesioner dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis utama: pertanyaan terbuka dan tertutup. Pertanyaan terbuka meminta responden memberikan jawaban dalam bentuk narasi, sedangkan pertanyaan tertutup mengharuskan responden memberikan jawaban singkat atau memilih dari opsi yang sudah tersedia. Gaya pertanyaan tertutup umumnya digunakan ketika variabel yang diukur berupa data nominal, ordinal, interval, atau rasio.

Pada penelitian ini, kuesioner yang digunakan adalah tipe tertutup, di mana responden hanya perlu memilih jawaban yang paling sesuai. Instrumen penelitian berfungsi sebagai alat untuk mengukur fenomena yang diamati. Data dikumpulkan melalui kuesioner, yang terdiri dari daftar pernyataan tertulis, untuk mendapatkan tanggapan dari responden. Skala yang digunakan dalam kuesioner ini adalah skala *Continuous Rating Scale*.

Tabel 3.1 Skala Continuous Scale

No	Item	Skala
1	<i>Mobile Banking</i> BSI memudahkan saya untuk bertransaksi	<div style="display: flex; align-items: center; justify-content: space-between;"> 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-top: 5px;"> Tidak Sangat Setuju Sangat Setuju </div>

Continuous Rating Scale adalah suatu teknik pengukuran yang tidak komparatif, dimana responden diminta untuk menilai objek stimulus dengan menempatkan titik. Garis ini dapat berbentuk vertikal atau horizontal, dan dapat memiliki titik skala yang berupa angka atau deskripsi singkat tanda pada garis yang berjalan dari satu ujung kriteria ke ujung kriteria lainnya. Ini juga dikenal sebagai Skala Penilaian Grafis. dapat menempatkan markanya di mana saja pada garis berdasarkan opini mereka (Mia Yuli Astuti et al., 2022)

Tabel 3.2 Kisi- kisi Indikator

NO	Variabel	Indikator	Kode	Referensi
1	Citra Bank	Citra Korporat	CB1	(Izzuddin & Ilahiyyah, 2022)
2		Citra Produk	CB2	
3		Citra Pemakai	CB3	
4	Ekspetasi Kinerja	Perceived Usefulness	EK1	(Venkatesh et al., 2003)
5		Extrinsic Motivation	EK2	
6		Job-fit	EK3	
7		Relative Advantage	EK4	
8		Outcome Expectations	EK5	
9	Ekspetasi Usaha	Perceived Easy of Use	EU1	
10		Complexity	EU2	
11		Easy of Use	EU3	
12	Faktor Sosial	Subjective Norm	PS1	
13		Social Factors	PS2	

14		Image	PS3	
15	Kondisi Memfasilitasi	Percived Behavioral Control	KM1	
16		Facilitating Conditions	KM2	
17		Compability	KM3	
18	Minat	Keinginan di masa mendatang	M1	(Rithmaya, 2016)
19		Kesesuaian	M2	
20		Dukungan	M3	
21		Rekomendasi	M4	

I. Teknik Analisis Data

a. Uji Validasi dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Tujuan pengujian validitas adalah untuk memastikan seberapa baik alat ukur dapat menilai validitas kuesioner. Korelasi person product moment dihitung untuk setiap item pertanyaan untuk memverifikasi keasliannya. Perangkat lunak SPSS 25 digunakan untuk memeriksa temuan uji validitas kuesioner. Nilai r estimasi dan tabel r , di mana $df = 100 - 2 = 98$ dengan alpha 0,05, dibandingkan untuk menentukan kebenaran setiap pertanyaan. Nilai tabel r adalah 0,1654. Pertanyaan pada setiap variabel dianggap valid jika nilai r estimasi lebih besar dari tabel r , dan sebaliknya. Pernyataan pada setiap variabel dianggap tidak valid jika tabel r yang dihitung tidak valid.

Tabel 3.3 Uji Validitas Citra Bank

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Citra Bank (X1)	CB1	0.959	0.165	Valid
	CB2	0.961	0.165	Valid
	CB3	0.921	0.165	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner (2024)

Hasil dari analisis SPSS memperlihatkan bahwa 3 pertanyaan yang telah diberikan ke responden mendapatkan nilai hasil yang valid. Hal ini terlihat dari setiap item pertanyaan memiliki nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian untuk variabel Citra Bank (X1) yang terdiri dari 3 item pertanyaan dinyatakan sepenuhnya valid.

Tabel 3.4 Uji Validitas Ekspetasi Kinerja

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Ekspetasi Kinerja (X2)	EK1	0.972	0.165	Valid
	EK2	0.972	0.165	Valid
	EK3	0.974	0.165	Valid
	EK4	0.969	0.165	Valid
	EK5	0.899	0.165	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner (2024)

Hasil dari analisis SPSS memperlihatkan bahwa 5 pertanyaan yang telah diberikan ke responden mendapatkan nilai hasil yang valid. Hal ini terlihat dari setiap item pertanyaan memiliki nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian untuk variabel Ekspektasi Kinerja (X2) yang terdiri dari 5 item pertanyaan dinyatakan sepenuhnya valid.

Tabel 3.5 Uji Validitas Ekspetasi Usaha

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Ekspetasi Usaha (X3)	EU1	0.972	0.165	Valid
	EU2	0.967	0.165	Valid
	EU3	0.980	0.165	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner (2024)

Hasil dari analisis SPSS memperlihatkan bahwa 3 pertanyaan yang telah diberikan ke responden mendapatkan nilai hasil yang valid. Hal ini

terlihat dari setiap item pertanyaan memiliki nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian untuk variabel Ekspektasi Usaha (X3) yang terdiri dari 3 item pertanyaan dinyatakan sepenuhnya valid.

Tabel 3.6 Uji Validitas Faktor Sosial

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Faktor Sosial (X4)	FS1	0.970	0.165	Valid
	FS2	0.955	0.165	Valid
	FS3	0.899	0.165	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner (2024)

Hasil dari analisis SPSS memperlihatkan bahwa 3 pertanyaan yang telah diberikan ke responden mendapatkan nilai hasil yang valid. Hal ini terlihat dari setiap item pertanyaan memiliki nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian untuk variabel Pengaruh Sosial (X4) yang terdiri dari 3 item pertanyaan dinyatakan sepenuhnya valid.

Tabel 3.7 Uji Validitas Kondisi Memfasilitasi

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Kondisi Memfasilitasi (X5)	KM1	0.972	0.165	Valid
	KM2	0.944	0.165	Valid
	KM3	0.951	0.165	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner (2024)

Hasil dari analisis SPSS memperlihatkan bahwa 3 pertanyaan yang telah diberikan ke responden mendapatkan nilai hasil yang valid. Hal ini terlihat dari setiap item pertanyaan memiliki nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian untuk variabel Kondisi Memfasilitasi (X5) yang terdiri dari 3 item pertanyaan dinyatakan sepenuhnya valid.

Tabel 3.8 Uji Validitas Minat

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Minta (Y)	M1	0.937	0.165	Valid
	M2	0.932	0.165	Valid
	M3	0.945	0.165	Valid
	M4	0.967	0.165	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner (2024)

Hasil dari analisis SPSS memperlihatkan bahwa 3 pertanyaan yang telah diberikan ke responden mendapatkan nilai hasil yang valid. Hal ini terlihat dari setiap item pertanyaan memiliki nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian untuk variabel Minat (Y) yang terdiri dari 3 item pertanyaan dinyatakan sepenuhnya valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas Untuk menilai konsistensi dan kestabilan jawaban responden terhadap kuesioner, dilakukan pengujian reliabilitas. Berdasarkan keakuratan dan konsistensi hasil pengujian, reliabilitas instrumen penelitian dinilai. Koefisien Cronbach Alpha merupakan tolok ukur yang digunakan untuk menilai reliabilitas instrumen penelitian. Variabel dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60, dan dikatakan tidak reliabel jika nilai Cronbach Alpha kurang dari 0,60.

Berikut tingkat reliabilitas pernyataan variabel Citra Bank (X1), Ekspetasi Kinerja (X2), Ekspetasi Usaha (X3), Pengaruh Sosial (X4), Kondisi Memfasilitasi (X5) dan Minat (Y) berdasarkan output SPSS versi 25 pada tabel berikut :

Tabel 3.9 Uji Reliabilitas Citra Bank

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.942	3

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner (2024)

Menurut hasil uji reliabilitas yang dapat dilihat pada tabel tersebut, variabel Citra Bank memiliki nilai Cronbach Alpha yang lebih tinggi dari 0,60, yaitu 0,942. Oleh karena itu, kita dapat menyimpulkan bahwa variabel Citra Bank yaitu termasuk reliabel.

Tabel 3.10 Uji Reliabilitas Ekspektasi Kinerja

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.977	5

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner (2024)

Menurut hasil uji reliabilitas yang dapat dilihat pada tabel tersebut, variabel Ekspektasi Kinerja memiliki nilai Cronbach Alpha yang lebih tinggi dari 0,60, yaitu 0,977. Oleh karena itu, kita dapat menyimpulkan bahwa variabel Ekspektasi Kinerja yaitu termasuk reliabel.

Tabel 3.11 Uji Reliabilitas Ekspektasi Usaha

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.972	3

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner (2024)

Menurut hasil uji reliabilitas yang dapat dilihat pada tabel tersebut, variabel Ekspektasi Usaha memiliki nilai Cronbach Alpha yang lebih tinggi dari 0,60, yaitu 0,972. Oleh karena itu, kita dapat menyimpulkan bahwa variabel Ekspektasi Usaha yaitu termasuk reliabel.

Tabel 3.12 Uji Reliabilitas Faktor Sosial

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.935	3

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner (2024)

Menurut hasil uji reliabilitas yang dapat dilihat pada tabel tersebut, variabel Pengaruh Sosial memiliki nilai Cronbach Alpha yang lebih tinggi dari 0,60, yaitu 0,935. Oleh karena itu, kita dapat menyimpulkan bahwa variabel Pengaruh Sosial yaitu termasuk reliabel.

Tabel 3.13 Uji Reliabilitas Kondisi Memfasilitasi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.952	3

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner (2024)

Menurut hasil uji reliabilitas yang dapat dilihat pada tabel tersebut, variabel Kondisi Memfasilitasi memiliki nilai Cronbach Alpha yang lebih tinggi dari 0,60, yaitu 0,952. Oleh karena itu, kita dapat menyimpulkan bahwa variabel Kondisi Memfasilitasi yaitu termasuk reliabel.

Tabel 3.14 Uji Reliabilitas Minat

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.960	4

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner (2024)

Menurut hasil uji reliabilitas yang dapat dilihat pada tabel tersebut, variabel Minat memiliki nilai Cronbach Alpha yang lebih tinggi dari 0,60, yaitu 0,960. Oleh karena itu, kita dapat menyimpulkan bahwa variabel Minat yaitu termasuk reliabel.

b. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik bertujuan untuk memastikan bahwa koefisien regresi tetap konstan selama proses estimasi, uji asumsi tradisional berupaya menentukan apakah model regresi berganda memenuhi sejumlah praduga mendasar. Uji normalitas, linearitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi adalah lima kategori uji asumsi tradisional. Tiga uji, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Normalitas, digunakan dalam penyelidikan ini. Sementara Uji Linearitas menjamin hubungan linear antara dua variabel berdasarkan teori dan observasi, Uji Autokorelasi sesuai untuk data deret waktu. Ketiga uji tersebut adalah sebagai berikut :

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual dari suatu kumpulan data atau variabel memiliki distribusi normal atau tidak. Uji kenormalan dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai teknik, termasuk analisis data Monte Carlo Chi-Square, Kolmogorov-Smirnov, dan Liliefors. Analisis Monte Carlo, yang mengukur tingkat kesesuaian antara distribusi teoritis tertentu, digunakan dalam penelitian ini untuk melakukan uji kenormalan.

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk Verifikasi apakah faktor independen memiliki dampak pada variabel residual model regresi. Uji Glejser digunakan untuk menjamin tidak adanya heteroskedastisitas dan bahwa hasilnya signifikan secara statistik (nilai lebih besar dari 0,05, mengingat uji normalitas menggunakan alfa 1%). Meregresikan variabel independen terhadap nilai residual absolut akan menghasilkan hal ini. Heteroskedastisitas tidak terjadi jika nilainya lebih besar dari 0,01.

3) Uji Multikolonieritas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah variabel independen dalam model regresi berkorelasi. Variabel independen dalam model regresi yang baik tidak berkorelasi satu sama lain.

Variabel tidak independen jika ada korelasi. Uji toleransi dan VIF adalah dua cara untuk menemukan multikolinearitas. Data dianggap bebas dari multikolinearitas jika nilai toleransi lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10.

c. Uji Parsial

Dalam penelitian ini, uji t dilakukan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Melalui uji parsial (uji t), analisis regresi digunakan untuk mengevaluasi apakah variabel independen memiliki dampak signifikan terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan atas hasil uji t yaitu :

- 1) Jika nilai sig < alpha (0,05) maka hipotesis diterima.
- 2) Jika nilai sig > alpha (0,05) maka hipotesis ditolak

d. Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam Dalam penelitian ini, uji regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis. Penelitian ini melibatkan lebih dari satu variabel independen yaitu variabel citra bank (X1), ekspektasi kinerja (X2), ekspektasi usaha (X3), Faktor sosial (X4), kondisi memfasilitasi (X5) dan Minat Nasabah (Y). Oleh karena itu, diperlukan uji regresi linier berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun rumus persamaan dalam regresi ganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Keterangan : Y = Minat Menggunakan M-Banking BSI

a = Konstanta

b₁, b₂, b₃, b₄, b₅ = Koefisien regresi variabel terikat

X₁ = Citra Bank

X₂ = Ekspektasi Usaha

X₃ = Ekspektasi Kinerja

X₄ = Faktor Sosial

X5 = Kondisi Yang Memfasilitasi

e = Error

e. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel X secara keseluruhan memiliki pengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel Y secara simultan. Adapun prosedur ketika melakukan uji F adalah:

- 1) Jika nilai signifikansi 0,05 (Nilai Sig < α 0,05), hipotesis diterima.
- 2) Jika nilai signifikansi 0,05 (Nilai Sig > α 0,05), hipotesis ditolak.

f. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi mengukur sejauh mana model statistik dapat memperhitungkan varians data. Dalam persamaan regresi, ini digunakan untuk menilai seberapa besar kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Disarankan untuk menggunakan *R Squared* saat menganalisis data dengan dua variabel independen dan *Adjusted R Squared* yang Disesuaikan saat menganalisis data dengan lebih dari dua variabel independen.

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum BSI

1. Profil Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah Indonesia (BSI), biasa dikenal sebagai BSI, terbentuk melalui penggabungan tiga bank syariah milik negara: Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah. Proses merger ini selesai pada 1 Februari 2021 (19 Jumadil Akhir 1442 H), dengan tujuan menggabungkan kekuatan masing-masing bank untuk meningkatkan layanan syariah yang lebih lengkap dan luas.

Melalui konsolidasi ini, BSI diharapkan memiliki kapasitas permodalan yang lebih besar dan jangkauan layanan yang lebih luas, sehingga dapat bersaing secara kompetitif di tingkat global. BSI juga mendapatkan dukungan penuh dari induk perusahaannya (Bank Mandiri, BNI, dan BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, yang mendorong BSI untuk mencapai standar internasional (Senoaji et al., 2021).

2. Data Nasabah Pengguna *Mobile Banking* BSI

Pada Juni 2024, jumlah pengguna aplikasi BSI Mobile telah mencapai 7,12 juta orang, menunjukkan peningkatan signifikan dalam adopsi layanan digital Bank Syariah Indonesia (BSI). Selama periode tersebut, aplikasi ini mencatat total transaksi yang mencapai 247,32 juta kali, mencerminkan tingginya minat pengguna dalam mengakses layanan perbankan syariah secara digital. Hal ini menunjukkan keberhasilan BSI dalam menarik perhatian nasabah melalui layanan digital yang lebih mudah dan cepat diakses. Fungsi dari aplikasi BSI Mobile ini hampir sama dengan yang terdapat di ATM Bank Syariah Indonesia, seperti cek saldo dan mutasi rekening, transfer saldo, pembayaran zakat, dan lain sebagainya (Bank Syariah Indonesia, 2024)

B. Analisis Hasil Penelitian

1. Hasil Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner *online* (*google form*) melalui sosial media dengan kriteria tertentu yaitu, yaitu : Nasabah BSI, Mahasiswa Universitas Islam DIY Yogyakarta (UII, UMY, UAD, UINSUKA, UNISA) berikut ulasan data:

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Asal Universitas

No	Asal Universitas	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Universitas Islam Indonesia	31	31%
2	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	15	15%
3	UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	17	17%
4	Universitas Ahmad Dahlan	17	17%
5	Universitas Aisyiyah Yogyakarta	20	20%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner (2024)

Hasil pengumpulan data berdasarkan asal universitas responden: yang berasal dari Universitas Islam Indonesia berjumlah 31 orang (31%), berasal dari Universitas Muhammadiyah Yogyakarta berjumlah 15 orang (15%), berasal dari UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berjumlah 17 orang (17%), berasal Universitas Ahmad Dahlan berjumlah 17 orang (17%), dan yang berasal dari Universitas Aisyiyah Yogyakarta berjumlah 20 orang (20%) dengan total keseluruhan responden berjumlah 100 orang (100%). Data Menunjukkan bahwa mayoritas responden berasal dari Universitas Islam Indonesia.

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Kategori Usia	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	< 20 tahun	18	18%
2	20 tahun – 25 tahun	81	81%
3	> 25 tahun	1	1%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner (2024)

Hasil pengumpulan data berdasarkan usia responden: yang berusia < 20 tahun berjumlah 18 orang (18%), yang berusia 20 - 25 tahun berjumlah 81 orang (81%), dan yang berusia > 25 tahun berjumlah 1 orang (1%) dengan total keseluruhan responden berjumlah 100 orang (100%). Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden berusia 20 – 25 tahun.

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	48	48%
2	Perempuan	52	52%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner (2024)

Hasil pengumpulan data berdasarkan jenis kelamin responden: yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 48 orang (48%), dan yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 52 orang (52%) dengan total keseluruhan responden berjumlah 100 orang (100%). Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin Perempuan.

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Bulanan

No	Nominal Bulanan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	< Rp. 1.000.000	38%	38
2	> Rp. 1.000.000	62%	62
Total		100	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner (2024)

Hasil pengumpulan data berdasarkan riwayat pengeluaran bulanan responden: yang penghasilan bulanan < Rp1.000.000 berjumlah 38 orang (38%), dan yang penghasilan bulanan > Rp1.000.000 berjumlah 62 orang (62%) dengan total keseluruhan responden berjumlah 100 orang (100%). Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden berpengeluaran bulanan sebesar >Rp1.000.000.

Tabel 4.5 Penggunaan Mobile Banking BSI

No	Keterangan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Pernah	93	93%
2	Tidak Pernah	7	7%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner (2024)

Hasil pengumpulan data berdasarkan Penggunaan *Mobile Banking* BSI: yang pernah menggunakan *Mobile Banking* BSI berjumlah 93 orang (93%) yang tidak pernah menggunakan *Mobile Banking* BSI berjumlah 7 orang (7%) dengan total keseluruhan responden berjumlah 100 orang (100%). Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas yaitu yang pernah menggunakan *Mobile Banking* BSI.

Tabel 4.6 Alasan Menggunakan Mobile Banking BSI

No	Keterangan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Aman	21	21%
2	Praktis dan Cepat	61	61%
3	Rekomendasi dari orang lain	18	18%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner (2024)

Hasil pengumpulan data berdasarkan alasan responden menggunakan *Mobile Banking* BSI : yang memilih Aman berjumlah 21 orang (21%), yang memilih Praktis dan Cepat berjumlah 61 orang (61%), dan yang memilih Rekomendasi dari orang lain berjumlah 18 orang (18%) dengan total keseluruhan responden berjumlah 100 orang. Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih Praktis dan Cepat.

Tabel 4.7 Lama Penggunaan Mobile Banking BSI

No	Keterangan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	< 1 tahun	53	53%
2	> 1 tahun	47	47%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner (2024)

Hasil pengumpulan data berdasarkan pengalaman responden dalam menggunakan *Mobile Banking* BSI: yang menggunakan *Mobile Banking* BSI kurang dari satu tahun berjumlah 53 orang (53%) dan yang menggunakan *Mobile Banking* BSI lebih dari satu tahun berjumlah 47 orang (47%) dengan total keseluruhan responden berjumlah 100 orang (100%). Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden telah menggunakan *Mobile Banking* BSI kurang dari satu tahun.

2. Uji Asumsi Klasik

Penggunaan Uji Asumsi Klasik bertujuan untuk memastikan bahwa model regresi berganda yang akan diuji memenuhi beberapa asumsi dasar. Hal ini menjamin kestabilan koefisien regresi selama proses estimasi. Dalam penelitian ini, tiga uji asumsi klasik yang digunakan adalah Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Multikolonieritas.

a. Hasil Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas dilakukan untuk mengevaluasi apakah distribusi data dalam model regresi mendekati atau sesuai dengan distribusi normal. Metode yang digunakan dalam uji normalitas ini adalah Kolmogorov-Smirnov. Apabila nilai signifikansi yang diperoleh lebih besar dari 0,05, maka data cenderung berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka data tidak berdistribusi normal. Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh hasil uji normalitas sebagai berikut :

Tabel 4.8 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			100
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,158 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,149
		Upper Bound	,167

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner (2024)

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan SPSS pada table tersebut, dapat dilihat bahwa uji normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test dengan 100 sampel responden dapat diketahui bahwa nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed) sebesar 0.158 yang

mana nilai nya lebih besar dari 0,05 atau 5%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi dengan normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Penggunaan uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk untuk menguji pada model regresi ada atau tidaknya terjadi pengaruh variabel independent terhadap variabel residualnya, dengan menggunakan analisis statistic metode Uji Glejser dapat mencari tidak terjadinya heteroskedastisitas dengan didapat hasil yang nilainya lebih besar dari 0,05.

Tabel 4.9 Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model		t	Sig
1	(Constant)	2,875	,005
	Citra Bank	-,547	,585
	Ekspetasi Kinerja	-,861	,392
	Ekspetasi Usaha	1,908	,059
	Faktor Sosial	-,580	,563
	Kondisi Memfasilitasi	-,878	,382

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner (2024)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas yang dilakukan dengan menggunakan Uji Glejser, terlihat bahwa nilai signifikan pada setiap variabel lebih besar dari 0.05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinieritas

Penggunaan uji multikolinieritas dilakukan untuk menentukan apakah ditemukan hubungan korelasi antara variabel independent dalam model regresi. Sebuah model regresi yang baik tidak menunjukkan adanya korelasi diantara variabel bebas.

Tabel 4.10 Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model		t	sig	Collinearity Statistics	
				Tolerance	VIF
	(Constant)	,110	,913		
1	Citra Bank	,931	,354	,233	4,286
2	Ekspetasi Kinerja	4,290	,000	,130	7,682
3	Ekspetasi Usaha	,388	,699	,167	6,001
4	Faktor Sosial	2,417	,018	,518	1,931
5	Kondisi Memfasilitasi	1,505	,136	,163	6,131

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner (2024)

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas, Nilai ketahanan dan variabel inflasi faktor (VIF) menunjukkan multikolineritas dalam model regresi. Agar tidak ada multikolinearitas, nilai toleransi lebih dari 0,10 dan nilai faktor perbedaan inflasi (VIF) kurang dari 10. Berdasarkan pada hasil uji tersebut dapat diperhatikan jika nilai tolerance pada variabel X1 yaitu $0.233 > 0.10$, variabel X2 yaitu $0.130 > 0.10$, variabel X3 yaitu $0.167 > 0.10$, variabel X4 yaitu $0.518 > 0.10$, dan variabel X5 yaitu $0.163 > 0.10$. Dapat disimpulkan jika model regresi tidak adanya multikolinieritas dalam penelitian ini.

3. Uji Regresi Linier Berganda

a. Persamaan Regresi

Penggunaan uji Regresi linear berganda sebagai metode analisa data yang bertujuan untuk melihat perbandingan pada variabel independen terhadap variabel bebas, dengan rumus dibawah ini:

Tabel 4.11 Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients	t	Sig
		B		
1	(Constant)	,178	,110	,913
	Citra Bank	,119	,931	,354
	Ekspetasi Kinerja	,441	4,290	,000
	Ekspetasi Usaha	,061	,388	,699
	Faktor Sosial	,170	2,417	,018
	Kondisi Memfasilitasi	,241	1,505	,136

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner (2024)

Dari hasil tersebut terlihat bahwa dalam pengelolaan regresi linier berganda, dapat terlihat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 0.178 + 0.119 + 0.441 + 0.061 + 0.170 + 0.241 + e$$

Dengan mempertimbangkan hasil dari persamaan regresi linier berganda, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Pada nilai konstanta yaitu 0.178 yang artinya pada variabel X1,X2,X3,X4,X5 sama dengan nol maka pada variabel minat (Y) adalah 0.178.
2. Koefisien citra bank yang diperoleh dari b1 sebesar 0.119 artinya pada variabel minat (Y) mengalami peningkatan yaitu sebesar 0.119.

3. Koefisien ekspektasi kinerja yang diperoleh dari b_2 sebesar 0.441 artinya pada variabel minat (Y) mengalami peningkatan yaitu sebesar 0.441.
4. Koefisien ekspektasi usaha yang diperoleh dari b_3 sebesar 0.061 artinya pada variabel minat (Y) mengalami peningkatan yaitu sebesar 0.061.
5. Koefisien faktor sosial yang diperoleh dari b_4 sebesar 0.170 artinya pada variabel minat (Y) mengalami peningkatan yaitu sebesar 0.170
6. Koefisien kondisi memfasilitasi yang diperoleh dari b_5 sebesar 0.241 artinya pada variabel minat (Y) mengalami peningkatan yaitu sebesar 0.241

4. Uji T (Parsial)

Uji T digunakan untuk menguji pengaruh setiap variabel independen secara individu terhadap variasi variabel dependen, dengan tingkat signifikansi 0.05. Adapun kriteria pengujian hipotesis secara parsial menggunakan kriteria uji t sebagai berikut :

- a. Jika nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen
- b. Jika nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat dilihat bahwa hasil uji t untuk variabel Citra Bank, Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, Kondisi Memfasilitasi (X) dan terdapat variabel terikat yaitu Minat (Y). Untuk mendapatkan t tabel yaitu $(df) = N-K-1$, yang dimana $100-5-1 = 94$. Maka t tabel dari df 94 sebesar 1.98552.

Tabel 4.12 Uji Parsial (Uji t)

Model		t	Sig
1	(Constant)	,110	,913
	Citra Bank	,931	,354
	Ekspetasi Kinerja	4,290	,000
	Ekspetasi Usaha	,388	,699
	Faktor Sosial	2,417	,018
	Kondisi Memfasilitasi	1,505	,136

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner (2024)

Berdasarkan hasil uji T pada tabel tersebut, maka dapat diperoleh hasil bahwa analisis regresi untuk menentukan ada atau tidaknya pengaruh pada variabel dependen/bebas.

- a. Pengaruh Citra Bank (X1) terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI.

Ho: Tidak terdapat pengaruh Citra Bank terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI.

Ha: Terdapat pengaruh Citra Bank terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI.

Maka:

Hipotesis 1 (H1) ditolak karena Citra Bank tidak berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI. Hal ini dibuktikan dengan variabel Citra Bank memperoleh nilai t hitung sebesar 0.931 dan t tabel sebesar 1.98552 dengan nilai signifikan 0.05. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai nilai t hitung < t tabel (0.931 < 1.98552) dan nilai signifikan (0.354 > 0.05), maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh citra bank (X1) terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI (Y).

- b. Pengaruh Ekspektasi Kinerja (X2) terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI.

Ho: Tidak terdapat pengaruh Ekspektasi Kinerja terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI.

Ha: Terdapat pengaruh Ekspektasi Kinerja terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI.

Maka:

Hipotesis 2 (H2) Diterima karena Ekspektasi Kinerja berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI. Hal ini dibuktikan variabel Ekspektasi Kinerja memperoleh t hitung sebesar 4.290 dan t tabel sebesar 1.98552 dengan nilai signifikan 0.05. Hasil ini menunjukkan nilai t hitung $>$ t tabel ($4.290 > 1.98552$) dan nilai signifikan ($0.000 < 0.05$), maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh ekspektasi kinerja (X2) yang signifikan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI (Y).

- c. Pengaruh Ekspektasi Usaha (X3) terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI.

Ho: Tidak terdapat pengaruh Ekspektasi Usaha terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI.

Ha: Terdapat pengaruh Ekspektasi Usaha terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI

Maka:

Hipotesis 3 (H3) ditolak karena Ekspektasi Usaha tidak berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI. Hal ini dibuktikan variabel Ekspektasi Usaha memperoleh t hitung sebesar 0.388 dan t tabel sebesar 1.98552 dengan nilai signifikan 0.05. Hasil ini menunjukkan nilai t hitung $<$ t tabel ($0.388 < 1.98552$) dan nilai signifikan ($0.699 > 0.05$), maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada

pengaruh ekspektasi usaha (X3) terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI (Y).

- d. Pengaruh Faktor Sosial (X4) terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI.

Ho: Tidak terdapat pengaruh Faktor Sosial terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI.

Ha: Terdapat pengaruh Faktor Sosial terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI.

Maka:

Hipotesis 4 (H4) diterima karena Faktor Sosial berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI. Hal ini dibuktikan variabel Pengaruh Sosial memperoleh t hitung sebesar 2.417 dan t tabel sebesar 1.98552 dengan nilai signifikan 0.05. Hasil ini menunjukkan nilai $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($2.417 > 1.98552$) dan nilai signifikan ($0.018 < 0.05$), maka dapat disimpulkan bahwa terdapat faktor sosial (X4) yang signifikan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI (Y).

- e. Pengaruh Kondisi Memfasilitasi (X5) terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI.

Ho: Tidak terdapat pengaruh Kondisi Memfasilitasi terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI.

Ha: Terdapat pengaruh Kondisi Memfasilitasi terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI.

Maka:

Hipotesis 5 (H5) ditolak karena Kondisi Memfasilitasi tidak berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI. Hal ini dibuktikan variabel Kondisi Memfasilitasi memperoleh t hitung sebesar 1.505 dan t tabel sebesar 1.98552 dengan nilai signifikan 0.05. Hasil ini menunjukkan nilai $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ ($1.505 < 1.98552$) dan nilai signifikan ($0.136 > 0.05$), maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada

pengaruh kondisi memfasilitasi (X5) terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI (Y).

5. Uji F

Uji F digunakan untuk menentukan apakah variabel X secara keseluruhan berpengaruh atau tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel Y.

Tabel 4.13 Uji F (Simultan)

ANOVA^a

F	Sig
82,424	,000 ^b

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner (2024)

Ho: Variabel Citra Bank, Ekspetasi Kinerja, Ekspetasi Usaha, Faktor Sosial, Kondisi Memfasilitasi secara bersama sama tidak mempengaruhi terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI.

Ha: Variabel Citra Bank, Ekspetasi Kinerja, Ekspetasi Usaha, Faktor Sosial, Kondisi Memfasilitasi secara bersama sama mempengaruhi terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI.

Berdasarkan pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa hasil uji f yaitu memiliki nilai signifikansi sebesar 0.000 yang artinya lebih kecil dari 0.05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel pada penelitian ini secara simultan atau secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI.

6. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi digunakan untuk menilai seberapa baik model dapat menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ini diukur dengan menggunakan nilai *adjusted* (R^2).

Tabel 4.14 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,902 ^a	,814	,804	2,89369

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner (2024)

Berdasarkan tabel tersebut, hasil uji koefisien determinasi dapat diketahui pada Adjusted R Square adalah sebesar 0,804. Hal ini menjelaskan pengaruh variabel X1, X2, X3, X4, X5 terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BSI (Y) sebesar 0,804 atau 80,4%. Sisanya yaitu sebesar 19,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

C. Hasil Pembahasan Penelitian

1. Citra Bank Terhadap Minat Menggunakan M-Banking BSI

Citra Bank memiliki nilai signifikansi sebesar 0.354, yang lebih besar dari 0.05. Ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara citra bank (X1) dan minat menggunakan *Mobile Banking* BSI. Citra bank yang positif mungkin saja meningkatkan persepsi umum terhadap bank, tetapi hasil ini mengindikasikan bahwa mahasiswa sebagai responden dalam penelitian ini tidak terlalu dipengaruhi oleh citra BSI dalam menentukan minat mereka terhadap penggunaan *mobile banking*.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Salam & Rahmawati, (2020) di mana brand image memiliki nilai signifikansi sebesar 0,401 yang lebih besar dari 0,05, sehingga terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih layanan bank. Ketiadaan pengaruh signifikan ini dijelaskan dengan alasan bahwa bank sudah memiliki reputasi baik dan memenuhi standar pengelolaan perbankan secara umum, sehingga brand image tidak lagi menjadi faktor utama dalam meningkatkan minat nasabah.

Citra bank tidak berhubungan signifikan dengan minat mahasiswa Universitas Islam Yogyakarta dalam menggunakan BSI Mobile karena mahasiswa lebih berfokus pada fungsi dan manfaat langsung dari aplikasi, seperti kemudahan transaksi dan kepraktisan, dibandingkan dengan reputasi atau citra bank secara umum.

2. Ekspektasi Kinerja Terhadap Minat Menggunakan M-Banking BSI

Ekspektasi Kinerja memiliki nilai signifikansi sebesar 0.000, lebih kecil dari 0.05, yang menandakan adanya pengaruh signifikan antara ekspektasi kinerja (X2) dan minat mahasiswa dalam menggunakan *Mobile Banking* BSI. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap kemampuan BSI Mobile dalam meningkatkan produktivitas, efektivitas, dan kemudahan transaksi secara langsung mempengaruhi minat mereka untuk menggunakan aplikasi tersebut. Dengan demikian, BSI sebaiknya terus meningkatkan kinerja aplikasi *Mobile Banking* mereka agar dapat memenuhi ekspektasi pengguna dan menarik lebih banyak mahasiswa untuk menggunakan layanan ini.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Sugiharto et al., (2021) menyatakan Adanya pengaruh antara harapan kinerja terhadap minat menggunakan layanan *Mobile Banking* menandakan adanya hubungan diantara faktor tersebut. Harapan kinerja diartikan sejauh mana individu merasa percaya bahwa dengan menggunakan sistem akan membantu dalam meningkatkan pekerjaannya, meningkatkan disini diartikan dapat mempercepat dalam menyelesaikan pekerjaan. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil statistik uji regresi berganda yang ditunjukkan dengan X1 dimana nilai t hitung sebesar 2.908 dengan nilai signifikansi sebesar 0.004, nilai tersebut lebih kecil dari 0.05 (sig. <0.05) dan koefisien regresi memiliki tanda positif.

Terdapat hubungan Ekspektasi kinerja dengan minat mahasiswa Universitas Islam DIY Yogyakarta dalam menggunakan BSI Mobile karena mahasiswa menginginkan aplikasi yang efektif dan dapat meningkatkan

produktivitas dalam mengelola keuangan mereka, sehingga persepsi positif terhadap kinerja BSI Mobile mendorong minat mereka untuk menggunakan aplikasi tersebut.

3. Ekspektasi Usaha Terhadap Minat Menggunakan M-Banking BSI

Ekspektasi Usaha memiliki nilai signifikansi sebesar 0.699, yang lebih besar dari 0.05. Ini menunjukkan bahwa ekspektasi usaha (X3) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *Mobile Banking* BSI. Artinya, kemudahan atau usaha yang diperlukan dalam penggunaan aplikasi BSI Mobile tidak terlalu memengaruhi minat mahasiswa untuk menggunakannya.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Alim et al.,(2024) menyatakan hipotesis effort expectancy menunjukkan pengaruh negatif yang tidak signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Hal ini terlihat dari hasil uji nilai coefficient path pada sampel asli di Tabel 3 yang sebesar -0,042, dengan nilai t-statistik 0,587 yang lebih kecil dari t-tabel 1,96, serta p-value 0,557 yang lebih besar dari 0,005. Ini menunjukkan bahwa pengaruh effort expectancy terhadap minat menggunakan layanan *Mobile Banking* BSI hanya sebesar -0,42% dan tidak signifikan. Dengan kata lain, secara parsial, variabel effort expectancy tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat dalam menggunakan teknologi *mobile banking*.

Ekspektasi Usaha tidak ada hubungan dengan minat mahasiswa Universitas Islam DIY Yogyakarta dalam menggunakan BSI Mobile karena mahasiswa umumnya sudah terbiasa dengan teknologi dan aplikasi digital, sehingga kemudahan penggunaan aplikasi bukanlah faktor utama yang memengaruhi minat mereka. Mereka menganggap aplikasi perbankan, termasuk BSI Mobile, memiliki tingkat kemudahan yang serupa, sehingga fokus mereka lebih pada manfaat atau nilai lain yang ditawarkan oleh layanan tersebut.

4. Faktor Sosial Terhadap Minat Menggunakan M-Banking BSI

Pengaruh Sosial memiliki nilai signifikansi sebesar 0.018, yang lebih kecil dari 0.05. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh sosial (X4) memiliki dampak signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *Mobile Banking* BSI. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor sosial, seperti dorongan dari teman, keluarga, atau lingkungan sekitar, berperan dalam membentuk minat mahasiswa untuk menggunakan BSI Mobile.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Sugiharto et al., (2021) menyatakan Adanya pengaruh sosial terhadap minat dalam menggunakan *Mobile Banking* menunjukkan adanya keterkaitan dengan faktor ini. Pengaruh sosial merujuk pada sejauh mana seseorang merasa bahwa orang lain dapat memengaruhinya untuk menggunakan suatu sistem. Faktor ini mencakup pihak-pihak di sekitar individu, seperti keluarga, teman, kerabat, tetangga, serta pengalaman dari pengguna lain yang telah menggunakan layanan tersebut, yang mendorong seseorang untuk mencoba sistem atau aplikasi tersebut. Hal ini terbukti dari hasil uji regresi berganda pada variabel X3, di mana t-hitung sebesar 5.543 dengan signifikansi 0.000, yang lebih kecil dari 0.05 (sig. <0.05), serta koefisien regresi yang bernilai positif.

Terdapat hubungan Faktor sosial dengan minat mahasiswa Universitas Islam DIY Yogyakarta dalam menggunakan BSI Mobile karena rekomendasi dari teman, keluarga, atau lingkungan sekitar memberikan rasa aman dan kepercayaan pada mereka bahwa layanan ini sesuai dengan nilai-nilai syariah, yang penting dalam keputusan keuangan mereka.

5. Kondisi Memfasilitasi Terhadap Minat Menggunakan M-Banking BSI

Kondisi memfasilitasi memiliki nilai signifikansi sebesar 0.136, yang lebih besar dari nilai ambang signifikansi 0.05. Hasil ini menunjukkan bahwa kondisi memfasilitasi (X5) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *Mobile Banking* BSI. Artinya, ketersediaan fasilitas pendukung, seperti jaringan internet,

perangkat yang kompatibel, atau aksesibilitas teknis, tidak berperan besar dalam membentuk minat mahasiswa untuk menggunakan BSI Mobile.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Alim et al., (2024) *Facilitating condition* terbukti memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Berdasarkan hasil pada nilai coefficient path dari original sample di Tabel 3, nilai yang diperoleh sebesar 0,089 dengan t-statistik 1,004, yang lebih kecil dari 1,96 t-tabel, serta p-value 0,315 yang lebih besar dari 0,005. Hal ini menunjukkan bahwa *facilitating condition* berpengaruh sebesar 0,89% terhadap minat menggunakan layanan *Mobile Banking* BSI, namun pengaruh ini tidak signifikan. Dengan demikian, secara parsial, variabel *facilitating condition* tidak signifikan terhadap minat menggunakan teknologi *mobile banking*. Artinya, pengguna atau nasabah merasa bahwa kompatibilitas, persepsi kontrol perilaku, serta fasilitas yang tersedia pada aplikasi tidak memengaruhi minat mereka untuk menggunakan layanan *Mobile Banking* BSI.

Kondisi memfasilitasi tidak ada hubungan dengan minat mahasiswa Universitas Islam DIY Yogyakarta dalam menggunakan BSI Mobile karena mahasiswa umumnya sudah memiliki akses yang memadai terhadap perangkat dan internet, sehingga fasilitas pendukung ini bukan menjadi hambatan atau faktor penentu utama dalam keputusan mereka untuk menggunakan aplikasi tersebut.

Ekspektasi kinerja yang berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *Mobile Banking* BSI sejalan dengan prinsip ekonomi Islam yang mendorong efektivitas, produktivitas, dan kemudahan dalam aktivitas ekonomi. Dalam perspektif ekonomi Islam, kemudahan dan efisiensi dalam menjalankan transaksi finansial dapat menjadi bagian dari pemenuhan tujuan syariah (maqashid syariah), yaitu menjaga dan mengelola harta (hifzh al-mal) dengan bijak. Aplikasi seperti BSI Mobile, yang memfasilitasi kemudahan transaksi keuangan, dapat dianggap sebagai sarana yang mendukung kesejahteraan umat melalui pengelolaan keuangan yang efektif.

penggunaan aplikasi seperti BSI Mobile yang menawarkan kemudahan dan efisiensi selaras dengan prinsip mashlahah (kemaslahatan atau kebermanfaatan) dalam ekonomi Islam, di mana aktivitas ekonomi sebaiknya memberikan manfaat yang luas dan mempermudah masyarakat. Selain itu, Islam juga menganjurkan umatnya untuk memanfaatkan waktu dan sarana yang ada secara optimal dan produktif, sebagaimana dalam hadist:

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ عَمَلًا أَنْ يُتْقِنَهُ

"Sesungguhnya Allah mencintai seseorang yang jika melakukan suatu pekerjaan, dia melakukannya dengan itqan (tepat, terarah, dan tuntas)." (HR. Thabrani)

Hadist ini menekankan pentingnya kualitas dan ketuntasan dalam bekerja, yang dapat diterapkan dalam konteks penggunaan teknologi untuk mencapai efisiensi dan produktivitas dalam aktivitas ekonomi. Penggunaan BSI Mobile oleh mahasiswa untuk mempermudah transaksi keuangan merupakan bentuk aplikasi teknologi yang sesuai dengan prinsip itqan, karena membantu dalam mencapai kemudahan dan efisiensi yang diinginkan dalam transaksi keuangan sesuai dengan syariah.

Pengaruh faktor sosial terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan BSI Mobile dapat dilihat melalui perspektif ekonomi Islam yang menekankan pentingnya interaksi sosial dan kolaborasi dalam kegiatan ekonomi. Dalam Islam, lingkungan sosial yang mendukung dan mendorong seseorang untuk berpartisipasi dalam aktivitas yang bermanfaat, termasuk menggunakan layanan keuangan syariah, dapat dianggap sebagai bentuk upaya saling menasihati dalam kebaikan. Dorongan dari teman, keluarga, atau lingkungan sekitar untuk menggunakan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah, seperti BSI Mobile, sejalan dengan tujuan menjaga nilai-nilai Islam dalam ekonomi. Sebagaimana dalam hadist:

، الْمُؤْمِنُ مِرْآةُ الْمُؤْمِنِ ، وَالْمُؤْمِنُ أَخُو الْمُؤْمِنِ ، يَكْفُ عَلَيْهِ ضَيْعَتُهُ
وَيَحُوطُهُ مِنْ وَرَائِهِ

“Seorang mukmin adalah cermin bagi mukmin yang lain, seorang mukmin adalah saudara dari mukmin yang lain, tidak merugikan dan merusaknya serta melindunginya” (HR. Abu Dawud).

Dalam hadist ini, mahasiswa yang didorong oleh teman-teman atau keluarganya untuk menggunakan BSI Mobile dapat dianggap menerima dukungan untuk menerapkan pilihan yang sejalan dengan prinsip-prinsip Islam. Interaksi dan dukungan sosial tersebut tidak hanya memperkuat minat mereka terhadap layanan keuangan berbasis syariah, tetapi juga menumbuhkan semangat kolektif dalam mengembangkan ekonomi Islam di masyarakat.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil dan pembahasan dalam skripsi ini, maka kesimpulan yang dapat diambil yaitu :

1. Citra Bank tidak berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan *Mobile Banking* BSI. Nilai signifikan ($0.354 > 0.05$). Hal ini menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap reputasi atau citra umum BSI tidak menjadi faktor yang menentukan dalam keputusan mereka untuk menggunakan layanan *Mobile Banking* BSI.
2. Ekspektasi Kinerja berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan *Mobile Banking* BSI. Nilai signifikan ($0.000 < 0.05$). Mahasiswa memiliki minat yang lebih tinggi dalam menggunakan aplikasi ini karena mereka percaya bahwa BSI Mobile dapat meningkatkan produktivitas, efektivitas, dan kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan mereka.
3. Ekspektasi Usaha tidak berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan *Mobile Banking* BSI. Nilai signifikan ($0.699 > 0.05$). Artinya, tingkat kemudahan atau usaha yang diperlukan untuk menggunakan aplikasi tersebut bukanlah faktor utama yang memengaruhi keputusan mahasiswa untuk menggunakannya.
4. Faktor Sosial berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan *Mobile Banking* BSI. Nilai signifikan ($0.018 < 0.05$). Dorongan dari teman, keluarga, atau lingkungan sekitar terbukti memengaruhi minat mahasiswa untuk mencoba dan menggunakan layanan ini, karena mereka merasa didukung dan terdorong oleh rekomendasi sosial.
5. Kondisi Memfasilitasi tidak berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan *Mobile Banking* BSI. Nilai signifikan ($0.136 > 0.05$). Ketersediaan fasilitas pendukung seperti jaringan internet atau perangkat yang kompatibel dianggap sudah memadai, sehingga bukan

menjadi hambatan atau pendorong utama dalam keputusan mahasiswa untuk menggunakan aplikasi ini.

B. Saran

Pihak Bank Syariah Indonesia (BSI) sebaiknya fokus pada peningkatan kinerja aplikasi *Mobile Banking* untuk memenuhi harapan pengguna dalam hal produktivitas, efektivitas, dan kemudahan transaksi, karena aspek ini terbukti mendorong minat mahasiswa. Selain itu, BSI dapat memanfaatkan pengaruh sosial dengan mengadakan kampanye yang melibatkan komunitas, teman, atau keluarga untuk mempromosikan penggunaan BSI Mobile di kalangan mahasiswa, mengingat faktor sosial memiliki dampak signifikan. Meskipun citra bank, kemudahan penggunaan, dan fasilitas pendukung tidak secara langsung memengaruhi minat mahasiswa, BSI tetap perlu menjaga kualitas layanan dan aksesibilitas secara menyeluruh agar tetap kompetitif dan memenuhi ekspektasi nasabah yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Alim, M. N., Hidayat, W., & Amalia, R. (2024). PENGARUH PENERIMAAN TEKNOLOGI DENGAN METODE UTAUT TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING DI BSI TANGERANG. *I-BEST: Islamic Banking & Economic Law Studies*, 3(1), 12–32. <https://doi.org/10.36769/ibest.v3i1.489>
- Angelina, Y. P., & Yasin, A. (2024). Penerapan Model UTAUT Terhadap Minat dan Perilaku Masyarakat Kota Surabaya Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 7(1). <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei>
- Anjani, W., & Mukhlis, I. (2022). PENERAPAN MODEL UTAUT (THE UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY) TERHADAP MINAT DAN PERILAKU PENGGUNAAN MOBILE BANKING. *Anjani Dan Mukhlis, Penerapan Model UTAUT*, 21(1).
- Bank Syariah Indonesia. (2024). *Digital Banking Dinilai Optimal, BSI Raih Penghargaan Best Digital Bank*. Bewize.
- Bima Anandia, F., & Aisyah, N. (2023). Analysis Of The Application Of The Utaut2 Model On The Use Of Mobile Banking In Sharia Banks Analisis Penerapan Model Utaut2 Terhadap Penggunaan Mobile Banking Pada Bank Syariah. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 1). <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Iqbal, J., Heriyani, & Isroq, U. (2021). PENGARUH KEMUDAHAN DAN KETERSEDIAAN FITUR TERHADAP PENGGUNAAN MOBILE BANKING. *Global Financial Accounting Journal*, 5(2).
- Iriani, F. A. (2018). MINAT NASABAH DALAM PENGGUNAAN MOBILE BANKING PADA NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI KOTA PALOPO. *Journal of Islamic Management and Bussines*, 2(2).
- Izzuddin, M. G., & Ilahiyyah, I. (2022). Pengaruh User Interface, Brand Image, dan Digital Literacy terhadap Minat Penggunaan Bank Digital. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(1), 144. <https://doi.org/10.30588/jmp.v12i1.994>
- Khadijah, & Putri, S. I. (2019). ANALISIS PENERAPAN MODEL UTAUT TERHADAP MINAT PERILAKU PEMANFAATAN DAN PENGGUNAAN INTERNET BANKING. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan*, 4(2).
- Kusumaningrum, D., & Mahardhika, S. A. (2024). Penerapan Metode UTAUT Pada Minat dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking Di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Tajam Akuntansi, Pajak Dan Manajemen*, 7(1).
- Lalang, C. A., Selly, B. jannes, & Christianto, H. (2022). *Resensi Buku Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (A. Munandar, Ed.).

- Mia Yuli Astuti, Afriana Dewi, & Anton Priyo Nugroho. (2022). PERAN SIKAP PROSOSIAL TERHADAP MINAT BERINFAQ DAN SHADAQOH MENGGUNAKAN QRIS: STUDI KASUS JAMAAH MASJID ULIL ALBAB UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA. *At-Thullab : Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 4(2), 1066–1085. <https://doi.org/10.20885/tullab.vol4.iss2.art4>
- Nagib, B., Abdullah, F. M., & Hakim, R. (2021). Determinan Pengaruh Brand Image, Fitur Layanan, Manfaat, Kemudahan, Dan Resiko Persepsian Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Banking Di Bank Syari'ah XXX. *Nternational Journal of Islamic Economics Development and Innovation (IJIEDI)*, 1(1), 1–9.
- Nugroho, A. P., Zulni, D. A., & Andriansyah, Y. (2023). Exploring the Adoption of Digital Wallets among Islamic Millennials in Yogyakarta, Indonesia Using an Extended UTAUT Model: The Role of Islamic Consumption Ethics. *Article in Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 31(14). www.jatit.org
- Oktavianita, D. A., & Siregar, U. M. (2021). PENGARUH FAKTOR MODEL UTAUT (UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY) TERHADAP NIAT GENERASI MILENIAL DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING DI INDONESIA. *Jurnal EK&BI*, 4(2).
- Pangestu Dimas. (2022). Analisis Kepuasan Nasabah dalam Penggunaan BSI Mobile. *Jurnal Muamalat Indonesia*, 2(2), 72–86.
- Purwanto, E., & Loisa, J. (2020). The Intention and Use Behaviour of the Mobile Banking System in indonesia: UTAUT Model. *Technology Reports of Kansai University*, 62(6).
- Putri, S. V., & Mahdian, B. A. (2021). PENGARUH EKSPEKTASI KINERJA, EKSPEKTASI USAHA, PENGARUH SOSIAL, DAN KONDISI PENDUKUNG TERHADAP MINAT PEMANFAATAN APLIKASI E-CLINIC DI KOTA BANDUNG. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1–12.
- Rahayu, Y. M., & Fitriani, P. A. (2023). PENGARUH LITERASI DIGITAL, FITUR LAYANAN DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING MUAMALAT DIN DI PONOROGO. *Research Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(1), 52–65.
- Rithmaya, L. C. (2016). PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEMANFAATAN, SIKAP, RISIKO DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT ULANG NASABAH BANK BCA DALAM MENGGUNAKAN ININTERNET BANKING. *JOURNAL of RESEARCH in ECONOMICS and MANAGEMENT*, 16(1), 160–177.
- Salam, Y. F., & Rahmawati, R. (2020). PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE DAN MEDIA COMMUNICATION TERHADAP MINAT NASABAH MEMILIH BANK BRI SYARIAH KCP CILEUNGS. *Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Universitas Islam "45" Bekasi*, 17(1).

- Sari, M. D., Fasa, I. M., & Suharto. (2021). MANFAAT DAN RISIKO PENGGUNAAN LAYANAN PERBANKAN MELALUI APLIKASI MOBILE BANKING. *Jurnal Ekonomi Islam*, 12(2).
- Senoaji, F., Studi Manajemen, P., Ekonomi dan Bisnis, F., & Muhammadiyah Surabaya, U. (2021). HUBUNGAN ANTARA TANGGUNG JAWAB SOSIAL, KUALITAS PELAYANAN, DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH BSI SURABAYA *Informasi Artikel ABSTRACT*. 1(2), 165.
- Setiawan. (2023). Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah: Peran Literasi Keuangan Syariah, Kepercayaan, dan Citra Bank Syariah. *Journal of Applied Islamic Economics and Finance*, 3(2), 240–251.
- Siagian, B. S., & Tambunan, K. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Perbaungan. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 1051–1060.
- Siyoto, S., & Sodik, A. M. (2015). *DASAR METODOLOGI PENELITIAN* (Ayup, Ed.). Literasi Media Publishing.
- Suardika, K. I. (2018). CITRA BANK, PRODUK TABUNGAN BERHADIAH DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG NASABAH PADA PT. BPR NUSAMBA MANGGIS. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 284–304.
- Sugiharto, B., Umiyati, I., & Sholihah, N. N. (2021). APPLICATION OF UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT) MODEL TO THE INTENTION TO USING MOBILE BANKING SERVICE. *Accounting Research Journal of Sutaatmadja*, 5(2), 137–138.
- Utami, N. I., Karman, A., & Syarifudin, M. (2022). Analisis Intensi Penggunaan Mobile Banking dengan Pendekatan Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT). *OIKONOMIKA: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 3(1), 45–72. <https://doi.org/10.53491/oikonomika.v3i1.353>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Yonatan, z, A. (2024). *Mobile Banking Terpopuler di Indonesia 2024*. Goodstats.Id.

LAMPIRAN

Lampiran

1. Lampiran Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum wa Rahmatullahi wa Barakaatuhu.

Perkenalkan saya Abisarih Unus Qardhawi mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH CITRA BANK TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING BSI DENGAN PENDEKATAN UTAUT (STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM DIY YOGYAKARTA)”** guna menyelesaikan tugas akhir. Sehubungan hal tersebut, saya memerlukan responden dengan kriteria sebagai berikut :

1. Mahasiswa/i (UII, UMY, UAD, UIN SUKA, UNISA)
2. Mahasiswa/i Nasabah BSI

Apabila saudara/i memenuhi kriteria tersebut, saya mohon kesediaanya untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Saya ucapkan terima kasih, atas kesediaan dan waktu saudara/i untuk berpartisipasi dalam mengisi kuesioner ini. Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Petunjuk Pengisian

1. Kuesioner ini terdiri dari 21 pertanyaan.
2. Saudara/i disilahkan menjawab pertanyaan yang tersedia
3. Tidak ada benar atau salah dalam jawaban ini. Oleh karena itu, silakan dijawab semua pertanyaan sesuai keadaan yang anda alami.

Saya ”Setuju” memberikan data untuk angket ini, memahami bahwa data digunakan untuk penelitian, dan memberikan persetujuan untuk pengumpulan, penyimpanan, serta analisisnya sesuai ketentuan. Saya juga menyadari bahwa informasi akan dijaga kerahasiaannya dan hanya dipakai untuk tujuan penelitian.

☐ Setuju

☐ Tidak Setuju

Responden Profil

1. Nama Lengkap
2. Jenis Kelamin
 - ☐ Laki-laki
 - ☐ Perempuan
3. Usia
 - ☐ < 20 tahun
 - ☐ 20 tahun – 25 tahun
 - ☐ > 25 tahun
4. Asal Universitas
 - ☐ UII
 - ☐ UMY
 - ☐ UAD
 - ☐ UIN SUKA
 - ☐ UNISA
5. Apakah Anda Nasabah BSI
 - ☐ Iya
 - ☐ Tidak
6. Lama Menjadi Nasabah BSI
 - ☐ < 1 tahun
 - ☐ > 1 tahun
7. Biaya Hidup Bulanan
 - ☐ < Rp 1.000.000
 - ☐ > Rp 1.000.000
8. Penggunaan *Mobile Banking* BSI
 - ☐ Pernah
 - ☐ Tidak Pernah
9. Lama Penggunaan *Mobile Banking* BSI (Bagi yang pernah menggunakan)
 - ☐ < 1 tahun
 - ☐ > 1 tahun
10. Alasan Menggunakan Mobile Banking
 - ☐ Aman
 - ☐ Praktis dan cepat
 - ☐ Rekomendasi dari orang lain

Main Question

No	Kode	<i>Citra Bank (CB)</i>											
1	CB1 (Citra Korporat)	Saya percaya bahwa BSI memiliki reputasi yang baik sebagai bank syariah yang terpercaya.											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju
2	CB2 (Citra Produk)	Saya percaya bahwa kualitas layanan <i>Mobile Banking</i> yang ditawarkan oleh BSI sangat baik.											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju
3	CB3 (Citra Pemakai)	Saya lebih tertarik menggunakan <i>Mobile Banking</i> BSI karena banyak teman atau keluarga saya yang sudah menggunakannya.											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju

No	Kode	<i>Ekspetasi Kinerja (EK)</i>											
1	EK1	Menggunakan <i>Mobile Banking</i> BSI akan meningkatkan efisiensi saya dalam melakukan transaksi keuangan.											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju

2	EK2	Saya menggunakan <i>Mobile Banking</i> BSI karena dapat membantu saya mengelola keuangan dengan lebih mudah.											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju
3	EK3	Saya merasa <i>Mobile Banking</i> BSI sangat sesuai dengan kebutuhan saya dalam mengelola dan melakukan transaksi perbankan sehari-hari.											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju
4	EK4	Dengan <i>Mobile Banking</i> BSI, saya bisa melakukan transaksi dengan lebih cepat.											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju
5	EK5	<i>Mobile Banking</i> BSI membantu meningkatkan produktivitas saya.											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju

No	Kode	<i>Ekspetasi Usaha (EU)</i>											
1	EU1	Saya merasa informasi yang tersedia dalam aplikasi <i>Mobile Banking</i> BSI sangat jelas.											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju
2	EU2	Saya merasa bahwa menggunakan <i>Mobile Banking</i> BSI tidak terlalu sulit dan mudah untuk dipahami.											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju

3	EU3	Saya dapat dengan cepat mempelajari cara menggunakan <i>Mobile Banking</i> BSI tanpa membutuhkan banyak waktu.											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju

No	Kode	Faktor Sosial (FS)											
1	FS1	Orang-orang terdekat mempengaruhi saya untuk menggunakan <i>Mobile Banking</i> BSI.											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju
2	FS2	Orang-orang yang paling berpengaruh dalam hidup saya merekomendasikan saya untuk menggunakan <i>Mobile Banking</i> BSI.											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju
3	FS3	Orang-orang di sekitar yang memakai <i>Mobile Banking</i> BSI terlihat lebih modern.											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju

No	Kode	Kondisi Memfasilitasi (KM)											
1	KM1	Saya memiliki sumber daya yang memadai untuk menggunakan layanan <i>Mobile Banking</i> BSI.											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju

2	KM2	Sistem yang disediakan oleh BSI mendukung saya untuk menggunakan <i>Mobile Banking</i> dengan mudah.											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju
3	KM3	Layanan <i>Mobile Banking</i> BSI sesuai dengan kebutuhan dan gaya hidup saya sehari-hari.											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju

No	Kode	Minat											
1	M1	Saya berniat untuk terus menggunakan <i>Mobile Banking</i> BSI di masa yang akan datang.											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju
2	M2	<i>Mobile Banking</i> BSI sangat cocok dengan kebutuhan saya.											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju
3	M3	Saya mendapatkan dukungan dari bank dalam menggunakan <i>Mobile Banking</i> BSI.											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju
4	M4	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan <i>Mobile Banking</i> BSI.											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju

2. Lampiran Hasil Uji Validitas

a. Citra Bank

Correlations

		CB1	CB2	CB3	X1
CB1	Pearson Correlation	1	,925**	,801**	,959**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	29	29	29	29
CB2	Pearson Correlation	,925**	1	,810**	,961**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	29	29	29	29
CB3	Pearson Correlation	,801**	,810**	1	,921**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	29	29	29	29
X1	Pearson Correlation	,959**	,961**	,921**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	29	29	29	29

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

b. Ekspetasi Kinerja

Correlations

		EK1	EK2	EK3	EK4	EK5	X2
EK1	Pearson Correlation	1	,926**	,949**	,944**	,829**	,972**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	29	29	29	29	29	29
EK2	Pearson Correlation	,926**	1	,951**	,918**	,855**	,972**

	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	29	29	29	29	29	29
EK3	Pearson Correlation	,949**	,951**	1	,943**	,812**	,974**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	29	29	29	29	29	29
EK4	Pearson Correlation	,944**	,918**	,943**	1	,832**	,969**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	29	29	29	29	29	29
EK5	Pearson Correlation	,829**	,855**	,812**	,832**	1	,899**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	29	29	29	29	29	29
X2	Pearson Correlation	,972**	,972**	,974**	,969**	,899**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	29	29	29	29	29	29

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

c. Ekspetasi Usaha

Correlations

		EU1	EU2	EU3	X3
EU1	Pearson Correlation	1	,900**	,937**	,972**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	29	29	29	29
EU2	Pearson Correlation	,900**	1	,924**	,967**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	29	29	29	29
EU3	Pearson Correlation	,937**	,924**	1	,980**

	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	29	29	29	29
X3	Pearson Correlation	,972**	,967**	,980**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	29	29	29	29

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

d. Pengaruh Sosial

Correlations

		PS1	PS2	PS3	X4
PS1	Pearson Correlation	1	,931**	,806**	,970**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	29	29	29	29
PS2	Pearson Correlation	,931**	1	,753**	,955**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	29	29	29	29
PS3	Pearson Correlation	,806**	,753**	1	,899**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	29	29	29	29
X4	Pearson Correlation	,970**	,955**	,899**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	29	29	29	29

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

c. Kondisi Memfasilitasi

Correlations

		KM1	KM2	KM3	X5
KM1	Pearson Correlation	1	,882**	,899**	,972**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	29	29	29	29
KM2	Pearson Correlation	,882**	1	,830**	,944**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	29	29	29	29
KM3	Pearson Correlation	,899**	,830**	1	,951**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	29	29	29	29
X5	Pearson Correlation	,972**	,944**	,951**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	29	29	29	29

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

d. Minat

Correlations

		M1	M2	M3	M4	Y
M1	Pearson Correlation	1	,819**	,849**	,873**	,937**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	29	29	29	29	29
M2	Pearson Correlation	,819**	1	,820**	,893**	,932**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000

	N	29	29	29	29	29
M3	Pearson Correlation	,849**	,820**	1	,895**	,945**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	29	29	29	29	29
M4	Pearson Correlation	,873**	,893**	,895**	1	,967**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	29	29	29	29	29
Y	Pearson Correlation	,937**	,932**	,945**	,967**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	29	29	29	29	29

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

3. Lampiran Uji Reliabilitas

a. Citra Bank

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.942	3

b. Ekspetasi Kinerja

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.977	5

c. Ekspetasi Usaha

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.972	3

d. Pengaruh Sosial

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.935	3

e. Kondisi Memfasilitasi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.952	3

f. Minat

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.960	4

4. Lampiran Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			100
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,158 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,149
		Upper Bound	,167

5. Lampiran Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,309	1,151		2,875	,005
	X1	-,050	,091	-,113	-,547	,585
	X2	-,063	,073	-,237	-,861	,392
	X3	,212	,111	,465	1,908	,059
	X4	-,029	,050	-,080	-,580	,563
	X5	-,100	,113	-,216	-,878	,382

6. Lampiran Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardize d Coefficients		Standardize d Coefficients	t	sig	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	beta			Toleranc e	VIF
1	(Constant)	,178	1,627		,110	,913		
	X1	,119	,128	1,627	,931	,354	,233	4,286
	X2	,441	,103	,128	4,290	,000	,130	7,682
	X3	,061	,157	,103	,388	,699	,167	6,001
	X4	,170	,070	,157	2,417	,018	,518	1,931
	X5	,241	,160	,070	1,505	,136	,163	6,131

7. Lampiran Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,178	1,627		,110	,913
	X1	,119	,128	,086	,931	,354
	X2	,441	,103	,529	4,290	,000
	X3	,061	,157	,042	,388	,699

	X4	,170	,070	,149	2,417	,018
	X5	,241	,160	,166	1,505	,136

8. Lampiran Uji Parsial

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,178	1,627		,110	,913
	X1	,119	,128	,086	,931	,354
	X2	,441	,103	,529	4,290	,000
	X3	,061	,157	,042	,388	,699
	X4	,170	,070	,149	2,417	,018
	X5	,241	,160	,166	1,505	,136

9. Lampiran Uji F (Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3450,858	5	690,172	82,424	,000 ^b
	Residual	787,102	94	8,373		
	Total	4237,960	99			

10. Lampiran Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,902 ^a	,814	,804	2,89369

11. Lampiran Hasil Data Responden

a. Citra Bank

Jumlah Responden	Pertanyaan			
	CB1	CB2	CB3	X1
Responden 1	10	10	10	30
Responden 2	7	7	7	21
Responden 3	7	7	7	21
Responden 4	9	9	9	27
Responden 5	3	6	5	14
Responden 6	9	9	8	26
Responden 7	10	10	10	30
Responden 8	8	10	9	27
Responden 9	9	10	9	28
Responden 10	9	9	10	28
Responden 11	3	4	6	13
Responden 12	9	8	8	25
Responden 13	8	9	6	23
Responden 14	5	5	5	15
Responden 15	10	10	10	30
Responden 16	8	9	9	26
Responden 17	6	6	5	17
Responden 18	1	1	1	3
Responden 19	9	9	5	23
Responden 20	8	8	5	21
Responden 21	8	9	10	27
Responden 22	7	7	7	21
Responden 23	5	5	3	13
Responden 24	10	10	9	29
Responden 25	6	7	8	21
Responden 26	8	6	9	23
Responden 27	8	9	8	25
Responden 28	10	10	10	30
Responden 29	10	10	10	30
Responden 30	5	7	7	19
Responden 31	8	8	8	24
Responden 32	8	8	5	21
Responden 33	9	8	7	24
Responden 34	10	9	9	28
Responden 35	9	9	9	27
Responden 36	7	8	8	23

Responden 37	10	10	10	30
Responden 38	8	7	8	23
Responden 39	9	10	3	22
Responden 40	8	9	8	25
Responden 41	10	9	7	26
Responden 42	8	8	8	24
Responden 43	8	7	7	22
Responden 44	9	5	9	23
Responden 45	7	5	10	22
Responden 46	8	9	8	25
Responden 47	10	10	10	30
Responden 48	9	8	6	23
Responden 49	10	8	8	26
Responden 50	7	7	7	21
Responden 51	7	7	8	22
Responden 52	8	8	8	24
Responden 53	9	9	9	27
Responden 54	8	9	8	25
Responden 55	8	7	7	22
Responden 56	7	7	8	22
Responden 57	8	7	6	21
Responden 58	7	7	1	15
Responden 59	10	8	4	22
Responden 60	6	5	4	15
Responden 61	6	5	1	12
Responden 62	2	5	7	14
Responden 63	7	8	8	23
Responden 64	6	7	4	17
Responden 65	7	7	8	22
Responden 66	10	10	9	29
Responden 67	7	8	7	22
Responden 68	7	8	5	20
Responden 69	8	9	9	26
Responden 70	7	8	6	21
Responden 71	8	8	5	21
Responden 72	10	9	7	26
Responden 73	7	7	7	21
Responden 74	7	7	8	22
Responden 75	6	7	6	19
Responden 76	9	9	9	27
Responden 77	7	7	7	21

Responden 78	7	8	6	21
Responden 79	7	8	6	21
Responden 80	4	5	5	14
Responden 81	10	10	10	30
Responden 82	10	10	10	30
Responden 83	9	9	9	27
Responden 84	8	7	8	23
Responden 85	8	9	7	24
Responden 86	9	8	6	23
Responden 87	8	9	9	26
Responden 88	9	8	9	26
Responden 89	9	8	8	25
Responden 90	9	9	8	26
Responden 91	8	8	8	24
Responden 92	6	7	6	19
Responden 93	7	6	7	20
Responden 94	7	8	7	22
Responden 95	8	9	8	25
Responden 96	7	8	6	21
Responden 97	7	8	8	23
Responden 98	8	7	6	21
Responden 99	7	8	8	23
Responden 100	8	7	8	23

b. Ekspetasi Kinerja

Jumlah Responde	Pertanyaan					
	EK1	EK2	EK3	EK4	EK5	X2
Responden 1	10	10	10	10	10	50
Responden 2	8	8	8	8	8	40
Responden 3	7	7	7	8	7	36
Responden 4	9	8	9	9	9	44
Responden 5	6	5	5	6	6	28
Responden 6	8	9	8	7	8	40
Responden 7	10	10	10	10	10	50
Responden 8	10	9	9	10	8	46
Responden 9	9	10	10	9	9	47
Responden 10	8	9	9	10	8	44
Responden 11	3	2	3	4	6	18
Responden 12	7	8	8	8	8	39

Responden 13	7	7	7	9	8	38
Responden 14	5	5	5	5	5	25
Responden 15	10	10	10	10	10	50
Responden 16	10	8	10	10	8	46
Responden 17	5	5	7	5	4	26
Responden 18	2	2	2	2	2	10
Responden 19	9	9	9	9	9	45
Responden 20	7	6	6	7	5	31
Responden 21	10	10	10	10	8	48
Responden 22	7	7	7	7	7	35
Responden 23	6	5	5	5	8	29
Responden 24	9	10	10	10	10	49
Responden 25	7	8	8	8	8	39
Responden 26	10	9	9	9	9	46
Responden 27	9	8	9	9	7	42
Responden 28	10	8	10	10	8	46
Responden 29	10	10	10	10	10	50
Responden 30	6	6	7	6	6	31
Responden 31	7	7	7	7	7	35
Responden 32	8	7	8	8	8	39
Responden 33	10	8	9	9	7	43
Responden 34	10	9	9	9	9	46
Responden 35	9	9	9	9	9	45
Responden 36	8	8	8	8	8	40
Responden 37	10	9	9	9	9	46
Responden 38	9	7	7	9	6	38
Responden 39	8	8	8	8	10	42
Responden 40	9	8	9	8	9	43
Responden 41	10	8	8	10	10	46
Responden 42	8	8	8	8	8	40
Responden 43	10	8	8	9	9	44
Responden 44	10	10	10	9	8	47
Responden 45	6	9	9	10	9	43
Responden 46	6	5	4	6	3	24
Responden 47	10	10	10	10	10	50
Responden 48	7	7	7	8	7	36
Responden 49	8	8	8	8	10	42
Responden 50	8	8	8	8	7	39
Responden 51	8	7	10	10	10	45
Responden 52	8	8	8	8	8	40
Responden 53	9	9	9	9	8	44

Responden 54	9	8	8	9	10	44
Responden 55	8	8	9	8	8	41
Responden 56	8	8	7	7	7	37
Responden 57	8	9	8	8	7	40
Responden 58	7	7	7	7	2	30
Responden 59	7	6	9	10	5	37
Responden 60	7	5	6	8	7	33
Responden 61	2	2	2	1	1	8
Responden 62	5	6	8	8	6	33
Responden 63	8	9	7	8	7	39
Responden 64	7	7	6	7	7	34
Responden 65	7	8	7	9	6	37
Responden 66	10	10	10	10	10	50
Responden 67	7	8	8	9	7	39
Responden 68	8	8	7	9	7	39
Responden 69	9	9	9	10	7	44
Responden 70	8	8	9	9	7	41
Responden 71	8	8	9	9	6	40
Responden 72	10	9	10	9	10	48
Responden 73	5	5	7	7	6	30
Responden 74	8	7	8	8	7	38
Responden 75	7	7	7	8	5	34
Responden 76	9	9	9	9	9	45
Responden 77	7	8	5	9	7	36
Responden 78	6	3	5	8	7	29
Responden 79	7	7	6	8	7	35
Responden 80	5	6	4	7	4	26
Responden 81	10	10	10	8	9	47
Responden 82	10	10	10	10	10	50
Responden 83	9	9	9	9	9	45
Responden 84	8	7	8	7	8	38
Responden 85	9	7	10	9	8	43
Responden 86	8	9	7	7	9	40
Responden 87	7	7	9	8	9	40
Responden 88	9	9	8	8	9	43
Responden 89	9	9	7	8	9	42
Responden 90	8	9	9	9	8	43
Responden 91	9	9	9	9	10	46
Responden 92	7	8	6	8	6	35
Responden 93	6	7	8	8	6	35
Responden 94	7	8	8	8	7	38

Responden 95	9	8	7	9	7	40
Responden 96	8	7	6	7	8	36
Responden 97	6	8	8	6	6	34
Responden 98	8	7	6	8	7	36
Responden 99	7	8	6	6	8	35
Responden 100	7	8	8	8	8	39

c. Ekspetasi Usaha

Jumlah Responden	Pertanyaan		
	EU1	EU2	EU3
Responden 1	10	9	10
Responden 2	7	7	7
Responden 3	8	7	8
Responden 4	9	9	8
Responden 5	6	7	7
Responden 6	9	8	9
Responden 7	10	10	10
Responden 8	9	10	8
Responden 9	10	9	10
Responden 10	10	9	9
Responden 11	5	3	4
Responden 12	9	10	10
Responden 13	9	8	9
Responden 14	5	5	5
Responden 15	10	10	10
Responden 16	9	10	10
Responden 17	5	6	4
Responden 18	2	2	2
Responden 19	9	9	9
Responden 20	7	8	8
Responden 21	9	10	8
Responden 22	7	7	7
Responden 23	3	5	5
Responden 24	9	10	10
Responden 25	9	9	9
Responden 26	10	9	9
Responden 27	9	7	8
Responden 28	10	10	10
Responden 29	10	10	10

Responden 30	5	5	7
Responden 31	7	8	8
Responden 32	8	8	8
Responden 33	9	10	10
Responden 34	9	10	10
Responden 35	9	10	9
Responden 36	8	8	8
Responden 37	8	8	9
Responden 38	6	7	8
Responden 39	8	9	8
Responden 40	10	10	10
Responden 41	10	10	10
Responden 42	8	8	8
Responden 43	8	8	8
Responden 44	7	10	10
Responden 45	10	10	10
Responden 46	6	7	6
Responden 47	10	10	10
Responden 48	7	7	6
Responden 49	8	9	10
Responden 50	6	8	8
Responden 51	7	8	9
Responden 52	8	9	8
Responden 53	9	9	9
Responden 54	10	9	10
Responden 55	8	8	8
Responden 56	7	8	8
Responden 57	8	9	9
Responden 58	7	9	10
Responden 59	10	10	6
Responden 60	7	8	8
Responden 61	3	3	8
Responden 62	9	8	8
Responden 63	7	9	8
Responden 64	8	8	7
Responden 65	7	8	8
Responden 66	10	10	10
Responden 67	7	8	8
Responden 68	8	8	8
Responden 69	8	9	10
Responden 70	7	10	9

Responden 71	8	9	10
Responden 72	10	10	9
Responden 73	7	7	7
Responden 74	7	7	7
Responden 75	5	8	7
Responden 76	8	9	8
Responden 77	7	6	7
Responden 78	5	8	7
Responden 79	6	7	8
Responden 80	4	5	5
Responden 81	10	10	10
Responden 82	10	10	10
Responden 83	9	9	9
Responden 84	7	8	7
Responden 85	9	8	8
Responden 86	9	8	8
Responden 87	7	8	6
Responden 88	8	9	8
Responden 89	8	9	9
Responden 90	10	10	9
Responden 91	9	9	9
Responden 92	6	8	8
Responden 93	6	8	8
Responden 94	7	8	8
Responden 95	9	8	10
Responden 96	9	6	8
Responden 97	8	7	7
Responden 98	7	8	8
Responden 99	8	6	7
Responden 100	8	8	8

d. Pengaruh Sosial

Jumlah Responden	Pertanyaan			
	PS1	PS2	PS3	X4
Responden 1	10	10	10	30
Responden 2	7	7	8	22
Responden 3	8	7	7	22
Responden 4	9	9	9	27
Responden 5	5	4	6	15

Responden 6	9	8	9	26
Responden 7	9	9	8	26
Responden 8	10	9	8	27
Responden 9	10	9	10	29
Responden 10	9	9	9	27
Responden 11	5	4	4	13
Responden 12	7	7	8	22
Responden 13	7	6	6	19
Responden 14	5	5	5	15
Responden 15	10	10	10	30
Responden 16	4	1	9	14
Responden 17	6	4	3	13
Responden 18	2	2	2	6
Responden 19	5	6	7	18
Responden 20	3	3	6	12
Responden 21	9	9	10	28
Responden 22	7	7	7	21
Responden 23	5	4	5	14
Responden 24	10	10	10	30
Responden 25	9	6	9	24
Responden 26	10	8	10	28
Responden 27	8	8	8	24
Responden 28	9	9	9	27
Responden 29	10	10	10	30
Responden 30	8	7	7	22
Responden 31	8	10	7	25
Responden 32	7	7	5	19
Responden 33	5	3	6	14
Responden 34	6	10	9	25
Responden 35	9	9	9	27
Responden 36	8	8	8	24
Responden 37	10	10	7	27
Responden 38	3	3	8	14
Responden 39	6	4	6	16
Responden 40	8	10	8	26
Responden 41	8	9	10	27
Responden 42	8	8	8	24
Responden 43	7	8	8	23
Responden 44	10	10	9	29
Responden 45	8	9	8	25
Responden 46	7	5	5	17

Responden 47	5	5	7	17
Responden 48	8	7	7	22
Responden 49	7	7	8	22
Responden 50	8	7	8	23
Responden 51	4	3	3	10
Responden 52	10	8	8	26
Responden 53	8	8	8	24
Responden 54	8	8	9	25
Responden 55	8	8	9	25
Responden 56	8	8	8	24
Responden 57	9	7	8	24
Responden 58	7	8	9	24
Responden 59	8	8	9	25
Responden 60	3	3	6	12
Responden 61	1	1	1	3
Responden 62	8	7	8	23
Responden 63	6	6	8	20
Responden 64	5	5	8	18
Responden 65	7	6	7	20
Responden 66	9	9	9	27
Responden 67	8	8	9	25
Responden 68	6	5	8	19
Responden 69	10	8	8	26
Responden 70	6	5	8	19
Responden 71	6	5	4	15
Responden 72	3	1	3	7
Responden 73	7	7	8	22
Responden 74	7	8	8	23
Responden 75	4	5	8	17
Responden 76	7	9	8	24
Responden 77	7	6	7	20
Responden 78	2	3	3	8
Responden 79	6	4	7	17
Responden 80	6	4	6	16
Responden 81	8	10	8	26
Responden 82	10	10	10	30
Responden 83	10	10	9	29
Responden 84	8	7	8	23
Responden 85	9	8	9	26
Responden 86	8	9	9	26
Responden 87	8	7	8	23

Responden 88	8	9	9	26
Responden 89	9	7	7	23
Responden 90	9	9	9	27
Responden 91	8	8	8	24
Responden 92	6	4	8	18
Responden 93	8	7	8	23
Responden 94	7	5	8	20
Responden 95	8	9	10	27
Responden 96	6	6	8	20
Responden 97	7	6	6	19
Responden 98	6	7	7	20
Responden 99	7	7	6	20
Responden 100	8	7	7	22

e. Kondisi Memfasilitasi

Jumlah Responden	Pertanyaan			
	KM1	KM2	KM3	X5
Responden 1	10	10	10	30
Responden 2	8	8	8	24
Responden 3	7	6	7	20
Responden 4	9	9	9	27
Responden 5	6	6	6	18
Responden 6	8	7	7	22
Responden 7	8	9	9	26
Responden 8	10	8	9	27
Responden 9	9	9	10	28
Responden 10	8	9	9	26
Responden 11	3	4	5	12
Responden 12	9	8	8	25
Responden 13	7	8	8	23
Responden 14	5	5	5	15
Responden 15	10	10	10	30
Responden 16	10	10	10	30
Responden 17	5	8	3	16
Responden 18	2	2	2	6
Responden 19	8	9	9	26
Responden 20	5	6	7	18

Responden 21	10	10	10	30
Responden 22	7	7	7	21
Responden 23	3	4	6	13
Responden 24	10	9	10	29
Responden 25	8	8	9	25
Responden 26	8	5	8	21
Responden 27	9	8	8	25
Responden 28	10	10	10	30
Responden 29	10	10	10	30
Responden 30	6	6	7	19
Responden 31	7	7	7	21
Responden 32	6	7	7	20
Responden 33	9	10	9	28
Responden 34	8	8	7	23
Responden 35	9	9	9	27
Responden 36	8	8	8	24
Responden 37	8	8	8	24
Responden 38	8	7	7	22
Responden 39	8	8	9	25
Responden 40	9	10	10	29
Responden 41	10	10	10	30
Responden 42	8	8	8	24
Responden 43	8	8	8	24
Responden 44	8	7	9	24
Responden 45	6	6	10	22
Responden 46	7	6	5	18
Responden 47	10	10	10	30
Responden 48	8	8	7	23
Responden 49	8	9	9	26
Responden 50	6	7	8	21
Responden 51	7	8	7	22
Responden 52	8	8	8	24
Responden 53	8	9	8	25
Responden 54	10	9	9	28
Responden 55	9	8	9	26
Responden 56	7	7	7	21
Responden 57	8	8	8	24
Responden 58	7	8	9	24
Responden 59	4	10	9	23
Responden 60	8	8	8	24

Responden 61	8	2	1	11
Responden 62	10	8	7	25
Responden 63	10	8	8	26
Responden 64	9	8	5	22
Responden 65	9	8	5	22
Responden 66	10	10	10	30
Responden 67	9	8	8	25
Responden 68	9	8	7	24
Responden 69	9	9	8	26
Responden 70	9	8	8	25
Responden 71	6	7	9	22
Responden 72	9	10	9	28
Responden 73	7	7	7	21
Responden 74	7	7	7	21
Responden 75	9	8	6	23
Responden 76	7	8	7	22
Responden 77	8	7	6	21
Responden 78	4	5	5	14
Responden 79	8	7	6	21
Responden 80	6	6	4	16
Responden 81	10	10	10	30
Responden 82	10	10	10	30
Responden 83	10	10	10	30
Responden 84	7	8	7	22
Responden 85	9	8	8	25
Responden 86	8	8	9	25
Responden 87	9	8	8	25
Responden 88	8	8	9	25
Responden 89	8	8	9	25
Responden 90	8	9	8	25
Responden 91	9	9	9	27
Responden 92	8	7	6	21
Responden 93	8	7	6	21
Responden 94	9	7	7	23
Responden 95	8	9	8	25
Responden 96	8	8	6	22
Responden 97	8	7	7	22
Responden 98	8	6	7	21
Responden 99	8	6	8	22
Responden 100	8	8	7	23

f. Minat

Jumlah Responden	Pertanyaan				
	M1	M2	M3	M4	Y
Responden 1	10	10	10	10	40
Responden 2	7	7	7	7	28
Responden 3	6	6	7	6	25
Responden 4	8	9	9	9	35
Responden 5	5	5	6	5	21
Responden 6	9	7	9	8	33
Responden 7	9	9	10	10	38
Responden 8	9	8	10	8	35
Responden 9	9	10	9	10	38
Responden 10	9	9	8	9	35
Responden 11	4	7	4	5	20
Responden 12	8	8	7	7	30
Responden 13	7	7	7	7	28
Responden 14	5	5	5	5	20
Responden 15	10	10	10	10	40
Responden 16	10	10	7	7	34
Responden 17	5	7	4	6	22
Responden 18	2	2	2	2	8
Responden 19	9	9	9	8	35
Responden 20	7	7	5	7	26
Responden 21	10	9	9	8	36
Responden 22	7	7	7	7	28
Responden 23	8	4	4	6	22
Responden 24	10	10	10	10	40
Responden 25	8	8	8	8	32
Responden 26	10	9	9	10	38
Responden 27	7	9	8	9	33
Responden 28	10	10	9	10	39
Responden 29	8	8	8	8	32
Responden 30	6	6	7	5	24
Responden 31	7	7	8	8	30
Responden 32	3	3	4	5	15
Responden 33	8	10	8	5	31
Responden 34	10	9	9	9	37
Responden 35	9	9	9	9	36
Responden 36	8	8	8	8	32
Responden 37	9	9	9	9	36

Responden 38	8	7	7	7	29
Responden 39	9	7	8	8	32
Responden 40	10	10	9	9	38
Responden 41	9	9	6	9	33
Responden 42	8	8	8	8	32
Responden 43	8	7	8	8	31
Responden 44	9	9	10	10	38
Responden 45	8	8	8	10	34
Responden 46	7	5	7	9	28
Responden 47	10	10	10	10	40
Responden 48	5	6	7	8	26
Responden 49	9	7	9	10	35
Responden 50	8	8	8	8	32
Responden 51	10	10	6	10	36
Responden 52	8	8	8	8	32
Responden 53	9	9	8	9	35
Responden 54	10	8	8	9	35
Responden 55	8	9	8	8	33
Responden 56	7	7	7	7	28
Responden 57	9	9	9	10	37
Responden 58	5	5	8	5	23
Responden 59	8	8	9	10	35
Responden 60	6	5	6	7	24
Responden 61	1	1	1	1	4
Responden 62	9	8	8	8	33
Responden 63	9	8	8	9	34
Responden 64	7	6	6	7	26
Responden 65	7	7	3	7	24
Responden 66	10	9	9	10	38
Responden 67	8	8	7	8	31
Responden 68	8	8	7	8	31
Responden 69	10	9	9	10	38
Responden 70	8	7	7	8	30
Responden 71	8	9	7	7	31
Responden 72	10	9	8	10	37
Responden 73	7	7	8	7	29
Responden 74	7	7	8	7	29
Responden 75	7	8	5	7	27
Responden 76	9	8	9	8	34
Responden 77	7	5	6	7	25
Responden 78	5	5	5	3	18

Responden 79	7	7	5	7	26
Responden 80	6	7	7	6	26
Responden 81	10	10	10	10	40
Responden 82	10	10	10	10	40
Responden 83	10	10	9	9	38
Responden 84	8	7	8	7	30
Responden 85	8	9	8	9	34
Responden 86	9	8	8	9	34
Responden 87	8	8	9	8	33
Responden 88	9	7	7	8	31
Responden 89	7	8	8	9	32
Responden 90	9	9	9	10	37
Responden 91	10	10	10	10	40
Responden 92	7	6	6	7	26
Responden 93	7	6	5	7	25
Responden 94	8	8	6	8	30
Responden 95	9	8	8	9	34
Responden 96	7	8	8	8	31
Responden 97	7	7	8	7	29
Responden 98	8	6	8	8	30
Responden 99	6	7	8	7	28
Responden 100	7	8	8	8	31

