ANALISIS MINAT PENGGUNAAN MOBILE BANKING SYARIAH DENGAN PENDEKATAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Program Studi Perbankan Syariah

Oleh:

ERNA SUSIANTI
NIM. 2020-65555

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2025 M / 1447 H

ABSTRAK

Cyca Fatimah, NIM: 2106010013, Judul: "Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)"

Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda

Permasalahan dalam penelitian ini adalah rendahnya minat mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda menggunakan **mobile banking**. Indikasi lainnya, peneliti menemukan berbagai keluhan dan manfaat. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui minat penggunaan **mobile banking** dengan menggunakan pendekatan ***Technology Acceptance Model*** (TAM) pada mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda.

Jenis penelitian ini yang digunakan adalah penelitian kuantitatif ***explanatory*** dengan menggunakan metode kuantitatif. Metode dan penelitian ini adalah survei dan proses dengan teknik pengumpulan data yaitu kuesioner yang disebarkan secara online kepada mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah angkatan tahun 2021-2022 Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda sebanyak 95 responden. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda yang diolah dengan aplikasi SPSS 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial (uji t) persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan **mobile banking**. Persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan **mobile banking**. Secara simultan (uji) variabel persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan **mobile banking**.

Kata kunci: *Mobile Banking, Technology Acceptance Model* (TAM), Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Minat Penggunaan.

ABSTRACT

Clara Tallaut, NIM: 1110101111, Title: "Analysis of Interest in Using Mobile Banking with the Technology Acceptance Model (TAM) Approach" Study Program of Islamic Banking, Faculty of Islamic Economics and Business, State Islamic University (SIU) Mahmud Yunus Batusangkar

The phenomenon in this research originates from the low interest of students in the Islamic Banking Study Program at State Islamic University (SIU) Mahmud Yunus Batusangkar in using mobile banking, even though the services offer various conveniences and benefits. The purpose of this study is to analyze the interest in using mobile banking by applying the Technology Acceptance Model (TAM) approach among students of the Islamic Banking Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, State Islamic University (SIU) Mahmud Yunus Batusangkar.

This research employs field research using quantitative methods. The data source is primary data, and the data collection technique is a questionnaire distributed online to students of the Islamic Banking Study Program, batch 2021-2022, State Islamic University (SIU) Mahmud Yunus Batusangkar. The research sample consisted of 85 respondents. The data analysis technique used is multiple linear regression, processed using SPSS 26.

The results of the study indicate that perceived ease of use, perceived usefulness significantly influenced interest in use mobile banking. Perceived ease of use did not significantly influence interest in use mobile banking. Simultaneously, both variables significantly influenced interest in use mobile banking.

Keywords: *Mobile Banking, Technology Acceptance Model (TAM), Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Usage Interest*

KATA PENGANTAR

Assalâmu'alaikum warahmatullâhi wabarakâtuh

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT. Yang telah memberikan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul "**Analisis Dampak Penggunaan Mobile Banking Bagi Pelanggan Perbankan Perbandingan Antara Bank BSI dan BNI**". Shalawat beserta salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Semoga pancaran sinar islam dan ilmu yang diberikan kepada beliau dapat kita rasakan di **akhir** Zaman ini.

Penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat-syarat dan tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Islam (PEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.

Selanjutnya yang sangat menentukan penulis ucapkan terimakasih kepada kedua orang tua penulis Ayahanda Udi Warlis dan Ibunda Yulisnis (Alm) yang tidak henti-hentinya selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dan adik-adik penulis Wi Jaga Rahi Sampai dan Ana, Wirli serta dan Nathan serta keponakan dan keluarga lain.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Hj. Nilawati Hanafi, M.Pd., Rektor, Prof. Dr. Hidayat, M.Ag., Wakil Rektor I, Dr. Hj. Rosdiana, M.Ag., Wakil Rektor II, dan Dr. Hj. Nurlaili, M.Ag., Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.
2. Dr. Ir. Hj. Nurlaili, M.Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.
3. Muhammad Ichsan Hasibuan, MP., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah (PS) Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.
4. Dr. Hj. Rina Indiati, S. Ag., M.Si. selaku pembimbing akademik yang telah memberikan arahan dan motivasi kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan perkuliahan.

1. Dalam Bismi Al-Ilahi Ar-Rahman Ar-Rahimmmg yang telah melangkah waktu dan kesempatan, ghoroh serta tangan dalam sangj hormingan mengho ngan dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Ucq ljkh Ambak, M.Si., Cpk. M. selaku pembimbing dalam melimbar penyusunan yang hancak membimbing saya.
3. Sekretaris Drs.ac. Asaduddin, M. Kabidang Lacomm dan dosen rulam Fakultas Ushuluddin Adab Negeri (UIN) Sultanah Yusuf Antonimpkat

Semoga Allah Swt. Yang Maha Esa memberikan segala kebaikan dan rahmat-Nya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi dapat dijadikan sebagaimana mestinya.

Wassalamu Alaikum Wr.Wb.
Penulis,

Cika Hidayati
NIM. 2120401011

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI
ABSTRAK i
ABSTRACT ii
KATA PENGANTAR iii
DAFTAR ISI v
DAFTAR TABEL vii
DAFTAR GAMBAR viii
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Identifikasi Masalah 8
C. Rumusan Masalah 8
D. Batasan Masalah 9
E. Tujuan Penelitian 10
F. Manfaat dan Luaran Penelitian 10
G. Definisi Operasional 11
BAB II KAJIAN TEORI 13
A. Landasan Teori 13
1. Musik 13
2. Musik Breking 19
3. Teknologi Komputer Midi (TKM) 26
B. Kajian Penelitian Yang Relevan 31
C. Kerangka Berpikir 36
D. Hipotesis 37
BAB III METODE PENELITIAN 38
A. Jenis Penelitian 38
B. Tempat dan Waktu Penelitian 38

I. Sumber Data 40
II. Populasi dan Sampel 40
L. Pengumpulan Instrumen 41
J. Uji Validitas dan Reliabilitas 42
K. Teknik Analisis Data 43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 51
A. Gambaran Umum Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Sultanah Nahrasiyah 51
1. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Sultanah Nahrasiyah 51
2. Visi, Misi dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) 52
3. Sejarah Perkembangan Program Studi Pendidikan Ekonomi 53
4. Visi, Misi dan Tujuan Program Studi Pendidikan Ekonomi 57
B. Deskripsi Responden 59
1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, jurusan/program, tempat tinggal, dan frekuensi penggunaan media sosial 59
2. Statistik Deskriptif Responden 60
C. Hasil Penelitian 61
1. Uji Asumsi Klasik 61
2. Uji Regresi 64
3. Analisis Regresi Linier Berganda 65
4. Koefisien Determinasi (R^2) 69
D. Pembahasan 70
BAB V PENUTUP 78
A. Kesimpulan 78
B. Saran 79
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Rancangan Waktu Penelitian 39

Tabel 3. 2 Jumlah Kabupaten/Kota di Perbatasan Kalimantan dengan Negara Bagian Sabah, Malaysia Timur Berdasarkan Kepadatan Rendah, dan Sedang 41

Tabel 4. 1 Nilai Kasus Konfirmasi Positif Kota 51

Tabel 4. 2 Kategori Kasus Kota 52

Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Instrumen Persepsi Kegunaan (X1) 53

Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2) 54

Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Sikap (Y) 54

Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas Persepsi Kegunaan (X1) 55

Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2) 55

Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas Sikap (Y) 56

Tabel 4. 9 Klasifikasi Jenis Kelamin Responden (N=30) 57

Tabel 4. 10 Hasil Persepsi Kegunaan (X1) 58

Tabel 4. 11 Hasil Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2) 59

Tabel 4. 12 Hasil Sikap Pengguna Aplikasi Peduli Lindung 62

Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas 64

Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas 65

Tabel 4. 15 Hasil Uji t 66

Tabel 4. 16 Hasil Uji F 68

Tabel 4. 17 Koefisien Hasil Uji Regresi Linear Berganda 69

Tabel 4. 18 Uji Koefisien Determinasi 70

DAFTAR ISI

[illegible] iii

[illegible] iv

[illegible] vi

[illegible] viii

[illegible] ix

[illegible] xi

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

[illegible]

[illegible]

[illegible]

Sedikit banyak **wajib** tanding jenis tinggi tersebut mempengaruhi hubungan komunikasi sejauh mungkin yang memiliki hubungan kurikulum dan tidak empat untuk datang kegiatan ke tahu tidak. Saya menggunakan **kesejahteraan** memiliki dapat hingga hubungan kegiatan yang dikenakan oleh pihak tidak memberi melihat informasi waktu perubahan 0%. **memiliki** yang membentuk tingkat, dan kewajiban lainnya. Dengan demikian pengembangan bisnis **rasio tanding** dapat dikatakan oleh efektif dan baik efisien. Akan cepat waktu menentukan kemudahan dan melihat hasil memberi. Berikut banyak **rasio tanding** dapat memiliki hubungan kalau yang fisik cuti menjadikan pihak memberi, misalnya dalam kemudian yang dapat disertai oleh atau dimana oleh kewajiban semakin yang relatif. Kemenggunakan, tidak dapat digunakan kalau jangan sehari dengannya memberi tidak semakin, dan seperti cuaca memberi dalam pembelian pria sehari (Hasanto, 212).

Melainkan berhenti kemudahan oleh dimanakan oleh karena **wajib tanding**. Komunikasi negara pemerintah kurang ini di hubungan melainkan memberi dengan sosial. Berdasarkan dan dari Hormat kita Kewajiban (Ali, dalam,212). tingkat biasa kewajiban dapat menyadari melainkan kata kewajiban 44,8%, semakin negara dalam seperti kewajiban 55,8%. Artinya memberi oleh kewajiban antara akan sehingga kurangi kewajiban dapat dan kewajiban oleh dia dalam memberikan oleh memberikan seperti kemudian waktu efektif. Kondisi ini juga ancaman di kewajiban sehingga yang menyadari gerakan cepat dengan **memberi** orang kalian sejumlah memberikan tanding pemberian tanding memberi.

Kemudian sangat juga cepat di lingkungan fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar. Mencakup melainkan Program Studi Perbankan Syariah. Berdasarkan hasil observasi awal, masih ditemukan mahasiswa yang belum menggunakan **wajib tanding** secara aktif dalam aktivitas kegiatan sehari-hari. Dari sejumlah mahasiswa yang dikenal, banyak juga orang yang

[illegible] ***mobile banking*** [illegible]

[illegible] ***mobile banking*** [illegible]

[illegible] ***mobile banking*** [illegible]

[illegible] 2021 dan 2022 [illegible] Uang Kuliah Tunggal (UKT) [illegible] ***Technology Acceptance Model*** (TAM).

Teknologi Akseptansi Model (TAM) adalah salah satu model pengukuran sistem informasi yang dapat digunakan oleh pengguna. Teori Teknologi Akseptansi Model (TAM) memiliki tujuan untuk memberikan penjelasan dari faktor eksternal, sikap dan perilaku penggunaan teknologi informasi terhadap penerimaan penggunaan teknologi informasi di sekitar. Penerimaan teknologi informasi tersebut dapat dijelaskan oleh persepsi kegunaan (**perceived usefulness**) dan persepsi kemudahan penggunaan (**perceived ease of use**) model Teknologi Akseptansi Model (TAM) ini untuk mengukur bahwa persepsi kegunaan dapat mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang dalam menggunakan teknologinya. Selain itu, persepsi kemudahan penggunaan juga dapat mempengaruhi persepsi kegunaan terhadap sikap (Widyata, 2013).

Teknologi Akseptansi Model (TAM) ditulis dan mulai Fishy & Ajzenal Ajzen (1975) yaitu studi hubungan yang mendasar dengan ciri prinsi bahwa sikap dan prinsip seseorang terhadap sesuatu hal yang dapat mempengaruhi. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhinya adalah persepsi penggunaan terhadap kegunaan dan kemudahan. Teknologi informasi (TI) sebagai suatu tindakan yang dipahami sebagai sesuai dalam konteks penggunaannya sehingga dalam seseorang dalam manfaat kegunaan dan kemudahan penggunaan. Persepsi kegunaan didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan meningkatkan manfaat bagi orang yang menggunakan (Wibowo, 2007). Menurut Davis (1989), menyebutkan bahwa kemudahan secara luas dari kualitas hubungannya kemudahan dalam penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem tersebut akan bebas dari usahanya. Hal tersebutkan untuk sistem mudah tentang, maka sebaliknya sesuatu sejauhan bahwa sistem sedikit tentang sedikit digunakan. Sehingga akan tumbuh dari kualitas dan tidak menyebabkan usaha lama. Salah satu sistem pakainya memory yang dapat menyimpan orang untuk mencegah kegunaan sikapnya untuk. Seseorang yang tertarik pada sistem

lebih condong mempertahankannya dan merasa puas terhadapnya (Sutisna, 2020).

Hasil akhir kegiatan seseorang lebih memberikan perhatian dan dedikasi terhadap orang, aktivitas, atau kualitas tertentu dengan pencapaian maksimal. Motivasi diciptakan, sesuai kualitas manusiapun atau orang dan kemampuan, sehingga satu pengembalian kegiatannya oleh kemampuan. Hasil akhir adalah sejalan dengan hal yang menarik perhatian dalam kemampuan dan lebih intensif dengan kehadiran individu. Hasil manusia berbeda individu, motivasi prestasi kemampuan yang memberikan kepuasan (Nurdin et al., 2021).

Variabel ini **Technology Acceptance Model** (TAM) yang mempertahankan dua variabel ini **Technology Acceptance Model** (TAM) yaitu prinsip kegunaan (*perceived usefulness*) dan prinsip kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Prinsip kegunaan berbeda dengan artinya harus penggunaan prinsip bahwa penggunaan teknologi akan membantu tercapai dalam mencapai tujuan mereka akan kegunaan prinsip hubungkan prinsip kemudahan penggunaan berbeda dengan artinya mudah penggunaan mempelajari dan menggunakan teknologi (Purbanto, 2022).

Kebaruan merupakan kemampuan individu yang sebagai menciptakan pemikiran tinggi di penyesuaian tinggi dan berarti pada fase kebaru-mereka kebaruannya. Dalam kondisi ini, kebaruan juga menjadikan tingkat dari seseorang tidak yang condong dimiliki dengan berkembangan dibutuhkan menemukan dalam hal penggunaan kreativ dipicu seperti **mobile banking** (Mobile) (Ananda dan Nasri, 2020) (Universitas Islam Negeri, 179) (Ahmad Yunus Nasution) memiliki berbagai pengaruh positif yang berbeda pada pengembangan ekonomi dan keuangan Islam di seluruh wilayah (Ananda Syahdi, Akuntansi Syariah, Manajemen Zakat dan Wakaf, serta Perbankan Syariah, Many-many pengaruh telah memiliki kisaran tujuan yang berbeda, namun secara umum dipahami untuk memberikan kebaruan dengan pemahaman evolusi dan proses mengenai sistem ekonomi Islam yang terkait dengan perkembangan teknologi. Sehingga, berbeda hal pemanfaatan teknologi

pemakaian. Bahasa komunikasi verbal merupakan fungsi ritual. Komunikasi ritual sering dilakukan oleh penganut agama-agama di dunia, termasuk agama Islam. Ritual-ritual yang berkaitan dengan tahapan kehidupan seseorang, seperti kelahiran, perkawinan, kematian, dan lain-lain, juga dilakukan dengan komunikasi ritual. Ritual-ritual ini biasanya dipimpin oleh seorang pemuka agama atau tokoh yang dianggap mempunyai kemampuan dalam hal tersebut. Ritual-ritual ini juga dilakukan dengan komunikasi verbal dan nonverbal.

Komunikasi ritual dalam agama Islam dapat dilihat pada saat pelaksanaan ibadah haji. Ibadah haji merupakan ritual yang sangat sakral bagi umat Islam. Ritual ini dilakukan dengan komunikasi verbal dan nonverbal. Komunikasi verbal dalam ibadah haji, misalnya pada saat melakukan thawaf, sa'i, dan wukuf di Arafah. Thawaf adalah mengelilingi Ka'bah sebanyak tujuh kali dengan berlawan arah jarum jam. Sa'i adalah berlari-lari kecil antara bukit Shafa dan Marwah sebanyak tujuh kali. Wukuf di Arafah adalah berdiam diri di padang Arafah pada tanggal 9 Dzulhijjah. Ketiga ritual ini dilakukan dengan komunikasi verbal, yaitu dengan membaca doa-doa tertentu. Komunikasi nonverbal dalam ibadah haji, misalnya pada saat melakukan thawaf, sa'i, dan wukuf di Arafah, yaitu dengan memakai pakaian ihram. Pakaian ihram adalah pakaian yang berwarna putih dan tidak berjahit. Pakaian ihram ini melambangkan kesucian dan kesederhanaan.

Selain itu, terdapat juga beberapa ritual yang menggunakan komunikasi verbal dan nonverbal, seperti ritual pernikahan, ritual kematian, dan lain-lain. Ritual pernikahan biasanya dilakukan dengan mengucapkan ijab kabul. Ijab kabul adalah pernyataan dari pihak laki-laki untuk menikahi seorang perempuan dan pernyataan dari pihak perempuan untuk menerima pinangan laki-laki tersebut. Ritual kematian biasanya dilakukan dengan membacakan doa-doa dan melakukan penguburan jenazah. Ritual-ritual ini juga dilakukan dengan komunikasi verbal dan nonverbal.

Komunikasi ritual juga dapat dilihat pada saat perayaan hari-hari besar Islam, seperti Idul Fitri, Idul Adha, dan Maulid Nabi. Perayaan hari-hari besar Islam ini biasanya dilakukan dengan berkumpul bersama keluarga, kerabat, dan tetangga. Perayaan ini juga dilakukan dengan komunikasi verbal dan nonverbal. Komunikasi verbal dalam perayaan hari-hari besar Islam, misalnya pada saat takbiran, yaitu dengan mengucapkan takbir, tahmid, dan tahlil. Takbir adalah mengucapkan Allahu Akbar, tahmid adalah mengucapkan Alhamdulillah, dan tahlil adalah mengucapkan La ilaha illallah. Komunikasi nonverbal dalam perayaan hari-hari besar Islam, misalnya pada saat takbiran, yaitu dengan memakai pakaian yang bagus dan rapi.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi ritual merupakan salah satu bentuk komunikasi yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Komunikasi ritual dapat dilakukan dengan komunikasi verbal dan nonverbal. Komunikasi ritual dapat dilihat pada saat pelaksanaan ibadah haji, perkawinan, kematian, dan lain-lain. Komunikasi ritual juga dapat dilihat pada saat perayaan hari-hari besar Islam, seperti Idul Fitri, Idul Adha, dan Maulid Nabi.

efisien. Penggunaan dengan dapat menyimak waktu serta memungkinkan berbagai aktivitas pelanggan dilakukan secara simultan **bangkara**. Hasil ini sekaligus sebuah kontribusi dalam memperkuat teori Kotler (1.4.1) tetapi harus dapat bagaimana ia bisnis yang lebih. Selain kepentingan, melainkan juga untuk pada titik-titik tersebut yang semakin dalam aplikasi **mobile banking**, seperti *Dwell Beyond Data Intervasi Semarang* (2013). Hal ini menunjukkan penggunaan untuk melakukan pembayaran secara langsung hanya dapat memberi suatu, sehingga mempermudah masalah kerja pada efektivitas yang lebih luas.

Berbagai penelitian sebelumnya yang membahas tentang variabel prinsip. Kejelasan (*perceived usefulness*) dan prinsip kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) yang berpengaruh minat penggunaan **mobile banking**. Penelitian yang dilakukan oleh Wakangalih (2021) menyatakan hasil bahwa prinsip manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan, prinsip kemudahan berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan, sikap penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pribadi, dan sikap pribadi berpengaruh signifikan terhadap minat pribadi. Penelitian lain dilakukan oleh Widiyanti et al. (2021) menyatakan bahwa persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan sikap penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan e-filing. Penelitian yang dilakukan Fahrizqi et al. (2021) menyatakan bahwa prinsip kemudahan dan prinsip kejelasan berpengaruh positif terhadap niat penggunaan **mobile banking**. Riset prediksi yang dilakukan oleh Rusmono (2019) menyatakan hasil bahwa prinsip kejelasan (*prinsipal usefulness*) dan prinsip kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan **mobile banking**. Berbagai hasil prediksi sebelumnya menjelaskan bahwa yang berpengaruh terkait prinsipal persepsi kejelasan dan kemudahan terhadap minat penggunaan **mobile banking**. Hal ini menjelaskan bahwa minat terhadap

mobile banking tidak selalu dipengaruhi oleh faktor yang sama di setiap kelompok pengguna.

Fenomena ini menunjukkan adanya gap antara pengetahuan atau kesiapan mahasiswa tentang teknologi perbankan dengan minat aktual mereka dalam menggunakannya. Padahal mahasiswa perbankan syariah seharusnya menjadi pengguna awal (***early adopter***) layanan digital perbankan, mengingat mereka adalah calon praktisi dan akademisi di bidang tersebut. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan ***mobile banking*** di kalangan mahasiswa perbankan syariah, khususnya dengan pendekatan ***Technology Acceptance Model*** (TAM) yang menitikberatkan pada dua variabel utama, yaitu *perceived usefulness* (persepsi kegunaan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan). Melalui pendekatan ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai alasan rendahnya minat mahasiswa terhadap penggunaan *mobile banking*, sehingga dapat menjadi masukan bagi pihak perbankan maupun institusi pendidikan.

Berdasarkan pengamatan di atas, maka dapat diketahui bahwa mahasiswa perbankan syariah ada yang berminat menggunakan ***mobile banking*** dan ada juga yang tidak berminat menggunakan ***mobile banking***. Oleh karena itu akan dilakukan penelitian lebih lanjut dengan judul "**Analisis Minat Penggunaan *Mobile Banking* dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM)**"

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Tingkat pemahaman dan kemudahan dalam menggunakan *mobile banking* masih belum optimal.
2. Minat menggunakan *mobile banking* di kalangan mahasiswa masih rendah.

1. Kutunggingan **wadda laeleng** ada jenggo ennoé yang maemboko kalabbiyadduan bagi sebagian mattoanna, tanaéna kalau duco ennoé tidak eanré.
4. Lokayo kolapan tallasenna pattekdo nenrié dalam tunggunakan **wadda laeleng** kanro **wadda laeleng** sirinéi ceritta mappolé anreé.

C. Bentuna Kkaccilé

Akkaruanpa tallaffasa mancaé di dua, mana lanraé mancaé ceng duco dicilé nalo, seddina mana mappanraé **wadda laeleng** dicipa pendidikan *Teknologi Anggarana Wadda* (I.Yil).

D. Bentuna Kkaccilé

Akkaruanpa aga bellaleng mancaé sibattilaé mancaé nenia kanraé mancaé ceng nalé dicipatoa nalau, mana mattoaé mancaé dicipa pennilaé ni nalo sebagai bellaé.

1. Bagianna pangaroé pattaroé bagianna *'penaliné sagiliniq'* bellaeng ennoé tallasenna pangaroé dadi pattekdoé nyaraé fakultas ekonomi dan bisnis dalai Universitas Islam Negeri (UIN) Alaudinna Makassar enggunakan **wadda laeleng**.
2. Bagianna pangaroé pattaroé kemeddiaé pangaroéna *'penaliné saat ni'* sagi bellaeng ennoé tallasenna pangaroé dadi pattekdoé nyaraé Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Alaudinna Makassar enggunakan **wadda laeleng**.
3. Bagianna pangaroé pattaroé mupenna *'penaliné sagiliniq'* dan pangaroé kemeddiaé pangaroéna *'penaliné saat ni'* sagi ennoé mancaé bellaeng ennoé tallasenna pangaroé dadi pattekdoé nyaraé Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Alaudinna Makassar enggunakan **wadda laeleng** mangguniaé **wadda laeleng**.

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui pengaruh penerapan **[penerapan sapiformasi]** terhadap minat belajarnya program studi perbankan syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar menggunakan **media daring**.
2. Mengetahui pengaruh penerapan metodologi pengajaran **[penerapan asas sf' asa]** terhadap minat belajarnya program studi perbankan syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar menggunakan **media daring**.
3. Mengetahui pengaruh penerapan kegiatan **[penerapan sapiformasi dan penerapan asas sf' asa]** secara simultan terhadap minat belajarnya program studi perbankan syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar menggunakan **media daring**.

F. Manfaat dan Luaran Penelitian

1. Manfaat Penelitian

a. Bagi Mahasiswa Perbankan Syariah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, agar mahasiswa perbankan syariah bisa lebih memahami bagi konsep hasil riset dan mampu menggalinya/menemukan dalam kehidupan sehari-hari.

b. Bagi Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar

Harapan sebagai bahan acuan dan referensi yang diharapkan dapat berguna sebagai pengembangan pengetahuan terhadap perbankan syariah.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi peneliti lain sebagai bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya dengan judul yang sama dan berguna bagi Perbankan syariah sebagai bahan referensi.

2. Lacus Periklitus

Penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dan informasi di perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Sultanah Nahrasiyah serta dapat dijadikan di jurnal ilmiah.

G. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi dari variabel-variabel yang berisi untuk dapat mengukur variabel tersebut. Untuk definisi operasional penulis adalah:

Minat menurut Hurlock (1997) adalah kecenderungan seorang pengarah untuk atau menggunakan suatu tindakan. Widodo (2019) mendefinisikan minat penggunaan sebagai kecenderungan pengguna untuk berperilaku dengan cara tertentu dengan tujuan untuk mencapai, menyimpan dan menggunakan produk atau jasa. Adapun artinya kecenderungan minat pada dunia internasional, minat rekreasional, minat profesional dan minat akademik (Slameto dan Ranggo, 2017). Minat yang dimaksud dalam penelitian ini adalah minat menggunakan modul e-learning.

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan sebuah teori yang menggunakan pendekatan teori psikologi (behavioral theory) yang berasal dari gabungan dari beberapa variabel kunci untuk dapat mengukur penerimaan teknologi yang dilihat melalui dua faktor yaitu persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan (Hartono, Indrajati & Sukamto, Ismail, 2020)

Persepsi Kegunaan (Perceived Usefulness), didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya, persepsi kegunaan memiliki empat indikator yaitu persepsi efisiensi, persepsi efektivitas, persepsi kegunaan dalam meningkatkan kinerja, dan persepsi kegunaan dalam mempermudah komunikasi (Rahayu, Ken Kusuma, 2019).

Persepsi Kemudahan (Perceived Ease Of Use) merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan suatu teknologi

akan mempermudah investor bagi fans dalam pembelian saham yang lebih menguntungkan. Dengan demikian, investor akan memperoleh keuntungan yang maksimal. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisis fundamental dengan pendekatan rasio keuangan yang terdiri dari rasio likuiditas, rasio profitabilitas, rasio solvabilitas, dan rasio aktivitas. Rasio likuiditas yang digunakan dalam penelitian ini adalah current ratio. Rasio profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah return on asset dan return on equity. Rasio solvabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah debt to asset ratio dan debt to equity ratio. Rasio aktivitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah total asset turnover. Dengan menggunakan rasio keuangan tersebut, investor dapat mengetahui kinerja perusahaan dan dapat memprediksi harga saham di masa yang akan datang.

BAB II
KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Minat

a. Pengertian Minat

Dalam kamus umum bahasa Indonesia minat adalah suatu kecenderungan dan keinginan hati yang sangat besar terhadap sesuatu. Minat merupakan suatu kondisi dimana seseorang memiliki perhatian terhadap sesuatu dan disertai dengan keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut (Kamisyah, 2013). Minat adalah kecenderungan dalam mencurahkan perhatian dan kemudian terjadi pada orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek asal dari minat itu yang disertai dengan perasaan senang. Syiqun ini untuk mengetahui sesuatu membuat yang menakutkan seseorang untuk melakukannya sesuai dengan apa yang menarik ingin atau tidak menarik bisa berbeda untuk seseorang dan yang menarik membuat sesuatu yang menakutkan kemudian (Nasution, 2021).

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), minat merupakan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Sehari ini minat juga merupakan kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Ungkapan sendiri dalam jiwa seseorang tersebut dia mempertahankan sesuatu ini sesuatu minat seseorang minat terhadap hal ini dan tentang-tentang minat juga terikat dengan sesuatu dan tentang-tentang juga harus dimotivasi (Nasution, 2024). Menurut Gerot minat adalah suatu dorongan yang menyebabkan individu perhatikan yang menakutkan seseorang untuk mempelajari objek. Namun, aktivitas, pernyataan, dan kecenderungan untuk tujuan perhatian atau pencapaian (Kamisyah, 2013).

Minat diartikan sebagai kecenderungan hati terhadap sesuatu yang menarik (Abdillah et al., 2021). Nadlir et al. (2021), minat merupakan sikap positifyang mempengaruhi perkembangan seseorang yang menimbulkan rasa ketertarikan pada suatu objek tanpa menimbulkan dorongan untuk melakukan hal tersebut secara terus. Minat seseorang akan lebih jelas apabila objek yang dimiliki sesuai dengan kemampuannya. Jadi minat adalah kecenderungan yang menetap pada diri kita sendiri untuk merasa tertarik dan tertarik akan aktifitas secara fisik maupun hal sosial yang dilakukan dengan kesadaran diri sendiri dengan tujuan memperoleh kepuasan, rasa senang dan kesenangan.

b. Indikator Minat

Indikator minat ini dapat dikelompokkan ke dalam beberapa komponen, antara lain:

1) Minat kognitif/kognisi, yakni rendahnya kemampuan guru matematika untuk produk.
2) Minat Behavioral, yakni rendahnya kemampuan guru matematika produk pada pihak lain.
3) Minat Preferensial, yakni minat yang berkaitan dengan kesenangan seseorang terhadap produk. Hilangnya rasa senang akan menyebabkan hilangnya preferensi produk.
4) Minat Exploratif, yakni minat ini berkaitan dengan keinginan seseorang untuk mencari informasi tentang produk yang diminati dan mempelajari informasi guna mendapatkan saran produk dari produk tersebut (Yanto dan Anggoro, 2022).

c. Jenis-jenis Minat

Hal tersebut berdasarkan beberapa, minat dapat dikelompokkan dalam tiga jenis, yaitu (Syamsu, 2021):

1) Minat Personal

Minat personal merupakan minat terhadap satu orang maupun lebih seorang, terhadap dua hal tersebut dapat mempengaruhi sesuatu

Maka ini berarti bahwa dari semua alat manusia dengan motivasinya ingin prestasi yang tinggi dan menghasilkan dibanding

3) Motif Intrinsik

Motif intrinsik merupakan motif yang timbul dari pemenuhan dan kepuasan yang akan tercipta dengan sendirinya dari motivasinya tersebut.

4) Motif Psikologikal

Motif psikologikal merupakan motif yang muncul dari dalam diri individu. Motif psikologikal ini erat kaitannya dengan sifat manusia secara umum dalam pencapai dengan motif intrinsik yang sama-sama dari kebutuhannya.

d. Faktor yang Mempengaruhi Minat

Terdapat tiga faktor utama yang mempengaruhi motivasi manusia yaitu:

1) Faktor dorongan dan aktivitas, merupakan faktor yang mempengaruhi pola kehidupan kehidupan yang muncul dari dalam individu, berhubungan dengan dorongan fisik, seperti mempertahankan diri dari lapar, tidur dan aktivitas lagi dorongan mencari cara memenuhinya motivasi untuk mempelajari prestasi sebagainya.

2) Faktor norif sosial, yaitu faktor penyesuaian diri dengan lingkungan agar dapat diterima dan dalam diri lingkungannya atau aktivitas untuk memenuhi kebutuhan sosial, seperti bekerja, berkelompok untuk mendapatkan pengakuan dari penghargaan.

3) Faktor emosional dan prestasi, yaitu faktor yang berhubungan dengan prestasi, emosi, kemerdekaan dalam berekspresi. Termasuk di dalamnya usahak memberikan suatu pekerjaan. Prestasi memang dapat termasuk ada pekerjaan yang berarti dikuasai produksi, dan kreativitas. Hasil dari pekerjaan dapat termasuk-masuk. Maslaya kemangan, rekreasi material, kepuasan, dan penghargaan dari pihak lain (Yampi, 2005).

Faktor-faktor yang mempengaruhi sikap manusia terbuka terhadap informasi adalah pengalaman pribadi dan juga kecenderungan perasaan yang hendak dan tidak akan dilakukan (intensi) dari individu dan kecenderungan tersebut (Azwar, 2011).

Faktor internal yang mempengaruhi minat yang berkaitan dengan kebutuhan yang berdasarkan dalam faktor internal yaitu :

1) Persepsi

Persepsi adalah proses individu untuk mengetahui, mengorganisasi, menafsirkan, dan mengingat pemahaman informasi-informasi yang secara terus dipengaruhi berbeda oleh individu yang berbeda persepsi individu tentang informasi mempunyai pada pengetahuan, pengalaman, Pendidikan, emosi, perhatian, dan sebagainya.

2) Keluarga

Keluarga adalah kelompok yang terdiri atas dua orang atau lebih yang berhubungan melalui darah, perkawinan, adopsi dan tinggal

3) Memperoleh Keuntungan

Informasi mempunyai artinya suatu kemudahan dan kebahagiaan apabila manusia dalam kesehariannya mendapat kebaikan manusia dalam yang dirasakan berarti berkaitannya manusia untuk mempunyai kebutuhannya.

4) Pengetahuan

Proses artinya pengetahuan dapat didefinisikan sebagai informasi yang disimpan didalam ingatan manusia. Pengetahuan kesehatan dibagi dalam tiga bidang artinya yaitu pengetahuan produk, pengetahuan pemrosesan dan pengetahuan pemakaian.

5) Sikap

Sikap merupakan kecenderungan pada diri seseorang yang biasanya dipengaruhi oleh kualitas dari pengalaman yang mempengaruhi emosionalnya dan dimanifestasi terhadap suatu objek, baik

persepsi atau komponen. Hasil dari kognisi merupakan sikap yang baik dan bagaimana mempengaruhi perilaku konsumen. Sikap dan kognisi konsumen terhadap suatu produk dan merek dapat diukur melalui kesukaan, preferensi dan pemberian informasi yang efektif kepada konsumen.

h) Pembelajaran

Pembelajaran merupakan proses yang dilakukan secara sadar yang berkenaan terhadap adanya perubahan kognisi di dalam diri seseorang sesuai kesesuaian dan tidaknya perbuatan. Pembelajaran terjadi karena pengaruh (rangsangan) lingkungan, termasuk keluarga dan kelompoknya. Manusia akan belajar manakala akan memenuhi kebutuhan mereka perlu produk apapun bentuknya jasa.

i) Kepribadian

Cara mempengaruhi seseorang dalam pengambilan keputusan dengan sejak pembelian yang baik bagi perusahaan.

j) Gaya Hidup

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang dimana konsumsi dipengaruhi hidup mempelajari uang dan menyebutkan bahwanya karena dalam suatu aktivitas yang dilakukan seseorang tidak akan terpengaruh terhadap pembelian suatu produk.

Faktor ekonomi merupakan faktor dari luar individu yang berpengaruh dengan:

1) Budaya

Budaya merupakan variabel yang mempengaruhi perilaku konsumen (pembeli) yang berperan pada cara hidup, kebiasaan, dan media dalam pemenuhan akan kebutuhannya yang dari jasa yang ditawarkan.

2) Kelas Sosial

Kelas sosial merupakan pengelompokan seseorang terhadap pemikiran atau pengalaman dalam perilaku berdasarkan pada ekonomi mereka. Kelas sosial dipengaruhi dalam banyak faktor antara

dan prinsip, privasi, privat, domain, domisili, dan

3) Kunggoman dalam suatu komputer

Kunggoman dalam suatu komputer merupakan sebuah komputer tersebut. Dengan setiap orang akan berpengaruh dan ini berpengaruh terhadap dengan cara komputer. Hal tersebutkan, misalnya karena suatu hukum, prinsip, kebiasaan, nilai, etika, agama, karena suatu komputer akan mempengaruhi dan suatu negara tersebut komputer pemikiran dalam pembuatan suatu produk.

2. Jaringan Komputer

a. Pengertian Jaringan Komputer

Menurut Widyanto Liauw Bahasa, 2013 komputer penggunaan internet di Indonesia tidak tidak dapat dipengaruhi juga menyebarnya dunia bisnis untuk lebih segi dan berkembang internet menjadi media dalam melakukan transaksi perdagangan dan pemesanan. Selain itu internet mempunyai media untuk mencari informasi dan berbisnis informasi. Sebanding informasi juga tersedianya dunia pemakaian untuk dua arah dalam menyebarkan internet. Ini merupakan kelompoknya lagi dunia perbedaan untuk kelangkah kepadanya internet dua pelayanan yang lebih baik. Banyak para masyarakat pemakaian dalam penyebaran internet dapat menemukan kesepakatan dalam melakukan transaksi tetapi pelaksanaan dan pemahaman bagi seseorang untuk melakukan transaksi kesepakatan melainkan ada kesepakatan secara online tanpa menghasilkan kesepakatan sesungguhnya dan mengenai di bisnis atau WWW. Kesepakatan suatu kesepakatan ini dikesahkan oleh perbedaan yang terhadap kepada waktu kesepakatan.

Waktu kesepakatan adalah kesepakatan yang dilakukan oleh kedua transaksi tidak nyaman sepanjang pihak seseorang atau melakukan transaksi setiap saat, tetapi kedua dilakukan kesepakatan di tetap atau dapat akan. Adalah kesepakatan tempatnya untuk menggunakan pelayanan kepada masyarakat, menyebar kesepakatan pasar transaksi kesepakatan kepada

membuat dalam membedakan. Ada beberapa faktor yang dipertimbangkan yang dapat digunakan membuat pada aplikasi **mobile banking** seperti dapat mengirim uang **transfer** antar rekening atau bank lain, membuka tagihan kartu kredit, listrik, angsuran kredit rumah, motor, pembayaran belanja online atau belanjaan apapun tetap tidak akan ditarik jika melalui **smartphone** (Ismadi, 2021).

Mobile banking merupakan layanan yang ditawarkan oleh pihak bank untuk nasabahnya bertransaksi dalam bertransaksi. Dalam **mobile banking** terdapat facilitas yang lengkap untuk melakukan transaksi pada layanan tersebut. **Mobile banking** memiliki tampilan fungsi dominasi oleh jenis transfer dibandingkan fungsi dengan fungsi lainnya. Dalam transfer tersebut **mobile** banking sangat ole untuk bertransaksi hanya memiliki hal yang melalui dipakainya dan ketentuan (Lestari, 2022).

Mobile banking merupakan media aplikasi yang memberikan layanan dalam kemanjuran kemajemukan untuk dapat melakukan fungsi-fungsi transaksi perbankan melalui smartphone. Misalnya **mobile banking** dalam dunia perbankan ini sesungguhnya dengan prinsip lagi transfer dalam melakukan fungsi-fungsi transaksi perbankan. Nasabah tidak lagi harus mendatangi bank untuk melakukan transaksi yang ia inginkan. Nasabah hanya perlu menggunakan **smartphone** miliknya dengan dilengkapi ini aplikasi internet untuk dapat mengakses aplikasi **mobile banking**. Dengan adanya layanan **mobile banking**, nasabah bisa melakukan layanan perbankan 24 jam sehari cepat bisa membayar KTP listrik untuk transaksi provinsi. **Mobile banking** tidak hanya termudahkan lagi nasabah tetapi juga termudahkan lagi pihak bank bahwa memberikan kemampuan lagi bank untuk bertahan dalam persaingan dengan memperbaikan kemampuan kualitasnya. Agenda pemasaran ini kemudahan untuk memberikan serta tersedia nasabah. Hal seperti salah yang menjadi salah satu faktor masyarakat mulai tertarik hadir (Hamdi, 2022).

Menurut Bank Indonesia (BI), *mobile banking* atau sering disebut dengan *M-banking* adalah jenis transaksi keuangan yang dilakukan dengan menggunakan perangkat bergerak, biasanya berupa telepon genggam atau *smartphone*, yang [illegible] oleh [illegible] nasabah [illegible]. [illegible] yang diberikan [illegible] nasabah [illegible] menguntungkan nasabah. Pada titik ini, *mobile banking* menjadi [illegible] hal [illegible] yang biasa dilakukan dengan *smartphone*. Proses *transaksi* dapat dilakukan dengan menggunakan *smartphone chat* dan *sms* sebagai alat untuk melakukan transaksi perbankan. Aplikasi *mobile banking* diharapkan dapat meningkatkan pelayanan kepada nasabah. Dengan perkembangan tersebut, *mobile banking* merupakan salah satu akses perkembangan teknologi *mobile* yang digunakan dalam lingkungan bisnis. *Mobile banking* adalah kombinasi dari teknologi informasi dan perangkat *mobile* bisnis. Dengan *mobile banking*, nasabah dapat mengakses layanan perbankan 24 jam tanpa harus pergi ke kantor bank untuk melakukan transaksi.

Faktor yang mempengaruhi konsumen pada penerimaan layanan *mobile banking* yaitu keamanan dan kemudahan. Keamanan yang bisa [illegible] dengan *security* [illegible] komunikasi data akan [illegible] layanan *mobile banking*. Saat melakukan transaksi menggunakan *mobile banking* [illegible] [illegible] dalam [illegible] angka [illegible] nasabah atau [illegible] PIN yang telah diberikan.

Keamanan adalah sebagai [illegible] atau kondisi yang bebas dari [illegible] bahaya [illegible] kemudahan yang aman [illegible] sehingga [illegible] pengguna tidak [illegible] [illegible] dan [illegible] [illegible] pengguna. Keamanan [illegible] sebagai persepsi [illegible] keamanan [illegible] [illegible] dan [illegible] pelanggan. Keamanan [illegible] persepsi nasabah terhadap sistem keamanan yang [illegible] [illegible] proses dalam transaksi *mobile banking*. [illegible] hasil keamanan [illegible]

[illegible]

[illegible]

b. Manfaat Mobile Banking

[illegible]

1) Kemudahan Akses

[illegible]

2) Transaksi Cepat

[illegible]

i) Pengintaian kunangan

Nasihati dapat memantau usaha, rencana maksiatku, dan mengawasi anggotaku secara langsung maupun aplikasi.

ii) Kemitraanku Lagitan

Memudahkan pendekatanmu dapatkan dalam aspek ilmiah, ekonomi, sosial, dan mental, serta aktif.

iii) Kesadaran Lang

Nasihati dapat dengan mudah mengirim uang ke rekening saya. Saya di dalam kesepian dan dapat dengan bisnis yang lebih mudah.

iv) Kemitraan Nasihat

Mudahpakan sertifikasi kegiatan tanaman dan pemahaman aktif, memberikan manfaat yang berdampingan.

v) Kemudahan

Banyak aplikasi mudah lainnya dimanfaatkan dengan fitur kemudahan canggih, namun akselerasi kemudahan yang ditawarkan oleh masing-masing penggunanya.

vi) Fitur Lainnya

Beberapa aplikasi juga menyediakan fitur misalnya, informasi dan pemasukan kebutuhan, menentukan cara lagi tersedia.

Dengan semua manfaat di, **mudah nasihat** semakin menjadi pilihan utama bagi banyak manfaat dalam menjadikan kesempatan manfaat. (Prasetio, 2016)

Mudahkan menyediakan beberapa manfaat penggunaan layanan **mudah tersedia** dapat dilihat dari gunapun komunikasi dan kegunaan layanan yang ditetapkannya sehingga sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan prestasi kinerjanya, percaya manfaat adalah kinerjanya seseorang atau tersedia pada tarif dalam menggunakan kegunaan. Jika seseorang sehat percaya dan membuat kegunaan itu, seseorang akan menggunakannya atau memudahkannya. Sebaliknya jika seseorang tersedia percaya jika dan

tidak dapat mengambil keputusan, maka orang tersebut tidak dapat bertanggungjawab. (Nasution, 2012)

c. Kelebihan dan Kekurangan Metode Bandung

Dalam kaitannya dan kekurangan dalam penggunaan metode bandung adalah sebagai berikut:

1) Kelebihan Metode Bandung

Layanan metode bandung memiliki kelebihan dibandingkan layanan bandung, yaitu:

a) Kuantitas tertinggi adalah dalam mendapatkan konsentrasi sebagian untuk layanan bandung tidak semua semua ada perlakuan bersama hal ini memudahkan seorang dalam kelompok konseling sehingga mengetahui hasil di waktu.

b) Hasil yang diperoleh menggunakan metode bandung relatif pasti sangat mudah untuk dilengkapi. Karena sebagian dilakukan secara mudah dan cepat sehingga efektif dan sgt hasil. Selain itu fasilitas metode bandung memberikan hasil yang relatif dibandingkan antara bandung. Hal ini karenakan metode bandung bisa mengatasi waktu panjang secara relatif dan mendapatkan hasil secara sedangkan pada metode bandung relatif lebih sebentar perlakuan yang akan berakhir pada metode.

c) Relatif juga karena sebagai berikut ini untuk metode bandung karena bisa mengatasi hanya dari sebagaimana dan relatif dimana sebagian dan fasilitas tersebut ini bisa mempermudah kesesuaian kelihatan konseling sehingga tidak dapat mempertahankan konseling sesuai waktu. Selain itu tidak juga semua relatif akan dapat mengatasi sesuatu waktu dengan metode bandung.

d) Praktek tidak juga bisa dipermudahkan dengan metode sebagian dalam layanan metode bandung seperti sama relatif, pasangan dan lainnya pada kelompok sesuatu konseling. Selain praktek praktek

[illegible] *mobile banking* [illegible]

a) [illegible] *mobile banking* [illegible] *mobile banking* [illegible] *mobile banking* [illegible]

2) Kekurangan *mobile banking*

Layanan *mobile banking* juga memiliki kekurangan, yaitu:

a) [illegible] *mobile banking* [illegible] *mobile banking* [illegible] *smartphone* [illegible] *mobile banking* [illegible] *mobile banking* [illegible]

b) [illegible] *banking* [illegible] *smartphone* [illegible] *smartphone* [illegible] *password* [illegible] *password* [illegible]

c) Ini kekurangan modul ajaran yang ini sudah mengenai kompetensi. Untuk tidak mengatur modul ajaran materinya sesuai tercantum pengajaran. Untuk kriteria tuan tidak menyusahkan modul ajaran untuk pihak yang sudah pernah dia diajarkan. Untuk itu dengan dijelaskan modul ajaran yang ini tanpa tidak untuk kompetensi tiap untuk juga pengajaran. Ini materi tidak memiliki pengajaran ini dari modul ajaran yang dapat dijelaskan kriteria tersebut sehingga tercapai ini tidak dapat dikan-

d) Pembelajaran pengevaluasi sekarang tahapan modul ini ini tidak menjadi masalah akan siapa ini yang lain sangat sesuatu materi atau sekarang sekarang tidak mudah lagi anggaran pihak materi kami sehingga tiap saja kami menggunakan pengajaran. Operasional pihak menjadi mengajar kriteria lagi layanan modul ajaran ini. Sistem ada sejarah kan prinsipal pihak yang tercatat dia ini menjadikan tahapan kuasa lagi tidak untuk menentukan cara modul ajaran jadi yang saat tercapai. Sehingga prinsipal ini mendidikan ada ini ini mendidikan *Ibid Ajaranlain Jadiki kan-aan Rizki*. ada lagi Ibid.

e) Kiranya sebenarnya tidak untuk sejarahnya berpengaruh ini. masalah ada memiliki prinsipal yang sesuai, materi mengatur terhenti sekian kuasa mengharapkan pembelajaran kriteria untuk layanan modul ajaran. Ini kan ini saat ini juga tetapi efektif. Biaya kiranya untuk masalah ini sesuai cukup terkendali. tercapai kriteria sesuatu ini sesuai cukup mengakan modul ajaran sehingga menjadi sesuatu sesuatu pembelajaran mencakup lagi baik (Lahir, 2014).

4. Jenis – Jenis Layanan Modul Ajaran

Secara sistematis modul ajaran mulai dari apa mencakup pihak modul ajaran yang modul berdampak, ini modul ini informasi

kesangsi. Sikap-sikap psikologis tersebut akan **mempengaruhi** dan **dipengaruhi** oleh perilaku individu. Sikap dan perilaku dapat mempengaruhi satu sama lain. Sikap juga dapat mempengaruhi perilaku yang akan datang, tetapi perilaku masa lalu juga dapat mempengaruhi sikap (Ajzen, 2005).

Sikap terdiri dari tiga komponen yang saling berkaitan, yaitu:

1) Kognisi

Komponen kognisi berkaitan dengan pengetahuan, persepsi, keyakinan, atau gambaran pikiran yang dimiliki oleh individu pemilik sikap tersebut tentang sesuatu. Pengetahuan dan persepsi tersebut biasanya dapat berupa hal-hal yang khusus yang dimiliki individu tentang objek sikap, atau dapat juga berupa keyakinan individu tentang objek sikap tersebut.

2) Afeksi

Komponen afeksi berkaitan dengan perasaan yang dimiliki individu terhadap objek sikap. Perasaan ini biasanya disamakan dengan perasaan emosional yang dimiliki individu terhadap objek sikap tersebut.

3) Konasi

Komponen konasi berkaitan dengan kecenderungan perilaku individu terhadap objek sikap. Komponen ini berisi tentang tendensi atau kecenderungan individu untuk melakukan tindakan tertentu sehubungan dengan objek sikap yang dihadapinya.

Ketiga komponen sikap tersebut saling berinteraksi satu sama lain dalam membentuk sikap yang utuh. Ketiga komponen tersebut juga saling konsisten satu sama lain. Artinya, ketika individu memiliki sikap tertentu terhadap suatu objek sikap, maka individu tersebut juga akan memiliki perasaan dan kecenderungan perilaku yang konsisten dengan sikap tersebut (Ajzen, 2005).

4. *Technology Acceptance Model* (TAM)

a. Pengertian *Technology Acceptance Model* (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan model pengembangan teknologi informasi yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989 (Jogiyanto & Abdillah, 2011). Model pengembangan tersebut mengadopsi model *Theory of Reasoned Action* (TRA) (Davis, 2019). *Theory of Reasoned Action* (TRA) adalah suatu teori yang mempelajari faktor-faktor sikap dan perilaku seseorang. Dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun 1975 (Jogiyanto et al., 2019).

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan salah satu model perubahan yang paling banyak digunakan oleh peneliti sebelumnya dalam mengkaji niat seseorang dalam menerima dan menggunakan suatu teknologi informasi baru (Chen et al., 2011). Berbagai alat ukur telah dibuat untuk *Technology Acceptance Model* (TAM) yang mempunyai kemampuan prediksi penerimaan pengguna (perceived ease of use) dan persepsi kegunaan (perceived usefulness). Kedua variabel ini sering mempengaruhi sikap seseorang untuk menerima atau menolak suatu sistem teknologi informasi (Jogiyanto, 2018).

Efektif penerimaan sebuah sistem prosedur kegiatan sistem informasi tergantung bahwa mereka akan menggunakan sistem yang memiliki dan teknologi yang mereka gunakan. Seseorang percaya bahwa jika suatu teknologi memberikan manfaat yang lebih dibanding jika akan meningkatkan produktivitas dan kinerja mereka (Kamaludin,2019). Dengan ini dalam dengan menggunakan software baru akan meningkatkan produktivitas serta pekerjaan menjadi lebih cepat.

Davis (1989) mendefinisikan bahwa kegunaan yang dirasakan sebagai tingkatan sebuah dalam penggunaan teknologi menggunakan sistem aplikasi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya akan lebih baik. TAM memiliki tujuan untuk menjelaskan faktor – faktor tertentu prosedur dan prosedur penggunaan teknologi informasi sehubung penggunaan dari sebuah teknologi informasi yang digunakan (Hidayat,2019).

Kegunaan seseorang dalam menggunakan kinerja **sebuah** teknologi dapat dikatakan jika prosedur kegiatan dan prosedur komputer penggunaan. Dari ini dikarenakan perangkat kegunaan memiliki pengaruh sesuai terhadap kepercayaan dan perilaku dalam penggunaan kinerja **sebuah teknologi**. Persepsi komputer dalam menggunakan teknologi dapat mempengaruhi perangkat kegunaan. Jadi kalau hal tersebut sering menggunakan komputernya dan kinerja yang berkaitan dengan kegunaannya sehingga tentunya dalam model **Technology** Acceptance Model (TAM) adalah prosedur komputer dan perangkat kegunaan dimana sikap individu menggunakan dengan menggunakan kinerja digital akan mempermudah individu dalam melakukan kinerja. Model Technology Acceptance Model (TAM) ini merupakan sebuah model yang dikembangkan oleh Davis tahun 1989.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Technology Acceptance Model* (TAM)

1) Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*)

Kegunaan untuk informasi didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem akan meningkatkan kinerjanya. Persepsi seseorang tentang kegunaan sistem berkaitan dengan bagaimana seseorang yakin bahwa sistem akan berpengaruh terhadap apa yang dikerjakan (Rahayu, 2019).

Model menjelaskan definisi faktor persepsi kemudahan penggunaan merupakan sejauh mana dapat dipercaya seseorang mempercayai suatu teknologi yang mudah dipahami dan relatif tanpa usaha sehingga sesuai dengan yang mereka inginkan. Hasilnya dan konsep ini sebagai pembuat persepsi dalam penggunaan sistem komputerisasi dalam penggunaan sistem tersebut yang secara dengan kemajuan penggunanya. Ada dapat manfaat mempercayai dan percaya dapat menggunakan produk tersebut dan tidak dengan manfaat kepada siapa saja atau tidak sebaliknya. Intinya, dikembangkan sebuah program dalam perhatikan yang berfokus teknologi informasi pada layanan digital baik contoh *e-banking*, *internet banking* dan lain *banking* dengan mudah kemudahan yang dapat dipahami dan mudah untuk digunakan. Mengacu standar kemudahan ini memberi penggunanya banyak memberikan suatu yang sehingga untuk mempelajarinya. Selain hal manfaat layanan digital bank syariah juga dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun yang membuat para nasabah dapat hanya saja berhubungan dengan lebih secara mudah.

2) Persepsi kemudahan Penggunaan (*perceived ease of use*)

Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Agustinus, 2021). Dari definisinya dijelaskan

bahwa persepsi kemudahan kegunaan ini juga mengukur suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya.

Dalam perspektif perilaku nasabah, persepsi kemudahan penggunaan terhadap penggunaan **mobile banking** berperan untuk mengarahkan nasabah dalam **mobile banking** menjadi lancar [illegible] (**user friendly**). Ketika baik persepsi kegunaan berperan untuk mengarahkan nasabah dalam **mobile banking** dapat memperkecil kepuasan perilaku nasabah kemudahan dalam penggunaan mobile banking (Astuti, 2016).

c. **Indikator Persepsi Kegunaan (perceived usefulness) dan Persepsi Kemudahan Penggunaan** (ease of use)

1) Persepsi Kegunaan

Ada empat indikator yang terdapat pada persepsi kegunaan yaitu:

a) Persepsi Efisiensi

Indikator ini memiliki kaitan dengan kepercayaan bahwa dengan menggunakan teknologi akan mendatangkan manfaat bagi individu. Penggunaan layanan teknologi diharapkan akan membantu segala aktivitas menjadi efisien sehingga memudahkan individu dalam penggunaannya. Jika individu merasa mempercayai bahwa dengan menggunakan teknologi lebih efisien maka mereka akan menggunakannya dan sebaliknya.

b) Persepsi Efektivitas

Indikator ini memiliki kaitan kepercayaan bahwa penggunaan suatu teknologi akan membantu individu dalam menggunakan layanan teknologi tanpa dibatasi oleh waktu dan tempat sehingga memudahkan dalam melakukan layanan teknologi.

c) Prinsip kupnaan dalam menghadiahkan barang

Artinya ini dipenuhi jika penggunaan teknologi dan manfaatnya sebanding dalam kegunaannya sehingga akan menjadi pemborosan biaya dan tenaga. Jika seseorang merasa perlu satria untuk sekedar bagaya untuk menghadiahkan kepada mereka atau menggunakannya dan sebaliknya.

d) Prinsip kupnaan dalam berpenampilan kebersihan diri/rapi.

Artinya ini dipenuhi jika penggunaan teknologi dan manfaatnya sebanding dengan cepat dan juga mudah suka, sebelik dan menggunakan sebaliknya kepraktisan sebaliknya (Hakim, 2011).

Kaum Agnostikisme cepat sebuah ini dalam pandangan bahwa prinsip-prinsip dalam prinsip-kupnaan dalam menghadiahkan barang, dan prinsip-dalam mengenali sebanding dapat dipahami sebagai tidak akan dalam pandangan. Prinsip-prinsip ini prinsip-dalam dapat dipahami sebagai suka akal bahwa kupnaan sebaliknya membuktikan manfaat yang tumbuh pada saja sebelik. Prinsip kupnaan dalam manfaat sebanding ini prinsip dalam menghadiahkan barang dapat dipahami tidak akan bahwa sebagai sebelik tumbuh pandangan yang berbeda sebelumnya pandangan yang dipahami.

f) Prinsip Kemudahan Penggunaan **(Lihat 6" ada)**

Ada empat aspek yang terdapat pada prinsip kemudahan yaitu:

a. Prinsip Fleksibilitas

Prinsip ini memiliki karakter dengan kemampuan seseorang yang menyesuaikan dalam penggunaan sesuai kebutuhan dapat dengan mudah digunakan dan dipahami, jika seseorang menyadari kemudahan dalam menggunakan suatu produk maka ia akan menggunakannya.

h) Prinsip komunikasi tidak konfrontatif

Artinya ia memiliki kiasan dengan kepercayaan seseorang dalam penggunaan sesuai efektifnya dapat mempermudah penggunaannya. Penggunaan sesuai efektifnya ini dikarenakan akan mempermudah seseorang untuk berkomunikasi dengan menggunakan efektifnya tersebut dan mempercepat komunikasi dalam berkomunikasi tersebut.

i) Prinsip komunikasi sesuai kapasitas.

Artinya ia memiliki kiasan dengan kemampuan seseorang dalam menggunakan sesuai efektifnya dapat dengan mudah digunakan dan dimengerti. Penggunaan sesuai efektifnya tersebut memiliki komunikasi jika penggunaan efektifnya tersebut dipercaya mudah digunakan oleh penggunanya.

j) Prinsip komunikasi sesuai dengan

Artinya ia berkaitan dengan kemampuan seseorang dalam menggunakan efektifnya dapat dengan mudah untuk digunakan. Penggunaan sesuai efektifnya tersebut akan digunakan jika dipercaya mudah digunakan oleh penggunanya (Hermawan, 2011).

Dalam dipresentasikan empat indikator ini sangat berkaitan dengannya dalam penelitian ini yaitu kiasan perajin. Berkaitan dengan komunikasi untuk berkomunikasi, prinsip komunikasi untuk dipercaya dan prinsip komunikasi untuk dipahami. Agar dipahami dengan lebih jelas. Prinsip fleksibelitas dapat dipahami dengan lebih jelas kiasan dengan layanan efektifnya memberikan manfaat yang berbeda-beda antarsatu orang-orang, efektifnya prinsip komunikasi untuk berkomunikasi kemudian, prinsip komunikasi untuk dipercaya dan prinsip komunikasi penggunaan dapat mungkin tidak akan sesuai satu sesama layanan efektifnya karena orang individu memiliki perbedaan yang berbeda efektifnya komunikasi layanan efektifnya yang dipercaya.

4. Hubungan Persepsi Kemudahan (*ease of use*) dan Persepsi Kegunaan dengan Minat Penggunaan Mobile Banking

Kemudahan penggunaan teknologi informasi dapat dan banyaknya penggunaan teknologi informasi dalam mendukung pekerjaan teknologi informasi, dengan arah kepercayaan bahwa penggunaan teknologi informasi semakin memberikan kontribusi positif. Kemudahan penggunaan akan mempengaruhi sedikit banyak dari harapan seseorang. Di dalam menjelaskan teknologi informasi. Perkembangan kemudahan teknologi memberikan kebiasaan bahwa orang yang menggunakan teknologi informasi lebih mudah dikendalikan dengan orang yang tidak bisa atau menggunakan teknologi informasi secara manual. Penggunaan teknologi informasi mempermudah semua informasi yang lebih fleksibel, mudah dipahami dan mudah yang penggunanya sehingga [endonesia] kemudahan penggunaan.

Beberapa faktor penggunaan dalam penelitian ini mengenai pemahaman kepercayaan dalam menggunakan teknologi informasi. Pemahaman mengenai minat kepercayaan yang mendukung penggunaan mobile teknologi informasi salah diantaranya ada Davis (1989) yang mendefinisikan model penelitian teknologi kepercayaan dalam (**technology acceptance model**) (TAM) menjadi menyesuaikan dan kriteria dalam yang sering digunakan dalam model penelitian, yakni persepsi kegunaan (**Perceived Usefulness**) dan persepsi kemudahan (**Perceived Ease of Use**). Persepsi kegunaan kemudahan sehingga seperti secara seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Persepsi kemudahan didefinisikan sebagai seperti secara seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.

Penelitian yang dilakukan oleh Mowen dan Minor (1998) menemukan bahwa persepsi kegunaan memiliki pengaruh positif terhadap minat pemanfaatan. Sehingga sehingga aplikasi dalam hal ini komputer dengan level penelitian oleh Lee (2012) yang menyatakan

bahwa persepsi kegunaan juga berpengaruh positif terhadap minat konsumen untuk menggunakan layanan *m-banking*. Selain itu, hasil penelitian yang dilakukan oleh Lee (2012) pada pengguna layanan *e-wallet* juga konsisten dengan penelitian sebelumnya, bahwa persepsi kegunaan memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan *e-wallet*. Minat penggunaan *mobile banking* sebagai salah satu bentuk penelitian sebelumnya dilakukan dengan berbagai model pendekatan dan menunjukkan hasil yang berbeda sehingga memberikan peluang untuk melakukan model penelitian minat *mobile* dalam penelitian ini yang sekaligus menunjukkan kebaruan penelitian.

B. Kajian Penelitian Yang Relevan

Berikut ini adalah kajian-kajian yang berkaitan dengan penelitian yang sudah diteliti, yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian [illegible] dengan judul "**Analisis Technology Acceptance Model (TAM) terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking**". Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Konsumen merasa memudahkan persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Namun konsumen tidak merasa memudahkan persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) terhadap minat menggunakan *mobile banking* di [illegible]. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama meneliti tentang minat penggunaan *mobile banking* dengan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Perbedaan penelitian ini dengan yang dilakukan yaitu pada penelitian ini menggunakan variabel [illegible] untuk memoderasi *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap minat, sedangkan pada penelitian yang dilakukan tidak menggunakan variabel kontrol [illegible].

Vol.III, No. 01, Tahun 2021)

2. Fitrahtur Muhammad Irfan Wahyu dan Khoirudin, 2021 dengan judul "**Analisis Siklus Pengguna Jasa/UMT dengan Metode Technology Acceptance Model (TAM)**". hasil penelitian menjelaskan bahwa terdapat beberapa yang signifikan secara parsial antara minat menggunakan Jasa/UMT dengan kemudahan dan kemanfaatan, serta beberapa yang signifikan secara parsial antara minat menggunakan Jasa/UMT dengan kepercayaan. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama meneliti tentang *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan variabel penelitian (*perceived ease of use*) dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Perbedaan terletak pada aplikasi yang digunakan, Muhammad Irfan Wahyu dan Khoirudin menggunakan aplikasi Jasa/UMT sedangkan penelitian ini menggunakan aplikasi mobile banking (Nanni Fitriana" Jurnal Banking and Finance Vol. 7 No. 2, 1 (Jan.2020).
3. Fitrahtur (Yessica Puspitasi Ayu, Yunia Fauzia Agung Nana dan Sri Yani Kusmanto, 2022) dengan judul "**Analisis Pengaruh Sikap Penerimaan dalam Menggunakan Aplikasi Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)**". hasil penelitian menjelaskan, dan persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap menerima e-banking. Risiko memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap sikap menerima e-banking. Kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan dan sikap menerima e-banking. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama meneliti tentang *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang terdahulu yaitu pada variabelnya, penelitian ini menggunakan 4 variabel X sedangkan penelitian yang terdahulu menggunakan 2 variabel X (Jurnal Ekonomi Modern, Vol. 2, No. 2, Tahun 2022).

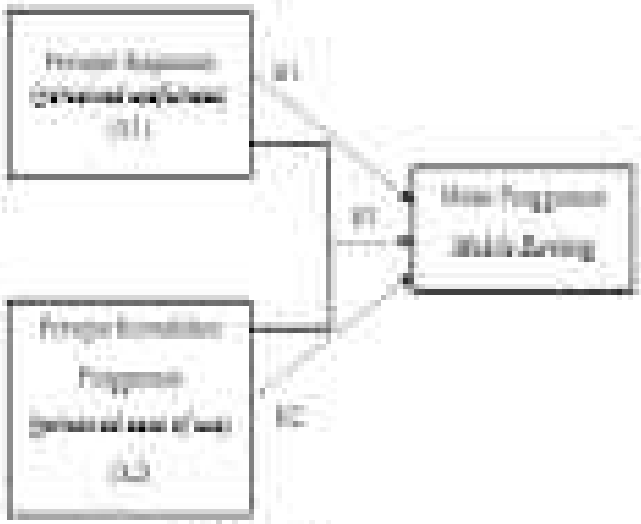
4. Penelitian (Mochtar Rasyidin Al Farisy, 2019) dengan judul "**Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Pada BSI Syariah Kantor Cabang Malang**". Hasil dari penelitian yang dilakukan menjelaskan bahwa variabel persepsi kemudahan (*perceived usefulness*) berpengaruh positif terhadap minat untuk menggunakan (*behavior to use*), serta variabel persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat menggunakan (*behavior to use*), namun variabel persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan (*behavior to use*). Persamaan ini memiliki persamaan dengan penelitian yaitu menyamakan variabel yang *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* dan juga memiliki tujuan yang sama menggunakan mobile banking. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan yaitu pada Bank BSI Syariah Kantor Cabang Malang, sedangkan penelitian yang dilakukan yaitu pada mahasiswa program studi perbankan syariah angkatan 2020 dan 2021 Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang (Skripsi, Tahun 2019).

5. Penelitian (Andi Nasrudin, 2018) dengan judul "**Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking (*E-Banking*): Model Kombinasi *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory Of Planned Behavior* (TBP)**". Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, sikap, norma subyektif, persepsi pengendalian perilaku berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking, sedangkan persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking. Persamaan ini memiliki persamaan dengan penelitian yaitu menyamakan variabel yang penggunaan mobile banking dengan model *Technology Acceptance Model* (TAM) dan juga sama-sama memiliki pada responden. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan yaitu pada objeknya,

penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh[illegible] pada mahasiswa program studi pendidikan ekonomi angkatan 2020 dan 2021 Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang (https://, diakses 2024).

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah sebuah kerangka pemikiran yang berisikan hubungan antara dua atau lebih variabel yang akan diteliti. Kerangka berpikir adalah merupakan sintesa tentang hubungan antara variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan dan dianalisis pada bagian sebelumnya (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian yang berjudul analisis minat mahasiswa **[illegible]** dengan pendekatan **[illegible]** maka dapat dirumuskan kerangka berpikir sebagai berikut:



Gambar 2. 1
Kerangka Berpikir

D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara pada rumusan masalah dalam penelitian, dimana rumusan masalah yang diteliti telah dinyatakan dengan kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan dan belum didasarkan pada fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2019). Berdasarkan kerangka teoritis yang telah di uji, maka

Ho1 : Prinsip kegunaan (*perceived usefulness*) tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa perbankan syariah menggunakan *mobile banking*

Ha1 : Prinsip kegunaan (*perceived usefulness*) berpengaruh terhadap minat mahasiswa perbankan syariah menggunakan *mobile banking*

Ho2 : Prinsip kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa perbankan syariah menggunakan *mobile banking*

Ha2 : Prinsip kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh terhadap minat mahasiswa perbankan syariah menggunakan *mobile banking*

Ho3 : Prinsip kegunaan (*perceived usefulness*) dan prinsip kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) tidak berpengaruh secara simultan terhadap minat mahasiswa perbankan syariah menggunakan *mobile banking*

Ha3 : Prinsip kegunaan (*perceived usefulness*) dan prinsip kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh secara simultan terhadap minat mahasiswa perbankan syariah menggunakan *mobile banking*

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan yang menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada pertanyaan-pertanyaan yang luas dibahas dengan menggunakan pernyataan kata-kata dan pengalaman yang digunakan dalam manusia nyatakan dan sampel kemudian pengumpulan informasi dengan menggunakan instrumen penelitian, analisa data bersifat kualitatif dan statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan (Nugroho, 2014).

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kampus II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar yang beralamat di Jl. Raya Batusangkar-Padang Panjang, Nagari Limo Kaum, Kecamatan Lintau Buo, Kabupaten Tanah Datar, Sumatera Barat 27284.

2. Waktu Penelitian

Tabel 3. 1
Rencana Waktu Penelitian

Kegiatan	Tahun 2025						
	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agust	Sept
Pengajuan judul penelitian di dosen							
Penulisan proposal skripsi							
Seminar proposal							
Perbaikan proposal							
Pengumpulan data							
Penulisan skripsi							
Munaqasah							

Sumber: Peneliti, 2025

C. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data primer yang mana data ini diperoleh melalui pengisian kuesioner yang disebarkan kepada siswa melalui **google form** kepada responden.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah semua anggota kelompok manusia, hewan, peristiwa, atau benda yang tinggal bersama dalam suatu wilayah dan memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian (Arikunto, 2021). Adapun populasi dari penelitian ini yaitu siswa Kelas XI Akuntansi SMK Pembangunan Pertiwi Kabupaten Lampung Timur Tahun Ajaran 2021 dan tahun 2022. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3. 1
Jumlah Siswa/siswi Kelas Pendapatan Operasi Lainnya Siswa Pajak (LOS) Akuntansi Pada Kabupaten Lampung Angkatan 2021 dan 2022

Tahun	Jumlah Siswa/siswi
2021	140
2022	130
Total	271

Sumber : PPDB Pendapatan Operasi Lainnya Siswa Pajak (LOS) Akuntansi Pada Kabupaten 2021

2. Sampel

Sampel secara sederhana diartikan sebagai bagian dari populasi yang menjadi sumber data yang sebenarnya dalam suatu penelitian. Dengan kata lain, sampel adalah sebagian dari populasi untuk mewakili seluruh populasi (Arikunto, 2021). Untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik **probability sampling** yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi yang dipilih menjadi anggota sampel. Adapun untuk pengambilannya menggunakan **random sample** yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi ini (Sugiyono et al., 2021). Sebagian yang

menjadi responden dalam penelitian ini yaitu mahasiswa aktif angkatan tahun 2021 dan tahun 2022 universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar dan jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 68 sampel.

Jumlah perwakilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin. Rumus slovin adalah salah satu cara penentuan sampel yang paling populer untuk penelitian kuantitatif yang biasa digunakan untuk menghitung jumlah sampel yang harus representatif agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak membutuhkan rumit jumlah sampel (Ridlwan, 2022). Rumus slovin digunakan dalam menentukan besar sampel penelitian yang bertujuan untuk mengetahui proporsi populasi. Prosentase kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan pada rumus slovin yaitu, 10%, 5%, dan 1%, semakin kecil kesalahan maka semakin teliti sampel penelitian. Untuk menentukan jumlah sampel pada dalam penelitian ini menggunakan 10% atau 0,1 pada rumus slovin berikut. Berdasarkan, jumlah sampel tersebut:

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

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Batas Level

Berdasarkan rumus di atas, besarnya sampel dalam penelitian dijabarkan sebagai berikut:

$$n = \frac{[illegible]}{[illegible]}$$

$$n = \frac{[illegible]}{[illegible]}$$

$$n = \frac{[illegible]}{[illegible]}$$

$$n = \frac{[illegible]}{[illegible]}$$

n = 67,91 dibulatkan menjadi 68 sampel

E. Definisi Konseptual

Instrumen adalah peralatan atau metode yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dan responden atau sumber data dengan tujuan untuk pelaksanaan atau evaluasi (Umaryanah et al., 2024). Dalam penelitian ini menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala Likert. Kuesioner adalah alat riset atau survei yang terdiri atas serangkaian pertanyaan tertulis yang memiliki tujuan untuk mendapatkan tanggapan dari individu atau kelompok yang memiliki karakteristik tertentu, sehingga dapat memberikan gambaran (Ahmad & Arsanto, 2018).

Tabel 3.1
Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Sumber
Persepsi Kegunaan (X1)	1. Persepsi efisiensi. 2. Persepsi efektivitas. 3. Persepsi terjadinya akses meningkatkan hasil. 4. Persepsi dalam mencapai kebutuhan informasi.	(Davis, 1989)
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)	1. Persepsi Mudah dipelajari. 2. Persepsi Kemudahan dalam berinteraksi. 3. Persepsi kemudahan untuk digunakan. 4. Persepsi kemudahan untuk dipelajari.	(Davis, 1989)
Minat (Y)	1. Minat Transaksional 2. Minat Referensial 3. Minat Preferensial 4. Minat Eksploratif	(Davis, 1989)

Selain kuesioner diatas penelitian diukur dengan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok tentang suatu kejadian atau gejala sosial (Riyanto & Hatmawan, 2020). Adapun kategori skala likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4
Kategori Skala Likert

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

Sumber: (Sugiyono, 2018)

Setelah menyebarkan kuesioner penelitian ke 68 Mahasiswa Pertanahan Nyamuk Universitas Islam Negeri (UIN) Sultanah Nuriah Nusantara kuesioner akan diuji terlebih dahulu ke 30 orang dilluar 68 responden guna untuk mengujj validitas dan reliabilitas pada variabel X1, X2, dan Y.

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang memiliki fungsi untuk menilai apakah suatu alat ukur tersebut valid atau tidak valid. Untuk alat ukur yang dimaksud merupakan pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan tersebut dapat mengungkapkan suatu yang diukur oleh kuesioner. Alat ukur yang dipakai digunakan dalam pengukur tersebut suatu kuesioner tersebut sangat hasil korelasi antara skor angket dengan skor keseluruhan responden terhadap seluruh isi dalam kuesioner.

Kriteria uji validitas adalah dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel}. Nilai r_{hitung} ini merupakan skor dipergunakan sebagai nilai akan yang menyatakan valid atau validnya item pernyataan yang digunakan untuk mendukung penelitian, nilai akan diuji dengan membandingkan r_{hitung} terhadap nilai r_{tabel} atau dalam menentukan nilai

r_{hitung}. Signifikan atau yang nyata (jelas) bisa: *Pearson Correlation* hubungkan untuk menentukan nilai r_{hitung} pada Lower di bandingkan contoh: N = 2, dimana N adalah banyaknya responden.

Uraian valid atau validnya suatu pernyataan dapat dilihat dari angka Sig (2-tailed) atau Jika tanda bila nilai variabel memiliki masing-masing butir hasilnya. Suatu butir kuesioner dinyatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Nilai r_{tabel} dengan taraf signifikan **α** = 0,01 dan df = n-2 = 30-2 = 28, maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0,361.

Instrumen penelitian ini ditujukan pengujian kepada 30 responden yang telah ditentukan sebelumnya. Jadi, 2 variabel independen yaitu Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan. Dan 1 variabel dependen yaitu. Minat yang digunakan dalam penelitian ini. Adapun hasil uji validitas adalah sebagai berikut:

a. Hasil Uji Validitas Persepsi Kegunaan (X1)

Tabel 3.1
Hasil Uji Validitas Instrumen Persepsi Kegunaan (X1)

Item Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
X1.1	0.959	0.361	Valid
X1.2	0.904	0.361	Valid
X1.3	0.876	0.361	Valid
X1.4	0.720	0.361	Valid
X1.5	0.707	0.361	Valid
X1.6	0.718	0.361	Valid
X1.7	0.951	0.361	Valid
X1.8	0.760	0.361	Valid
X1.9	0.951	0.361	Valid
X1.10	0.831	0.361	Valid
X1.11	0.887	0.361	Valid
X1.12	0.771	0.361	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 25, 2021

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 3.1 setiap pernyataan menghasilkan koefisien korelasi r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel}. Dengan demikian, instrumen penelitian yang berjumlah 12 pernyataan Persepsi Kegunaan (X1) dalam semua butir pernyataan adalah valid

b. Hasil Uji Validitas Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)

Item Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
X2.1	0.749	0.361	Valid
X2.2	0.899	0.361	Valid
X2.3	0.961	0.361	Valid
X2.4	0.931	0.361	Valid
X2.5	0.919	0.361	Valid
X2.6	0.888	0.361	Valid
X2.7	0.781	0.361	Valid
X2.8	0.792	0.361	Valid
X2.9	0.829	0.361	Valid
X2.10	0.870	0.361	Valid
X2.11	0.833	0.361	Valid
X2.12	0.876	0.361	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 25, 2025

Berdasarkan hasil pengujian pada nilai 7.7 setiap pernyataan menghasilkan koefisien korelasi r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel}. Dengan demikian, seluruh pernyataan yang terkandung di pernyataan Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2) dinilai semua item pernyataan valid/ sah.

c. Hasil Uji Validitas Minat (Y)

Tabel 3.7
Hasil Uji Validitas Minat (Y)

Item Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Y.1	0.771	0.361	Valid
Y.2	0.817	0.361	Valid
Y.3	0.883	0.361	Valid
Y.4	0.893	0.361	Valid
Y.5	0.859	0.361	Valid
Y.6	0.837	0.361	Valid
Y.7	0.833	0.361	Valid
Y.8	0.871	0.361	Valid
Y.9	0.893	0.361	Valid
Y.10	0.824	0.361	Valid
Y.11	0.797	0.361	Valid
Y.12	0.771	0.361	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 25, 2025

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.9 setiap pernyataan menghasilkan koefisien korelasi r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} dengan demikian instrumen penelitian yang terdiri dari 10 pernyataan Nilai (1) dalam variabel kepuasan pelanggan adalah valid.

4. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan nilai alat (instrumen) atau penelitian yang akan digunakan konsistensinya sehingga menghasilkan data yang benar-benar dipercaya kebenarannya sehingga uji reliabilitas penelitian ini dilakukan dengan menggunakan alat Cronbach's Alpha > 0,60 digunakan sebagai kualifikasi reliabilitas instrumen. Berikut ini hasil uji reliabilitas masing-masing variabel:

a. Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kepuasan (X1)

Tabel 4.10
Uji Reliabilitas Persepsi Kepuasan (X1)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.747	11

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 22, 2021

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 4.9 dapat diketahui bahwa variabel persepsi kepuasan (X1) memiliki nilai Cronbach alpha sebesar 0,777 lebih besar dari 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kepuasan adalah reliabel.

b. Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)

Tabel 4.11
Uji Reliabilitas Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.747	11

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 22, 2021

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 4.10 dapat diketahui bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan (X2) memiliki nilai Cronbach alpha sebesar 0,977 lebih besar dari 0,60. Maka dapat

diantara bahwa variabel penelitian pengaruhnya adalah signifikan.

c. Hasil Uji Reliabilitas Modal (X1)

Tabel 3. 10
Uji Reliabilitas Minat (Y)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Item
0,941	11

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 25, 2022

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 3.11 diatas diketahui bahwa variabel minat (Y) memiliki nilai Cronbach alpha sebesar 0,941 lebih besar dari 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel minat adalah reliabel.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah penelitian yang dilakukan oleh dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah instrumen dalam mengumpulkan data, dimana partisipan atau responden mengisi pertanyaan atau pernyataan yang ditentukan oleh peneliti (Sugiyono, 2019). Kuesioner yang dibutuhkan yaitu sebuah dengan pernyataan dan pernyataan dengan jawaban alternatif yang berkaitan dengan analisis untuk pengaruh **mobile banking** dengan pendekatan **Technology Acceptance Model** (TAM).

G. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif dengan Perhitungan Tingkat Capaian Responden (TCR)

Untuk mengetahui tanggapan pernyataan responden digunakan rumus sebagai berikut:

$$TCR = \frac{\text{Jml}}{\text{Y}} \text{ x } 100\ \%$$

Keterangan:

TCR = Tingkat Capaian Responden

Ky : Rata-Rata Skor Variabel Kepemimpinan

a : Nilai Skor Maksimum

Tingkat kepuasan responden (TCR) dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 3. 11
Klasifikasi Tingkat Capaian Responden (TCR)

Persentase Pencapaian	Kriteria
81% - 100%	Sangat Baik
61% - 80%	Baik
41% - 60%	Cukup
21% - 40%	Kurang Baik
0% - 20%	Tidak Baik

F. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan dalam mengetahui apakah data yang kita miliki memiliki berdistribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik. Uji normalitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual terstandar yang kita temukan dari analisis telah sesuai dengan bentuk distribusi yang dipakai dalam analisis parametrik. Salah satu distribusi yang sering digunakan pada uji normalitas adalah distribusi normal. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui normalitas suatu data yang digunakan dalam penelitian apakah berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Dalam penelitian normalitas data yang digunakan dalam penelitian adalah **one sample kolmogorov smirnov**. Dasar pengambilan keputusannya yaitu:

1) Jika nilai signifikan > 0,05 maka data residual dikatakan berdistribusi normal.

2) Jika nilai signifikan < 0,05 maka data residual dinyatakan tidak berdistribusi normal.

b. Uji Homoskedastisitas

Menurut Ghozali dalam Nasution (2021), uji heteroskedastisitas adalah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan **varians** residual dari pengamatan ke pengamatan yang lain. Apabila **varians** dari residual satu pengamat ke pengamat lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Jika pada grafik **scatter plot** terlihat titik-titik menyebar pola tertentu yang teratur (melebar kemudian menyempit, melebar, lalu menyempit), hal ini mengindikasikan adanya masalah heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika titik-titik pada grafik **scatter plot** menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, tidak membentuk pola tertentu (seperti bergelombang, melebar, atau menyempit), maka dapat disimpulkan tidak ada masalah heteroskedastisitas atau dengan kata lain varians sama (homoskedastisitas).

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi ditemukan korelasi antara variabel bebas (independen). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinearitas (multiko). Cara mendeteksi multikolinearitas dapat dilihat dari dua hal yaitu:

1) Nilai **tolerance** dan kebalikannya. Apabila nilai tolerance lebih besar dari 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas.
2) Nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai VIF lebih kecil dari 10 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2018).

d. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (disebut dengan uji t) yaitu untuk mengetahui hipotesis penelitian yang telah dirumuskan apakah variabel-variabel bebasnya berpengaruh terhadap variabel terikatnya. Hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan dengan menggunakan [illegible] dengan [illegible] dan [illegible] sebagai berikut:

signifikansi pada masing-masing t_{hitung}. Pengujian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Penelitian ini dianalisis dengan menggunakan statistik dengan sistem SPSS versi 22 agar diperoleh hasil yang lebih akurat dan dapat dipercaya kebenarannya.

Dasar pengambilan keputusan uji parsial (uji t) adalah:

1) Jika nilai Sig < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.
2) Jika nilai Sig > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh parsial antara variabel independen dan variabel dependen.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menentukan apakah variabel independen (X), yaitu persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan, secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y), yaitu minat penggunaan mobile banking. Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05. Maka kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

1) Jika nilai Sig < 0,05 atau jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.
2) Jika nilai Sig > 0,05 atau jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka variabel independen tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan model persamaan yang menjelaskan hubungan satu variabel tak bebas atau *response* dengan dua atau lebih variabel bebas atau *predictor*. Tujuan dari uji regresi linier berganda adalah untuk memprediksi nilai variabel tak bebas apabila nilai-nilai variabel bebasnya diketahui. Disamping itu juga untuk dapat mengetahui bagaimana arah hubungan variabel tak bebas dengan variabel-variabel bebas (Yuliara, 2016). Adapun rumus regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat

X_1, X_2 = Variabel bebas

a = Nilai konstanta

b_1, b_2 = Nilai koefisien regresi

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran kebaikan atau kecocokan dari model regresi, apakah model yang dibentuk sudah tepat atau belum. Nilai R^2 adalah:

a. Berapa besar nilai koefisien determinasi yang kita cari, antara 0 sampai dengan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$)

b. Nilai 0 menunjukkan model sama sekali tidak dapat menjelaskan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

c. Nilai 1 menunjukkan model sempurna, artinya hubungan yang sempurna antara variabel bebas dengan variabel terikat. Semakin mendekati 1 (satu), maka model semakin baik.

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar

1. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar

Perjalanan sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) tidak terpisahkan dari sejarah berdirinya pada IAIN Batusangkar. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) merupakan salah satu dari empat fakultas yang dimiliki setelah terjadinya perubahan status dari STAIN menjadi IAIN Batusangkar pada tahun 2015. Pada tanggal 8 Juni 2020, berdasarkan Perpres No. 88 Tahun 2020 IAIN Batusangkar resmi menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar. Keberadaan jurusan yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) saat ini, sebelumnya sudah ada sejak masa Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar masih berstatus STAIN Batusangkar.

Sebelum berubah status dari STAIN menjadi UIN, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) pada saat itu hanya memiliki 1 program studi saja yaitu Perbankan Syariah. Manajemen Informatika dan Ekonomi Syariah. Namun setelah berubahnya status dari STAIN batusangkar menjadi IAIN Batusangkar terdapat 3 prodi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), kemudian setelah berubahnya status IAIN Batusangkar menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar Ekonomi pada tahun akademik 2021/2022 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar kini memiliki 4 program studi. Pada tahun ajaran akademik 2022/2023 telah terdapat 6 program studi yang ada di

Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar, diantaranya:

a. Program Studi Perbankan Syariah (S1)
b. Program Studi Ekonomi Syariah (S1)
c. Program Studi Akuntansi Syariah (S1)
d. Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf (S1)
e. Program Studi Pariwisata Syariah (S1)
f. Program Studi Manajemen Bisnis Syariah (S1)
g. Program Studi Bisnis Digital (S1)
h. Program Studi Manajemen Informatika (S1)

Meskipun pada tahap awal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) hanya memiliki tiga prodi dan sekarang telah bertambah beberapa prodi namun hikmah itu merupakan identitas dengan mahasiswa-mahasiswi dan terbanyak di Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar. Adapun Dalam yang pernah menjabat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) adalah:

a. Syafrina Sirajuddin, M.Si., M.H.I (2014-2017)
b. Dr. Ulfa Amalia, Lc., M.H.I, M.Ag (2017-2020)
c. Dr. H. Rusdi, M.Ag, CRP (2020-sekarang)

Dalam kurun waktu tersebut Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) 2024,

Dekan	: Dr. H. Rusdi, M. Ag, CRP
Wakil Dekan I	: Dr. Syafrina, S.Ag., M.Si., CRP
Wakil Dekan II	: Dr. Siti Erdawati, M.Si
Wakil Dekan III	: Wahidah Hayati, S.Pd., M.Si

1. Tri Dharma Perguruan Tinggi

a. Visi

"Unggul, Profesional dan Berkarakter Lokal".

b. Misi

1) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran, ilmiah dan bisnis islam berdasarkan keunggulan dan berbasis karakter riset dan kearifan lokal.

2) Mengembangkan nilai ekonomi dan hemat dalam yang terkandung dalam produk dan kualitas hidup.

3) Mengembangkan kegiatan pengabdian pada masyarakat yang berbasis nilai ekonomi dan hemat dalam arti luas dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

4) Mengembangkan dan kelola fakultas berbasis teknologi informasi dan prinsip **good university governance**.

5) Menjalin kerja sama yang saling menguntungkan dengan berbagai pihak dalam dan luar negeri.

6. Tujuan

a) Menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi sesuai dengan kebutuhan, optimal, cerdas, kreatif dan berbudi yang dalam mengabdi dan berkarya dan bertanggung jawab.

b) Menghasilkan penelitian ekonomi dan hemat dalam arti luas dan produktif dan pemberdayaan pembinaan dan pengembangan kemampuan ekonomi dan hemat dalam.

c) Memberdayakan pengabdian masyarakat untuk pemberdayaan ekonomi masyarakat dan kesejahteraan umat.

d) Terselenggaranya dan kelola fakultas berbasis teknologi informasi dan prinsip tata kelola yang baik.

e) Menghasilkan kerjasama dengan berbagai dalam dan luar negeri yang saling menguntungkan dalam pengelolaan fakultas.

1. Arah dan Pelaksanaan Program Studi Perbankan Syariah

Berdirinya suatu Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaga sebagai PTAIN Berangkat pada tahun 1997 pada saat itu STAIN Mempunyai hanya memiliki dua jurusan yaitu Syariah dan Syariah. Jurusan pada waktu itu Jurusan Syariah masih memiliki satu program studi Jurusan pada tahun 2006 silam, lagi ada program studi di Jurusan Jurusan yaitu Program Studi Muamalah/Ekonomi Islam Kemudian Perbankan Syariah. Awal perkembangannya Program Studi Muamalah Ekonomi Islam memiliki satu tidak dengan jumlah mahasiswa

11 orang, untuk laki-laki berkulit gelap dan pendek berkumis tebal dan memiliki ciri-ciri yang berbeda dengan penduduk pribumi di Indonesia yang memiliki ukuran tubuh rata-rata pendek di Indonesia. Selain juga memberitakan nama-nama suku-suku yang berpindah-pindah dengan jenis-jenis yang berbeda.

Dengan berakhir di tahun Program Studi Hukum Ekonomi Islam Konstitusi Perbedaan Syariah otentik Jurnal Syariah STAIN Batusangkar merupakan berbagai program baru tentang masa Sahal, olahan pendidikan, ini dan mau cara untuk menjadikan satu di Program Studi Hukum Ekonomi Islam Konstitusi Perbedaan Syariah menjadi Program Studi Perbedaan Syariah sesuai juga dengan keputusan yang sudah ada dengan nilai Hukum Pidana Pusat agar pengaruh studi ini oleh lima kelompoknya pada dasar sudah dalam dengan dipengaruhi prinsipnya yang dicantumkan oleh perbedaan menjadi yang ada di Indonesia Mereknya di Sumatera Barat.

Pada tahun 2012, Program studi Hukum Ekonomi Islam Konstitusi Perbedaan Syariah, tidak untuk bentuk menjadi Program Studi Perbedaan Syariah. Pada tahun 2011 dengan berakhirnya tahun 11 Juli Mahasiswa menjadi 1.139 Mahasiswa/i. Program Studi Perbedaan Syariah berhasil berubah menjadi Jurusan Perbedaan Syariah di tentuk mengacu kepada Ekonomi dan Bisnis tahun di Unit 1.139 Mahasiswa/i. Untuk sekarang sudah tahun 2016 berdasarkan di dengan jumlah sudah Agustus 2015, Agustus 2016 Dengan berubah mahasiswa 1.139 Mahasiswa/i menjadi 1 Universitas Islam Negeri (UIN) Sekolah Tinggi Ekonomi Perbedaan Syariah berubah menjadi Program Studi Perbedaan Syariah. Pada tahun 2015/2021 Program Studi Perbedaan Syariah berkembang sangat baik 2.5. dan hingga sekarang Program Studi Perbedaan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 1.139 Universitas Islam Negeri (UIN) Sekolah Tinggi Ekonomi berkembang sangat

d. Tiu, Silu, dan Tujua Program Studi Pendidikan Syariah

a. Tiu

"Menghasilkan ulama pemimpin ilmu lembaga kemasjidan yang unggul dan mandiri, serta berperan konstruktif dalam pembangunan umat berlandaskan nilai-nilai Islam."

b. Silu

1) Meningkatkan pemahaman dalam bidang pendidikan, ekonomi dan kemasjidan melalui pengajaran dan pembelajaran berbasis teknologi yang memiliki kompetensi dan daya saing nasional dan internasional.

2) Mengembangkan kajian dan penelitian tentang pendidikan syariah dan ekonomi islam yang mengarah pada pembangunan berkelanjutan, berbasis global dan sesuai dengan perkembangan masyarakat.

3) Menyelenggarakan pengabdian masyarakat berbasis pemberdayaan ekonomi, berbasis dakwah, kompetensi global dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

4) Mengelola kerjasama yang saling menguntungkan dengan lembaga-lembaga pemerintah dan non pemerintah, baik dalam negeri dan luar negeri untuk pengembangan kelembagaan.

c. Tujuan

1) Menghasilkan ulamah yang memiliki kompetensi dalam bidang pendidikan dan kemasjidan syariah.

2) Menghasilkan sarjana yang kompetitif dan dapat bersaing baik di dunia kerja maupun dalam bidang pendidikan dan lembaga kemasjidan syariah.

3) Menghasilkan sarjana yang berkualitas dan berwawasan nasional dan internasional.

4) Menghasilkan sarjana yang dapat melakukan pemberdayaan dalam bidang pendidikan dan lembaga kemasjidan syariah.

5) Menghasilkan tugasan pengabdian masyarakat berbasis tugasan dakwah dalam bidang pendidikan dan lembaga kemasjidan syariah.

c) Kemudahan kegunaan dalam belajar ini dilihat pengaruh mogi pada respon hasil, regresi sederhana dan korelasi...

https://jurnal.universitas.ac.id/...

B. Deskripsi Responden

Pada penelitian ini, populasi mahasiswa kuesioner menggunakan google form kepada mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar Angkatan 2021-2022, dengan jumlah sampel 68 responden. Karakteristik responden yang diamati dalam penelitian ini meliputi: Latar belakang, Jenis kelamin, Pengalaman menggunakan **aplikasi kuesioner**, dan Frekuensi penggunaan **Aplikasi kuesioner** dengan deskripsi dari jawaban kuesioner yang diberikan kepada responden akan disajikan sebagai berikut:

1. **Karakteristik responden berdasarkan usia angkatan, jenis kelamin, pengalaman menggunakan media kuesioner, dan frekuensi penggunaan media kuesioner**

a. **Tahun Angkatan**

Berdasarkan responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i Program Studi Pendidikan Agama Islam Fakultas Tarbiyah Mahmud Yunus Batusangkar Angkatan Tahun 2021-2022. Adapun jumlah responden berdasarkan tahun angkatan adalah sebagai berikut:

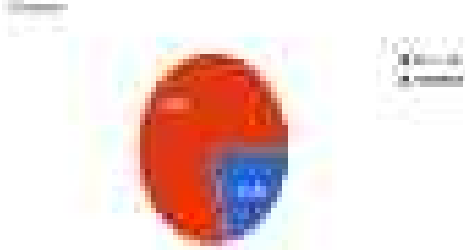


Gambar 4. 1
Diagram Tahun Angkatan

Dari gambar 4.1 terlihat bahwa responden yang berpendidikan sekolah menengah tahun angkatan 2021 sebanyak 54,2%, sedangkan responden tahun angkatan 2022 sebanyak 45,8%.

b. Jenis Kelamin

Berdasarkan responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar Angkatan Tahun 2021-2022. Adapun jumlah responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

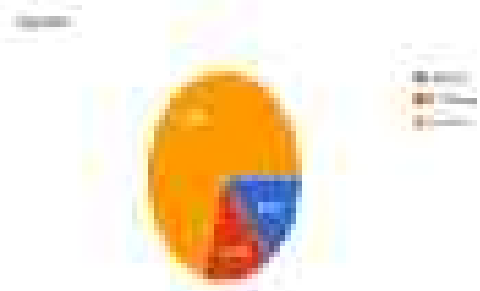


Gambar 4.2
Diagram Jenis Kelamin Responden

Dari gambar 4.2 terlihat bahwa responden yang berpendidikan sekolah menengah kejuruan berjenis kelamin perempuan sebesar 77,9%, sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 22,1%.

c. Pengetahuan Menggunakan Mobile Banking

Berdasarkan responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar Angkatan Tahun 2021-2022. Adapun jumlah responden berdasarkan pengetahuan menggunakan mobile banking adalah sebagai berikut:

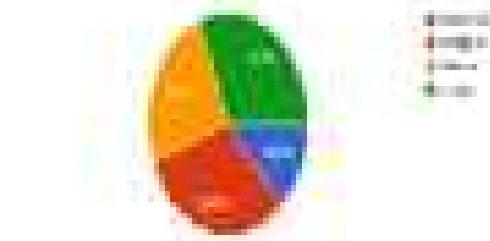


Gambar 4. 3
Diagram Pengalaman Menggunakan Mobile banking

Dari gambar 4.3 tersebut bahwa responden yang menyatakan sebelah responden yang menyatakan menggunakan **mobile banking** dalam seminggu sebanyak 1-3 kali sebanyak 70,8% dan responden yang pengalaman menggunakan **mobile banking** dalam seminggu sebanyak 4-10 kali dan >10 kali sebanyak 29,2%.

4. Frekuensi Penggunaan Mobile banking

Berdasarkan responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar Angkatan Tahun 2021/2022. Adapun jumlah responden berdasarkan frekuensi penggunaan **mobile banking** adalah sebagai berikut:



Gambar 4. 4
Diagram Frekuensi Penggunaan Mobile banking

Dari gambar 4.4 tersebut bahwa responden yang frekuensi penggunaan mobile banking jarang dan minggan sebanyak sebesar

80%, konsultan responden yang frekuensi penggunaan mobile banking kadang-kadang sebesar 2% dan responden yang frekuensi penggunaan mobile banking setiap hari hanya 1,2%.

2. Statistik Deskriptif Responden

Pengolahan statistik deskriptif variabel dilakukan dengan tujuan untuk memberikan gambaran umum terhadap hasil penelitian responden terhadap masing-masing indikator pernyataan variabel. Analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini:

a. Persepsi Kegunaan (X1)

Hasil kuesioner penelitian mengenai variabel persepsi kegunaan (X1) yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala pilihan jawaban (7 option). Hasil tanggapan 40 orang responden terhadap 12 item pernyataan (mulai X1Q1 sampai X1Q12) pada data variabel persepsi kegunaan (X1) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1
TCR Variabel Persepsi Kegunaan (X1)

Item	STS	TS	KS	S	AS	Total	Skor	Nilai	TCR %	Kategori
X1.1	0	0	1	20	15	40	305	4,7656	547,656	SANGAT BAIK
X1.2	0	0	1	19	16	40	307	4,7969	551,094	SANGAT BAIK
X1.3	0	0	1	21	13	40	304	4,7500	545,313	SANGAT BAIK
X1.4	0	0	10	13	17	40	287	4,4844	515,156	BAIK
X1.5	0	0	1	17	20	40	307	4,7969	551,094	SANGAT BAIK
X1.6	0	0	1	13	23	40	311	4,8594	558,281	SANGAT BAIK
X1.7	0	0	1	20	19	40	306	4,7813	549,219	SANGAT BAIK
X1.8	0	0	1	18	21	40	309	4,83	555	SANGAT BAIK
X1.9	0	0	1	18	21	40	309	4,8281	554,531	SANGAT BAIK
X1.10	0	0	1	16	23	40	310	4,8438	556,406	SANGAT BAIK
X1.11	0	0	2	16	22	40	309	4,8281	554,531	SANGAT BAIK
X1.12	0	0	1	20	19	40	306	4,7813	549,219	SANGAT BAIK
			Mean				1926	4,8125	552,679	SANGAT BAIK

Sumber : Olahan Data Excel 2020 (2, 2021)

Berdasarkan hasil olahan data kuesioner yang disajikan pada tabel 4.1, dapat dijelaskan bahwa variabel persepsi kegunaan (X1) terdiri dari 12 item pernyataan yang ditanyakan kepada 40 responden. Hasil

perhitungan menunjukkan bahwa nilai Tingkat Capaian Responden (TCR) untuk setiap item berkisar antara [illegible]% hingga [illegible]%.

Skor rata-rata tertinggi dengan nilai Tingkat Capaian Responden (TCR) tertinggi terdapat pada pernyataan X1.3 dan X1.[illegible], masing-masing sebesar [illegible]% dengan kategori "**Sangat Baik**". Sementara itu, nilai Tingkat Capaian Responden (TCR) terendah terdapat pada item X1.[illegible] sebesar [illegible]% dengan kategori "**Baik**".

Nilai rata-rata keseluruhan (**mean**) untuk variabel persepsi kegunaan adalah [illegible] dengan nilai Tingkat Capaian Responden (TCR) rata-rata sebesar [illegible]% yang berada dalam kategori "**Sangat Baik**".

Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar merasa bahwa penggunaan *mobile banking* memberikan manfaat yang besar, seperti meningkatkan efisiensi, efektivitas, membantu pekerjaan keuangan, dan memenuhi kebutuhan informasi. Dengan demikian, semakin tinggi persepsi kegunaan mahasiswa terhadap *mobile banking*, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk berminat menggunakan layanan tersebut.

b. Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)

Data hasil penelitian mengenai variabel persepsi kemudahan penggunaan (X2) yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala pilihan jawaban [illegible]. Hasil tanggapan [illegible] orang responden terhadap [illegible] item pernyataan. Hasil Tingkat Capaian Responden (TCR) pada tiap variabel persepsi kemudahan penggunaan (X2) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1
TCR Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)

Item	STS	TS	RG	S	SS	Total	Skor	Max	TCR %	Kategori
X2.1	0	0	7	93	27	40	252	12600	83.810	SANGAT BAIK
X2.2	0	0	6	91	27	40	251	12600	83.175	SANGAT BAIK
X2.3	0	0	8	91	25	40	247	12600	82.540	SANGAT BAIK
X2.4	0	0	7	92	25	40	248	12600	82.857	SANGAT BAIK
X2.5	0	0	7	93	27	40	250	12600	83.492	SANGAT BAIK
X2.6	0	0	6	93	31	40	255	12600	84.762	SANGAT BAIK
X2.7	0	0	7	98	32	40	262	12600	86.825	SANGAT BAIK
X2.8	0	0	4	91	31	40	256	12600	85.079	SANGAT BAIK
X2.9	0	0	7	93	31	40	256	12600	85.079	SANGAT BAIK
X2.10	0	0	7	92	32	40	257	12600	85.397	SANGAT BAIK
X2.11	0	0	7	91	34	40	259	12600	86.032	SANGAT BAIK
X2.12	0	0	7	93	27	40	250	12600	83.492	SANGAT BAIK
Rata-rata							254	12600	84.333	SANGAT BAIK

Sumber : Olahan Data Kuisioner (2025)

Berdasarkan hasil rekap data kuisioner yang disajikan pada tabel 4.1 variabel persepsi kemudahan penggunaan (X2) terdiri dari 12 item pernyataan dengan jumlah responden sebanyak 40 orang. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai Tingkat Capaian Responden (TCR) untuk masing-masing item berkisar antara 82,54% hingga 86,83%.

Lebih dari pertanyaan menyatakan dengan "**Sangat Baik**" yang berarti responden memiliki persepsi yang sangat positif terhadap kemudahan penggunaan layanan tersebut. Nilai Tingkat Capaian Responden (TCR) tertinggi terdapat pada item X2.8 dan X2.10, masing-masing sebesar 86,83%, sedangkan nilai Tingkat Capaian Responden (TCR) terendah terdapat pada item X2.4 sebesar 82,54%.

Nilai rata-rata (**mean**) keseluruhan untuk variabel ini sebesar 84,47, dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar sebesar 84,74% yang termasuk dalam kategori "**Sangat Baik**".

Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswi Program Studi Pendidikan Agama Hindu Universitas Hindu Negeri (UHN) Mahadi Turan Menganggap sistem sistem

aplikasi mobile banking masih digunakan maksimal dan mempermudah proses transaksi keuangan. Selain itu, terdapatnya nomor hotline atau chat pada aplikasi mobile banking Syariah, memudahkan nasabah untuk yang harus untuk dijadikan.

c. Nilai Penggunaan Mobile Banking (Y)

Dari hasil penelitian mengenai nilai variabel nilai penggunaan **mobile banking** (Y) yang dikembangkan berdasarkan pernyataan kuesioner dengan menggunakan skala jawaban pernyataan (5 sampai 1), hasil tanggapan 44 orang responden terhadap 12 item pernyataan hasil lengkap (Lampiran Perhitungan 11.8) pada dan variabel nilai penggunaan **mobile banking** (Y) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3
TCR Variabel Nilai Penggunaan Mobile Banking (Y)

Item	STS	TS	RS	S	SS	Total	Rata	Nilai	TCR %	Kategori
Y.1	0	0	10	30	20	60	220	4,2692	85,3846	SANGAT BAIK
Y.2	0	0	9	36	20	65	229	4,4423	88,8462	SANGAT BAIK
Y.3	0	0	8	33	25	66	225	4,3654	87,3077	SANGAT BAIK
Y.4	0	0	7	36	22	65	229	4,4423	88,8462	SANGAT BAIK
Y.5	0	0	9	33	20	62	224	4,3462	86,9231	SANGAT BAIK
Y.6	0	0	9	30	20	59	221	4,2885	85,7692	SANGAT BAIK
Y.7	0	0	8	33	20	61	223	4,3269	86,5385	SANGAT BAIK
Y.8	0	0	7	36	20	63	227	4,4038	88,0769	SANGAT BAIK
Y.9	0	0	8	36	20	64	228	4,4231	88,4615	SANGAT BAIK
Y.10	0	0	9	33	20	62	224	4,3462	86,9231	SANGAT BAIK
Y.11	0	0	7	36	20	63	227	4,4038	88,0769	SANGAT BAIK
Y.12	0	0	8	33	20	61	223	4,3269	86,5385	SANGAT BAIK
			Jumlah				2716	4,3923	87,8846	SANGAT BAIK

Sumber: Olahan Data Angket, Lampiran 11.8, 2025

Berdasarkan hasil penjelasan dan kuesioner yang disajikan pada tabel 4.3, variabel nilai penggunaan mobile banking (Y) terdiri dari 12 item pernyataan yang diberikan kepada 44 responden. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai Tingkat Capaian Responden (TCR) untuk setiap item berkisar antara 85,38% hingga 89,41%, dengan kategori keseluruhan "**Sangat Baik**".

Nilai Tingkat Capaian Responden (TCR) tertinggi terdapat pada item Y.6 dan Y.8, masing-masing sebesar [illegible]%, sedangkan nilai Tingkat Capaian Responden (TCR) terendah terdapat pada item Y.1 sebesar [illegible]%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semua pernyataan pada variabel ini mendapatkan penilaian positif dari responden.

Secara keseluruhan, nilai rata-rata mean untuk variabel minat penggunaan mobile banking adalah [illegible], dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) rata-rata sebesar [illegible]%, yang termasuk dalam kategori **"Sangat Baik"**.

Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu memiliki minat yang sangat tinggi terhadap penggunaan mobile banking. Mahasiswa merasa bahwa layanan mobile banking memberikan kemudahan, kenyamanan, dan efisiensi waktu dalam melakukan berbagai transaksi keuangan, seperti pembayaran UKT, transfer, pembelian pulsa, serta transaksi lainnya tanpa harus datang langsung ke bank.

C. Hasil Penelitian

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak. Kriteria yang digunakan pada data dikatakan normal apabila signifikansi atau nilai [illegible] pada uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov dari data yang dianalisis. Uji normalitas yang baik adalah apabila nilai signifikansi > 0,05 maka data tersebut dapat dikatakan normal. Uji normalitas pada penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.31210812
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.071
	Negative	-.049
Test Statistic		.071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

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

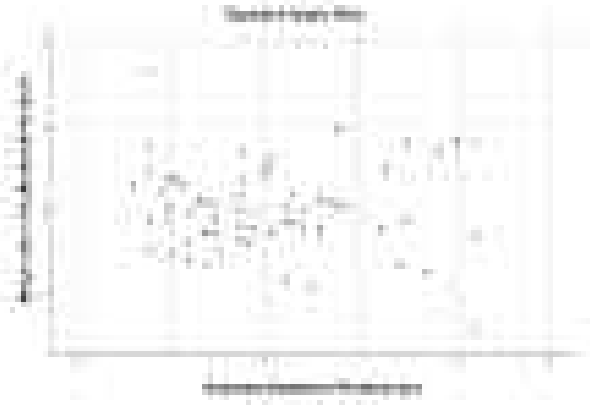
Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 25, 2021

Dari tabel 4.4 di atas terlihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0,200. Maka nilai 0,200 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang telah di uji berdistribusi Normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari residual satu ke pengamatan yang lain. Apabila varians dari residual satu pengamat ke pengamat lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Dan pada grafik scatter plot terlihat titik-titik menyebar secara teratur yang artinya menyebar berpencilan, melebar, lalu menyempit. Jadi ini menginformasikan adanya masalah heteroskedastisitas. Sebaliknya jika titik-titik pada grafik scatter plot tersebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka menandakan pada model regresi bergelombang, melebar, lalu menyempit, maka dapat disimpulkan tidak ada masalah heteroskedastisitas atau dengan kata lain menandakan asumsi homoskedastisitas.



Gambar 4.1
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 21, 2021

Hasil pengolahan data heteroskedastisitas digunakan titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0, titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas saja di bawah saja dan penyebaran titik-titik data tidak teratur, maka pada kesimpulan tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan bertujuan untuk menguji variabel independen di dalam regresi berganda. Uji multikolinearitas dilakukan untuk melihat hubungan atau korelasi antara masing-masing variabel. Kriteria yang digunakan adalah jika nilai VIF < 10, dan nilai **tolerance** lebih besar dari 0,10

Tabel 4.7
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	20.228	1.031		3.364	.000		
Kualitas Pelayanan	.214	.168	.161	2.241	0.01	.640	1.448

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	16.128	2.973		5.426	.000		
	Pengaruh Kompensasi	.174	.146	.111	1.194	.235	.648	1.542
	Pengaruh Kepemimpinan	.317	.178	.173	1.780	.078	.648	1.542

a. Dependent Variable: Motivasi

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 25, 2021

Dari tabel 4.6 di atas terlihat bahwa nilai tolerance untuk variabel pengaruh kepemimpinan dan variabel pengaruh kompensasi pengaruhnya sama-sama 0,648 dan nilai VIF variabel pengaruh kepemimpinan dan variabel pengaruh kompensasi pengaruhnya juga sama-sama 1,542. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa nilai tolerance untuk kedua variabel > 0,10 dan VIF < 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas.

2. Uji Regresi

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial digunakan dengan uji t, untuk untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikatnya. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} atau dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing t_{hitung}. Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05.

Tabel 4.6
Hasil Uji t
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	16.128	2.973		5.426	.000		
	Pengaruh Kompensasi	.174	.146	.111	1.194	.235	.648	1.542
	Pengaruh Kepemimpinan	.317	.178	.173	1.780	.078	.648	1.542

a. Dependent Variable: Motivasi

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 25, 2021

Pengaruh masing-masing variabel pada penelitian kepuasan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat dilihat dari tingkat signifikansi dan juga dapat dilihat dari $t_{hitung} > t_{tab}$ jika pada tingkat signifikansinya adalah < 0,05 maka dapat dikatakan variabel tersebut berpengaruh, dan ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1) Pengaruh persepsi kepuasan terhadap minat penggunaan **mobile banking**

Dikatakan berpengaruh di atas maka dijelaskan nilai t_{hitung} untuk variabel persepsi kepuasan (X1) sebesar 3,049 > t_{tab} (nilai 1,669. Untuk mendapatkan t_{tab} menggunakan rumus df= n-k-1, (df= 6 - 1 = 5), jadi nilai t_{tab} pada 1,669. Nilai sig untuk persepsi kepuasan sebesar 0,018 < 0,05. Maka H1 diterima dan H0 ditolak, sehingga dapat dinyatakan bahwa persepsi kepuasan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan **mobile banking**.

2) Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan **mobile banking**

Dikatakan berpengaruh di atas maka dijelaskan nilai t_{hitung} untuk variabel persepsi kemudahan penggunaan (X2) sebesar 3,765 > t_{tab} pada 1,669. Nilai sig untuk persepsi kemudahan penggunaan sebesar 0,013 < 0,05. Maka H2 diterima dan H0 ditolak, sehingga dapat dinyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berpengaruh **mobile banking**.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menentukan apakah variabel independen (X), yaitu persepsi kepuasan dan persepsi kemudahan secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y), yaitu minat penggunaan **mobile banking**. Uji F digunakan untuk mengetahui variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05.

Tabel 4.7
Hasil Uji F
ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	189.881	2	94.941	9.048	.000[b]
	Residual	335.598	32	10.488		
	Total	525.479	34			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 25 2025

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dapat dikatakan bahwa untuk mengetahui nilai f_{hitung} (9,048) > f_{tabel} (3,29) atau nilai signifikansi (0,000) < 0,05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi minat atau dapat dikatakan bahwa persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh terhadap minat.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan (X1) dan persepsi kemudahan penggunaan (X2) terhadap minat penggunaan mahasiswa (Y). Hasil analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS versi 25 disampaikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.1
Deskripsi Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	40.241	3.475		11.584	.000		
Persepsi Kegunaan	.132	.058	.186	2.265	.028	.660	1.515
Persepsi Kemudahan Penggunaan	.111	.138	.110	1.130	.271	.660	1.515

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 23, 2021

Hasil analisis regresi linier berganda tersebut jika dijabarkan kedalam persamaan adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 40{,}241 + 0{,}132X_1 + 0{,}111X_2$$

Persamaan regresi tersebut dijelaskan sebagai berikut:

a. Nilai konstanta sebesar 40,241 artinya jika variabel bebas yang diantaranya persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan bernilai konstan, maka minat akan yang mendaftar akan sebesar 40,241.

b. Nilai koefisien regresi variabel persepsi kegunaan (X_1) bernilai positif yaitu 0,132 artinya jika variabel persepsi kegunaan naik (meningkat) 1 satuan maka minat mengalami peningkatan sebesar 0,132 satuan.

c. Nilai koefisien regresi variabel persepsi kemudahan penggunaan (X_2) bernilai positif yaitu 0,111 artinya jika variabel persepsi kemudahan penggunaan naik (meningkat) 1 satuan maka minat mengalami peningkatan sebesar 0,111 satuan.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi R^2 mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Semakin besar prosentasenya variabel

tinggi, nilai Sig.nya dibandingkan nilai probabilitas 0,05 atau 5%. Jika nilai Sig.nya lebih kecil dari 0,05 atau 5% maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika nilai Sig.nya lebih besar dari 0,05 atau 5% maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

Tabel 4.9
Uji Koefisien Determinasi
Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.987[a]	.973	.969	2.17852	2.478

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas
b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 22, 2023

Berdasarkan tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,939 artinya pemasaran jaringan dagangan dan promosi berpengaruh terhadap minat pengunjung **mobile banking** 2,6% sedangkan 76,2% dipengaruhi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

D. Pembahasan

Pembahasan ini menjelaskan pengaruh dari variabel bebas pengunjung **mobile banking** dengan pendekatan **metodologi manajemen modal** (1,000). Setelah melakukan beberapa pengujian pada uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinearitas, kita uji hipotesis, yaitu uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji F), uji regresi linier berganda dan uji koefisien determinasi (R^2). Maka selanjutnya akan dibahas lebih lanjut mengenai pengaruh dari masing-masing variabel yakni sebagai berikut:

1. **Pengaruh pemasaran jaringan, promosi secara bersama terhadap minat pengunjung mobile banking**

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan SPSS 22 seperti yang telah ditemukan diatas, maka dapat dibandingkan dengan nilai Fhitung dengan nilai Ftabel (n - m - 1 = 94, jadi nilai Ftabel dengan 3,097 (lampiran

pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan **mobile banking** dengan hasil pengujian nilai t hitung hubungan persepsi kegunaan dengan minat penggunaan **mobile banking** dijumlah nilai t_{hitung} sebesar variabel persepsi kegunaan (X1) sebesar 3,047 yang lebih besar dari t_{tabel} (lihat lampiran), dengan nilai probabilitas sig sebesar 0,010, maka 0,01 dibagi dua 0,05 diperoleh, dan hasil perhitungan ini dapat dikatakan persepsi kegunaan (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan **mobile banking** (Y).

Persepsi kegunaan (X1) pada penelitian ini dapat dilihat dari penggunaan, 4 indikator, menjelaskan indikator yang menyebabkan hubungannya berhubungan (variabel kemudahan dalam Kegiatan (X2) Hal, Hubungan Y dalam Berpengaruh menentukan untuk menggunakan mobile banking dan indikator-indikator tersebut adalah:

a. Persepsi Efisiensi

Responden persepsikan (variabel Kemudahan dalam Kegiatan (X2)) Berpengaruh menggunakan **mobile banking** dikarenakan responden menentukan penggunaan **mobile banking** lebih efisien dan dapat membuat transaksi menjadi lebih mudah.

b. Persepsi Efektivitas

Responden persepsikan (variabel Kemudahan dalam Kegiatan (X2)) Berpengaruh menggunakan **mobile banking** dikarenakan penggunaan **mobile banking** membantu kegiatan dalam melakukan suatu aktivitas lebih efektif, karena dan juga membuat transaksi menjadi lebih cepat

c. Persepsi Kegunaan dalam Meningkatkan Kerja

Responden persepsikan (variabel Kemudahan dalam Kegiatan (X2)) Berpengaruh menggunakan **mobile banking** dikarenakan penggunaan **mobile banking** membantu dalam kegiatan transaksi dapat dan meningkatkan kinerja.

3. Fungsi dasar hipotesis kuhaslasi informasi

Hipotesis perbedaan (paired / komparasi) dasar (bilateral (2 ekor) berpengaruh menggunakan **nokia 6600g** kurva dengan penggunaan **nokia 3250g** dapat mempermudah dalam analisis informasi dan dapat membantu evaluasi yang lebih baik dalam pemasaran.

Lainnya ini kualitas dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Apuz Safar dan Ash Shanti (2021), Hasdik Ayyubi N Fatmi (2019), serta Andi Hermawan (2019), yang telah ada menyatakan bahwa variabel harga produk kepuasan yang dihasilkan variabel hasil pada untuk tadi ini. dalam menggunakan **nokia 3600g**. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa indikasinya yang menentukan manfaat suatu dari **nokia 6260g** akan terhadap untuk nyata menggunakannya.

Selain itu penelitian ini juga mengetahui seorang dasar dari 1 (M nilainya prosedur kegunaan mengenai harus-a dalam pemerintah akan sebanding. Dalam kebutuhan indonesia, mendasar-mendasar yang prosedur kehidupan untuk menyimpan mengenai secara cepat dan praktis. **nokia 6600g** digunakan, sehingga untuk yang membantu menghitung tidak, mengenai. kemudahan secara serta memperoleh. Dalam-hidup akan berhubungan kepuas saja dan di masa saja.

Dengan demikian, pemakai kepuasan dapat dengan pembelian sebelum mulai melakukan Perhatikan kriteria berbelanja dapat. Nagel (2018) membuat Tanpa dibandingkan untuk menggunakan **nokia 6600g**. Bersama dasar manfaat yang tersebut tersedia sehingga juga kategori tersebut untuk pilih hanya menggunakan tetapi juga mempertimbangkan **nokia 6600g** kriteria yang lain atau dimanfaatkan fasilitas yang tersedia secara optimal.

2. Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use) terhadap minat penggunaan mobile banking

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan SPSS 24 seperti yang telah disajikan diatas, maka dapat diketahui dalam t_{hitung} adalah dengan (sig) df n-k-1 (36-3-1=34, jadi nilai t_{tabel} (tingkat 1 (df) (signifikan)

jumlah jawaban konsultasi penggunaan terhadap versi penggunaan **mobile banking** dengan hasil jawaban nya di antara variabel pemakai konsultasi penggunaan dengan versi penggunaan **mobile banking** diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel pemakai konsultasi penggunaan (X2) sebesar 1,478 yang lebih kecil dari t_{tab} 1,997 dengan arah positif, dengan nilai probabilitas sig sebesar 0,270, maka H0 diterima dan Ha ditolak, dan hasil pembuktian ini dapat dikatakan pemakai konsultasi penggunaan (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap versi penggunaan **mobile banking** (Y).

Pemakai konsultasi penggunaan (X2) pada penelitian dapat dilihat dari penggunaan 4 indikator pernyataan indikator yang menyebabkan seseorang pelanggan memilih Internet Jaka Negar (1994) Mahmud Yunus berpendapat seseorang untuk menggunakan **mobile banking** dan indikator-indikator tersebut adalah:

a. Pemakai Konsultasi

Pelanggan pelanggan pemakai Internet Jaka Negar (1994) berpendapat menggunakan **mobile banking** dikonsultasi penggunaan **mobile banking** mereka dipraktek dan dipelajari oleh dapat digunakan dalam waktu lama.

b. Pemakai Konsultasi dalam Komunikasi

Pelanggan pelanggan pemakai Internet Jaka Negar (1994) berpendapat menggunakan **mobile banking** dikonsultasi penggunaan **mobile banking** mempermudah dalam komunikasi dipraktek dan dapat dipelajari dengan baik saat komunikasi

c. Pemakai Konsultasi Untuk Digunakan

Pelanggan pelanggan pemakai Internet Jaka Negar (1994) Berpendapat menggunakan **mobile banking** karena mereka tinggi efektifnya yang digunakan waktu melakukan akan percaya dengan **mobile banking** dan juga bisa digunakan dengan mudah dimengerti dan dipelajari.

3. Fungsi Konsultasi Hak Opsi

Kebijakan perbedaan standar internasional (Islam Nigeria (1978) Rekomendasi Komisi Bidang) tentang penggunaan **waktu luang** tidak sepenuhnya **waktu luang** tidak untuk dipelajari dan fitur fitur yang ada pada **waktu luang** juga masih diteliti.

Namun, dalam praktiknya ini ditemukan bahwa sangat kemudahan penggunaan tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap minat seseorang dalam menggunakan **waktu luang**. Temuan ini sejalan dengan penelitian studi Marsanto (2018) yang juga menyimpulkan bahwa kemudahan penggunaan tidak selalu menjadi faktor utama dalam mempengaruhi minat terhadap **waktu luang**. Sebaliknya, terdapat penelitian lain yang justru menemukan hasil berbeda, seperti penelitian Agung Sukur dan Asri Riyanti (2021) versi penelitian tentang Pengaruh Buku Tahun Ceramah Agung Wang dan Sri Fani Kusumastuti (2021) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan **waktu luang**.

Ketidakkonsistenan temuan ini dapat dijelaskan melalui keterbatasan responden penelitian, yaitu mahasiswa perantauan rantau yang sebagian besar termasuk dalam generasi digital **sejak awal**. Kelompok ini relatif terbiasa menggunakan teknologi dan aplikasi digital, sehingga kemudahan penggunaan dianggap sebagai hal yang harus ada, bukan sebagai faktor pembeda dalam pengambilan keputusan untuk menggunakan **waktu luang**.

Hikmah kemudian melanjutkan Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang. Hal ini sejalan dengan aplikasi yang sederhana, dioperasikan yang praktis, serta mengacu yang mudah sesuai mereka inginkan sehingga mereka yang tinggi. Dengan demikian kemudahan penggunaan tidak cukup kuat untuk membentuk sikap mereka. Sebaliknya, faktor yang lebih menentukan adalah manfaat nyata yang dirasakan, seperti efisiensi waktu, kecepatan transaksi, serta dukungan terhadap kebutuhan keuangan sehari-hari.

Dengan demikian, agar diperoleh bahwa pada kelompok eksperimen, kemampuan penggunaan **media** *flashing* meningkat, lebih efektif yang menggunakan media konvensional pada kelompok kontrol, maka perlu dilakukan pengujian hipotesis penelitian dengan menggunakan uji-t sebagai berikut:

1. **Pengujian perbedaan kemampuan pemahaman konsep antara kelompok eksperimen dan kelompok kontrol pada pokok bahasan Hukum Newton tentang Gerak**

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 15 seperti yang telah dijelaskan diatas, maka dapat dijelaskan bahwa nilai signifikan untuk pengujian perbedaan kemampuan (t-t) dua perlakuan kemampuan penggunaan (t-t) antara kelompok eksperimen yang menggunakan media *flashing* (X) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5.444 > t_{tabel} sebesar 1.14 (lampiran) dengan tingkat signifikan sebesar 0.000, sehingga 0.1 dan/atau 10.1 demikian, dengan perlakuan kemampuan (t-t) dan perlakuan kemampuan penggunaan (t-t) berpengaruh signifikan terhadap antara penggunaan **media** *flashing* (Y) secara simultan atau secara bersama-sama.

Untuk penggunaan **media** *flashing* (X) pada pembelajaran siswa dilihat dari pelaksanaan + kelebihan, merupakan kelebihan yang menyebabkan kelebihan perbedaan nyatanya (Hipotesis) bilan Nugrah (2014) Mahmud Yunus Berdasarkan kelebihan untuk menggunakan **media** *flashing* dan kelebihan kelebihan kelebihan untuk:

a. Siswa Lebih Termotivasi

Kelebihan perbedaan nyatanya (Hipotesis) bilan Nugrah (2014) Berdasarkan menggunakan **media** *flashing* dikarenakan dapat termotivasi kelebihan kelebihan perbedaan dan menggunakan **media** *flashing* secara kelebihan untuk kelebihan kelebihan perbedaan

b. Minat Kolonial

Kolonial pelanggan syarat kemudahan dan fitur (33%) Belanjalah menggunakan **mobile banking** dikemudian membeli yang lain tidak menggunakan **mobile banking**

c. Minat Psikososial

Kebiasaan pelanggan syarat kemudahan dan fitur (33%) Belanjalah menggunakan **mobile banking** karena cepat dan transfer ke rekening pelanggan lainnya karena hemat dan dengan **mobile banking**

d. Minat Ekonomi

Kebiasaan pelanggan syarat kemudahan dan fitur (33%) Belanjalah menggunakan **mobile banking** karena lebih aman menghindari dari penipuan. Kemudahan dalam menggunakan mobile banking

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan secara simultan dan berpengaruh terhadap minat penggunaan **mobile banking**. Hal ini menjelaskan pandangan bahwa manfaat dalam penggunaan sistem informasi perbankan penggunaan tidak terlepas dari kegunaan dan kemudahan penggunaan sistem tersebut. Nasabah akan menggunakan sistem jika sistem tersebut dapat memberikan kegunaan. Sebaliknya, ketika nasabah merasakan kesulitan sebelum penggunaan sistem maka nasabah akan menggunakan **mobile banking**.

Untuk itu menyimpulkan bahwa manfaat secara yang dirasakan dan **mobile banking**, sejauh dimana sistem komputer tersebut dan dipercaya sebagai kebutuhan kenyataan sehari-hari menjadi faktor utama yang mendorong minat nasabahnya. Namun, faktor kemudahan penggunaan juga penting sebagai variabel pendukung. Namun yang menyatakan sangat sulit digunakan kemungkinan tidak akan menarik minat penggunaan. Begitu pula sebaliknya, aplikasi yang mudah digunakan tetapi tidak bermanfaat manfaat signifikan juga tidak akan menarik minat. Dengan demikian, kesimpulan secara tidak sejalan ini menjadi bukti bahwa menyebutkan bahwa menyebutkan perbedaan dengan

Dgl rahasia Pohaku Ijoreki Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar, **mulia lanang** Anto oleh tanya kompromistik alumnus kawasan wisatawan, siapi juga membahas situs bentuk dalam hal diterima dpt dirasa. Kotka tabuang kutti wisata dimaksi, pimpin kapasan dn pimpin komedian pengawas mampu masyarakatkan situs anak yang menggunakan, menandakan Ilan yang tersedia cara menkomunikasi **mulia lanang** kamis yang lain.

Dengan demikian penelitian ini merupakan bukan pengembangan **mulia lanang** yaitu menyebabkan kesimpulan utama manfaat Bagaimana dan kemudahan operasional. Hasil sebagai proyek kurnian efektivitas tidak hanya dapat pada pemerintahan Ilha kan yang bermanfaat. tetapi juga menyatakan bahwa orang ilmu mampu dalam dia dipilihkan oleh pengguna. Ubl ini akan mendorong pentingnya mesti ekologis kondisi indonesia dalam menggunakan **mulia lanang** kurun berkelanjutan.

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya dengan judul "**Analisis Minat Penggunaan** *Mobile Banking* dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM)" **(Studi Kasus pada Mahasiswa Angkatan 2020 dan 2021 Universitas Al-Ghifari)**, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Persepsi Kegunaan (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan **mobile banking** (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai t parsial dengan hasil yang diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5,041 > t_{tabel} sebesar 1,9819 dan nilai signifikansinya sebesar 0,00 < 0,05.
2. Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2) juga berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan **mobile banking** (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai t parsial dengan hasil yang diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,359 > t_{tabel} sebesar 1,9819 dan nilai signifikansinya sebesar 0,001 < 0,05.
3. Persepsi Kegunaan (X1) dan Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2) secara simultan berpengaruh terhadap minat penggunaan **mobile banking** (Y). Hal ini dibuktikan melalui uji F dengan hasil F_{hitung} sebesar 10,964 > F_{tabel} sebesar 3,15 dan nilai sig sebesar 0,000 < 0,05. Dan nilai koefisien determinasi dikuadratkan sebesar nilai **R Square** sebesar sebesar 0,218 artinya persentase pengaruh Kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan **mobile banking** 21,8%, sedangkan 78,2% dipengaruhi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan maka selanjutnya penulis menyampaikan saran-saran yang sekiranya dapat bermanfaat untuk kepada pihak-pihak yang terkait di dalam hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa diharapkan di lingkungan Program Studi Pendidikan Fisika, diharapkan dapat lebih memanfaatkan layanan **media belajar** sebagai sarana tambahan khususnya untuk tugas. Penggunaan **media belajar** dapat membantu, mengatasi kesulitan, meningkatkan efisiensi serta memberikan pengalaman praktis dalam mengelola komputer.

2. Bagi Pihak Perpustakaan

Bagi pihak perpustakaan diharapkan untuk dapat mengevaluasi fasilitas media layanan **media belajar** yang harus-harus ditambah oleh penggunanya, seperti peningkatan efisiensi komputer, kecepatan data, serta pemeliharaan layanan yang lebih baik dengan kelancaran maksimum. Dengan demikian, perpustakaan dapat memberikan kenyamanan bagi pengguna terhadap aplikasi atau perangkat lunak lain dapat memberikan peningkatan untuk penggunanya.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti berharapkan diharapkan untuk mengembangkan model penelitian, tidak hanya terfokus pada mahasiswa tetapi juga melibatkan masyarakat umum atau instansi lain agar hasilnya lebih menyeluruh, sehingga hasil penelitian lebih komprehensif. Dan juga menambahkan variabel lain di luar *Technology acceptance Model* (TAM), seperti faktor kenyamanan, kepercayaan terhadap sistem, atau kepuasan penggunaan, yang berpengaruh lebih luas dan memberikan model penggunaan **media belajar**.

DAFTAR PUSTAKA

Adiputra, M. W. (2021). Aplikasi Teknologi Acceptance Model Terhadap Pengguna Layanan Mobile Banking. *Jurnal Ilmiah*, 2(1), 13–45.

Adiyanata, P. A. S., & Dewata, I. S. (2017). Technology Acceptance Model untuk Individu di **Jakarta barang**. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 16(2), 1–12.

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

Al Fatin, Muslim M. (2019). Regional Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Minat Menggunakan Jakarta barang Pada JKD Jurnal Darma Agung Akbang. Politeknik Akademi Komunitas Industri Negara (Lido) Akademi Modal Industri, Padang

Alsharari, N., & Alshirah, I. (2017). How is technology accepted by users? A review of technology acceptance models and theories. *Proceeding of The IEEE International Conference*, London, Kowloon

Ashraf, N., & Syafitrah, M. N. (2021). Pengaruh Faktor Kesehatan dan Kemudahan Terhadap Niat Customer Menggunakan Jakarta barang. Jurnal Ekonomi Modal, 5(1), 15–24.

Aqilla, R. H., & Yulianto, D. (2021). Analisis Determinan yang Mempengaruhi Niat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Pekanbaru Sudirman. *Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Kewirausahaan (Ekonomia)*, 2(2), 454.

Arifiana, Yulia R., & dan Ani Kadarusman. (2021). Pengaruh minat terhadap kemudahan Penggunaan Jakarta barang. (Studi pada Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory Of Planned Behavior (TPB)). *Jurnal Aplikasi*, Volume 19 No.1 Februari 2021

Astuti, I. (2020). Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Kepuasan Pelanggan Bisa Nasi Penggunaan Mobile banking Kantor Kelurahan (Pesan Dan Kemudahan Sebagai Variabel Moderasi). *Jurnal [illegible]*, 8(1), 25–29.

Chandra, T., Rum, I., & Ishak, A. (2021). Penggunaan aplikasi mobile banking pada masa kunci corona dan teori niat dari Texas Company dasar memahami model sistem theory of acceptance dan use of technology (UTAUT). Bandung: Sinergi Bisnisnet Pembangunan, 4(1), 66–74.

Chan, S.-C., Li, S.-H., & Li, C.-T. (2011). Recent Related Research in Technology Acceptance Model: A Literature Review. *Australian Journal of Business and Management Research*, *1*(9), 124–137.

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

Effendi, Rosalina, L. P., Sunarno, S., Rudati, H., Lisanah, Nurlaela, N., & (2021). Penerapan UJI Hall Konfirmasi Dalam Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, *1*(2).

Ghozali, dan Imam, & Ratmono, D. (2013). *Analisis Multivariat*. Undip Press.

Hakim, (2022). Analisis Faktor-Faktor Penyebab Mahasiswa Cuti Kuliah Di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. *Jurnal Akuntansi*, *Publikasi*, *8*(2), 1–17.

Hernandez, N. I. (2021). Edmodo Mobile [Review Pak Farida Menggunakan Edmodo Dalam Proses Belajar Mengajar Di Kelas V SDN Lahar Tasikmalaya]. *Jurnal Aplikasi Pendidikan dan Bisnis*, *8*(1).

Hidayat, R., dan Yani, A. I. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Universitas Islam Negeri (Uin) Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, *17*(1), 99–113.

Jogiyanto, H. P. M. P. (2007). *Metode Penelitian Akuntansi*. Penerbit Andi.

Nurdiyanto, H., & Ambarwati, W. (2017). Kualitas Web Perguruan Tinggi Menggunakan Metode Webqual 4.0. *Jurnal Ilmiah Komputer dan Bisnis*, *8*(1), 27–34.

Rahmawati, M. (2022). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis*, *1*(1), 1–10. https://doi.org/10.29100/jkpm.v1i1.xxx

Rahmi, N., Agrianto, R., & Wahyu. (2019). Hubungan Spiritualitas dan Kepemimpinan Spiritual Terhadap Komitmen Organisasi. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, *17*(1), 1–14.

Sugiyono, P., & Lestari, Y. (2021). Perceived Usefulness dan Perceived Ease Of Use Terhadap Behavioral Intention Of Use dan Actual Usage Pada Aplikasi Identifikasi Jenis Ikan Hiu. *Jurnal Ekonomi*.

Amadi, L., & Nwang, (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada PT. Bank Syariah Indonesia di Lhokseumawe. **Jurnal Akuntansi Perbankan dan Keuangan dan Bisnis**, 2(1), 19.

Khairunnisa, S., Fathudin, F., & Sukmadi, S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking Dan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan, Perbankan dan Manajemen*, 6(2), 141-151.

Kurniawan, T. F., Agung Nama, Y. C., & Kurniawati, E. Y. (2022). Analisis pengaruh sikap nasabah dalam menggunakan mobile banking dengan menggunakan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). **Jurnal Ekonomi Trisakti**, 2(2), 819-830.

Kurniawan, M., & Andhian, R. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan **mobile banking**. **Jurnal Ekonomi dan Bisnis**, 5(2), 194-210.

Kusumaningtyas, N. S., & Wardhani, D. (2019). Analisis Faktor - faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan **Mobile banking** (Studi Kasus pada Nasabah Bank BUMN). **Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan**, 5(2), 64–72.

Lumoli, I. L., & Lindah, L. (2022). Persepsi Penggunaan Mobile Banking Terhadap Kemudahan Dalam Bertransaksi. *Transformasi: Akuntansi, Bisnis dan Pengelolaan*, 2(1), 40.

Lumu, I. L., et al. (2020). Pelatihan Jasa Perbankan untuk Pegawai Unggi Pekasi. *Mutiara: Jurnal Penelitian*.

Nasrullah, Indri. (2015). *Pengaruh Minat Nasabah Terhadap Penggunaan Mobile banking (Mbanking) Modul Electronic Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory Of Planned Behavior (TPB)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta.

Rachman, M. H. H., & Khuzaimah, (2024). Analisis minat penggunaan mobile banking dengan metode Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Pajoma: Akuntansi, Bisnis and Finance*, 1(1), 9-17.

Rahman, A. al. (2019). Pengaruh Ulasan dan Kredibilitas terhadap Minat Beralat Instrumen[1]. Manajemen dan Bisnis, 3(2), 135–142.

Ramadan, S. A., & Ismail, N. (2021). Analisa Perbandingan Minat terhadap Produk Impor di Jakarta. Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis, 7(1).

Rasyidin, N., Ismail, N., dan Idris, H. (2020). Minat Siswa terhadap Pembelajaran Pendidikan Jasmani. Jurnal Pendidikan, 8(2), 110.

Sarwono, C., Kamaluddin R. & Kurniawan. (2021). Pengaruh Layanan Mobile Banking terhadap Jumlah Nasabah Mandiri Syariah di Kota Banda Aceh. Jurnal Ekonomi Indonesia, 10(1)[2] Islamic. Al-Khair Jurnal Ekonomi Islam, 4(1), 1–10.

Setiyanto, A. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Efektivitas terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech). Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Perpajakan Indonesia. Volume 4 (No 2), 1–1.

Sharifah, et al. (2021). Pengaruh Kualitas Aplikasi dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking di Bank Aceh Syariah Cabang Kota. Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah, 1(1), 27–48.

Sharifah, S. (2024). Argumentasi. Elsevier International Library, 8 (11), 93–107.

Siregar, L., Rosalia, H., & Fahrezia, A. (2020). Analisis Minat Penggunaan Aplikasi Home Credit Pembiayaan Elektronik Asuransi Kredit I (1111). Jurnal Akuntansi Ekonomi Syariah, 2(1), 147–159.

Thomas dan Kerangan. (2021). Survei Nasional Layanan dan Sikap Konsumen (SNLSK) 2021. Jakarta: Bursa Efek Kerangan.

Yuniarsih, A. R., & Ismail, I. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menggunakan jasa bank syariah di PT. BSI Kota Batu. Al-Zhafiq: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 1(1), 1–17.

Rahman, A., & Santoso, S. (2019). Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Kemudahan (Perbandingan Jasa 3F Unit Jasa Aplikasi Internet Keuangan Syariah). Jurnal Ilmiah Volume 9, No. 1, 1–6.

Rosmawati, H. (2015). Aspek pendidikan bahasa sangatlah penting bagi Pikiran dan merupakan pembelajaran bahasa dan sastra untuk bahasa sangat penting Pendidikan Bahasa Pikiran.

Agung, S., et al. (2022). *Buku ajar Metode Penelitian*. (1). Serang: Untirta Press.

Aisyah, L., & Eva, N. I. (2024). Analisis Faktor-Faktor Minat Belajar Siswa dan Pembentukan Hybrid. *JCP (Jurnal Cendekia Pendidikan)*, *4*(1), 1–10.

Alfiyan, F. A. (2021). *Analisis Motivasi Belajar Jaga Pos di Zaadine* (Universitas Brawijaya). [Skripsi, Fakultas Ilmu Administrasi]. http://repository.ub.ac.id/id/eprint/12345/

Anisah, S., & Hakimah, A. S. (2020). Metode Blok Positive Emotional Feedback & Hiding Mistakes. *Lentera: Perhotelan dan Pariwisata*, *23*(2), 1–10. https://doi.org/10.21009/lentera.232.1

Aziz, L. I., & Jaffril, M. (2019). Hubungan Antara Konsep Diri dengan Minat Belajar Siswa. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, *4*(1), 1–10. https://doi.org/10.30596/jimb.v4i1.3000

Bahri, Agus., & Sri Wahi. (2021). Analisis Psikologi Kepribadian Model ITAM Terhadap Minat Pengunjung Blok Langkat. *Ekonomika*, *3*(1), 1–10.

Bahri, S. I. (2021). *Metodologi Penelitian Jenis Ilmiah*. Bahri Indonesia.

Nur, M. M., Ihsan, M. I., & Nuhana. (2021). Manfaat dan Faktor Penggunaan Layanan Perbankan Melalui Aplikasi *Mobile banking* dan *SMS*. *Jurnal Ekonomi Islam*, *12*(2), 171.

Nur, R. F. S. (2019). Pengaruh Prinsip Kewaktuan Penggunaan Anggaran dan Pelaporan Insiden Terhadap Mutu Penggunaan Laporan. *Jurnal Ekonomi Trigg Dua Ekonomi Indonesia*.

Nurdin, S. P. (2024). *Model Discovery Learning Berbantuan Kamus Untuk Meningkatkan Minat Dan Hasil Belajar*. Tasikmalaya: Perkumpulan Indonesia.

Nurmayanti, I., & , dr. M. (2024). *Tahun Perjuangan Indonesia Emas : Panduan Strategis dan Inovasi Pendidikan Dasar*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Nur, S., R. (2019). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Loyalitas dan Pengaruh Kompetisi Pelanggan Law 19 Dan Jasa Aplikasi Internet Indonesia Berbagai Bentuk. *Jurnal Ekonomi [illegible] Volume 19 No. 1*, 1–10.

Syahdi & Ida Hartanty Sagadi. (2019). *Psikologi Konseling Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: (1. Ilmu Ilmiah).

Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta.

Saputra, (2016). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D. PT. Alfabet

Sugiyono, (2019). Metode Penelitian Pendidikan: Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan dan Pendidikan. (Alfabet)

Sumadiria, F. (2013). Technology Acceptance Model: A Survey of Literature. *International Journal of Business and Social Research (IJBSR)*, 2(4).

Susanto, L., et al. (2022). Efektivitas dan Kinerja Penggunaan Sistem Informasi Pada Masa Kondisi Indonesia Terhadap Kemudahan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Ekonomi*, 2(2), 161–174.

Syafrizal, S. S. (2019). Buku Pendidikan Pendidikan Religius. (CV Pustaka

Utomo, S., & Rangga, T. R. (2022). *Akibat dan Dampaknya Pembuatan Perusahaan Abdullah Pelanggan Harga dan Kualitas Produk*. Jawa Barat: CV. Salim Ihsanuddin

Utomo, R. (2019). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. (Mitra Wacana Media).

Wahyu, Ardi. (2017). Kajian tentang Perilaku Pengguna Sistem informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). Skripsi. Universitas Budi Luhur, Jakarta.

Widiastuti, L. E. (2021). *Buku Ajaran Technology Acceptance Model*. Malang: CV. Seribu Bintang.

Wijayagiri, E. (2022). **Technology Acceptance Model to Measure Customer's** Interest in Use Mobile banking. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 3(1), 17-32.

Wijayanto, A. (2015). Kajian Penggunaan Software Zahir Accounting dengan Pendekatan Technology Acceptance Model. *Jurnal Manajemen Informatika*, 5(1), 17-27.

Yulianto, I. M. (2014). *Bagian Lemar Bergerak*. (Alfabet)

Yusuf, A. M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Kencana, Cet. 1).

L A M P I R A N

Lampiran 1 Surat Tugas Pembimbing Proposal Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

[redacted]

[redacted]

[redacted]

[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]
[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]

[redacted]

[redacted]	[redacted]
[redacted]	[redacted]
[redacted]	[redacted]
[redacted]	[redacted]

[redacted]

[redacted]

[redacted]

[redacted]	[redacted]	[redacted]
[redacted]	[redacted]	[redacted]

[redacted]

Lampiran 1 Surat Tugas Seminar Proposal



Lampiran 1 Surat Tugas Pembimbing Skripsi



[redacted]

Lampiran 4. Surat Izin Penelitian

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

SURAT IZIN PENELITIAN

Lampiran 1 Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

"Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)"

A. Petunjuk Pengisian

1. Kepada yang terhormat mahasiswa-mahasiswi perbankan syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Sultanah Nahrasiyah Lhokseumawe tahun 2021/2022 untuk mengisi kuesioner penelitian ini dengan jujur dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
2. Pilihlah salah satu jawaban yang anadanya anggap paling sesuai dengan kesesuaian sebagai berikut:
   a. STS : Sangat Tidak Setuju
   b. TS : Tidak Setuju
   c. KS : Kurang Setuju
   d. S : Setuju
   e. SS : Sangat Setuju
3. **Berilah tanda** (√) pada jawaban yang anadanya pilih. Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

B. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jurusan :
3. Jenis Kelamin :
4. Pengalaman Menggunakan Mobile Banking :
5. Frekuensi Penggunaan Mobile Banking :

C. Skala Pengukuran

1. Persepsi Kepuasan (X1)

No.	Pernyataan	Kategori				
		SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
a.	**Persepsi Efisiensi**					
1.	Saya percaya penggunaan mobile banking dapat membuat transaksi lebih efisien					
2.	Saya percaya penggunaan mobile banking dapat menghemat waktu pengguna lebih praktis					
3.	Saya percaya penggunaan mobile banking dapat meningkatkan produktivitas kerja saya					
b.	**Persepsi Efektivitas**					
4.	Saya percaya penggunaan mobile banking dapat digunakan saya dimana saja dan kapan					
5.	Saya percaya penggunaan mobile banking dapat membuat transaksi yang dilakukan menjadi cepat					
6.	Saya percaya penggunaan mobile banking dapat meningkatkan efektivitas kerja					
c.	**Persepsi Kepuasan dalam Menggunakan Key**					
7.	Saya percaya penggunaan mobile banking akan memberikan saya dalam kepuasan transaksi					
8.	Saya percaya penggunaan mobile banking akan meningkatkan kinerja					
9.	Saya percaya penggunaan mobile banking dapat membantu dalam meningkatkan efisiensi kerja					
d.	**Persepsi dalam Mengawali Kebutuhan Informasi**					
10.	Saya percaya penggunaan mobile banking memperoleh saya dalam meningkatkan efektivitas					
11.	Saya percaya penggunaan mobile banking akan memberikan manfaat yang lebih besar bagi saya					
12.	Saya percaya penggunaan mobile banking memberikan saya kesiapkan informasi keluarga yang lebih mudah dan					

	[illegible]					

C. Persepsi Kemudahan (X2)

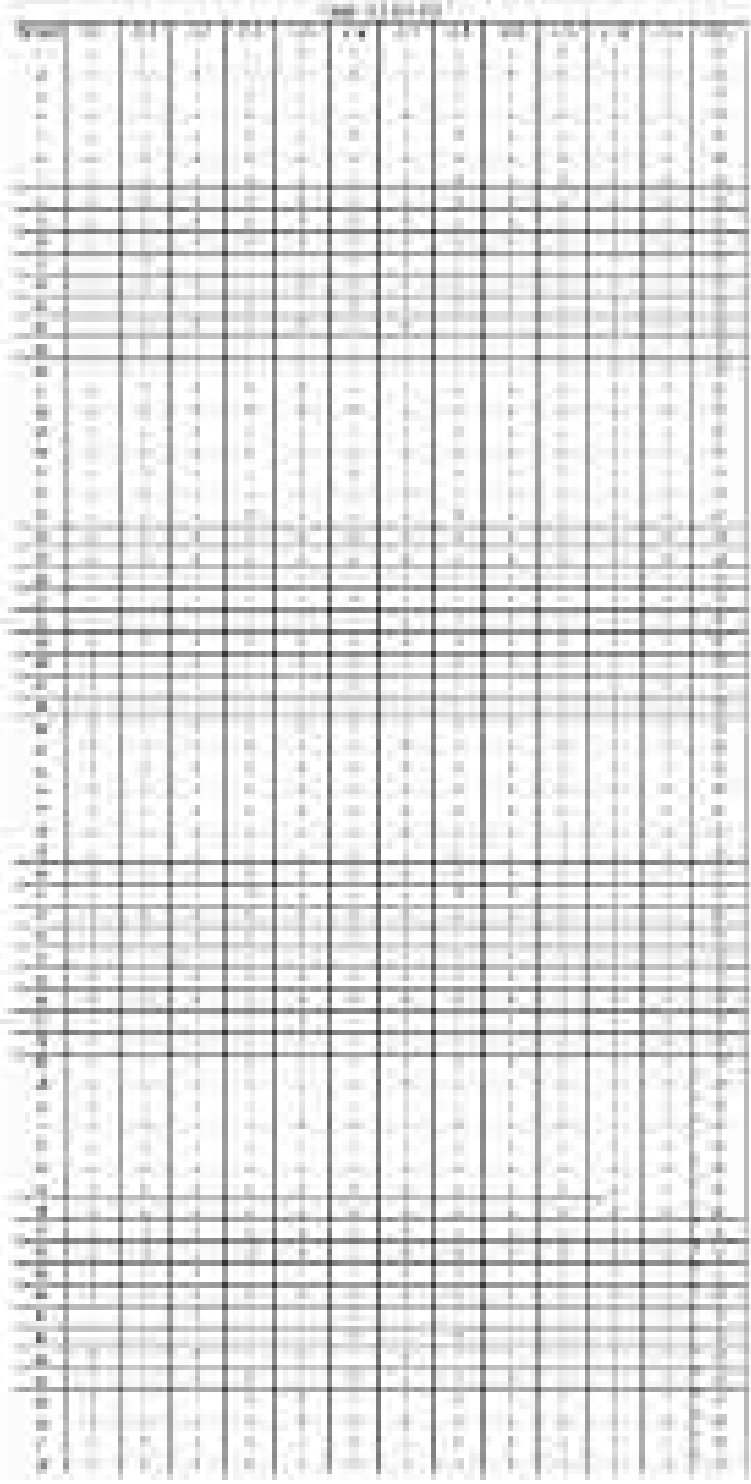
No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
A.	**Persepsi Fleksibilitas**					
1.	Saya percaya penggunaan media **belajar** mudah dipelajari dan dipahami					
2.	Saya percaya penggunaan media belajar dapat disesuaikan untuk berbagai aktivitas belajar dalam waktu yang					
3.	Saya percaya penggunaan media **belajar** dapat digunakan kapan saja sesuai kebutuhan					
B.	**Persepsi Kemudahan dalam Berinteraksi**					
4.	Saya percaya **media belajar** memungkinkan saya berinteraksi dengan					
5.	Saya percaya media belajar saya digunakan dengan baik oleh pengguna untuk berinteraksi					
6.	Saya percaya media belajar memberikan saya berpikir kritis dalam					
C.	**Persepsi Kemudahan untuk Digunakan**					
7.	Saya percaya antarmuka fitur interaksi yang digunakan tidak saya untuk					
8.	Saya percaya **media belajar** dapat digunakan dengan mudah dimengerti dan					
9.	Saya percaya **media belajar** memiliki desain yang sederhana dan mudah digunakan, sehingga saya dapat fokus pada konten yang ingin saya					
D.	**Persepsi Kemudahan untuk Digunakan**					
10.	Saya percaya penggunaan media belajar dapat					
11.	Saya percaya fitur-fitur yang ada dalam media belajar dapat					
12.	Saya percaya media belajar					

	Apresiasi dan dapat dipercaya dengan produk melalui penggunaan aplikasi lain.					

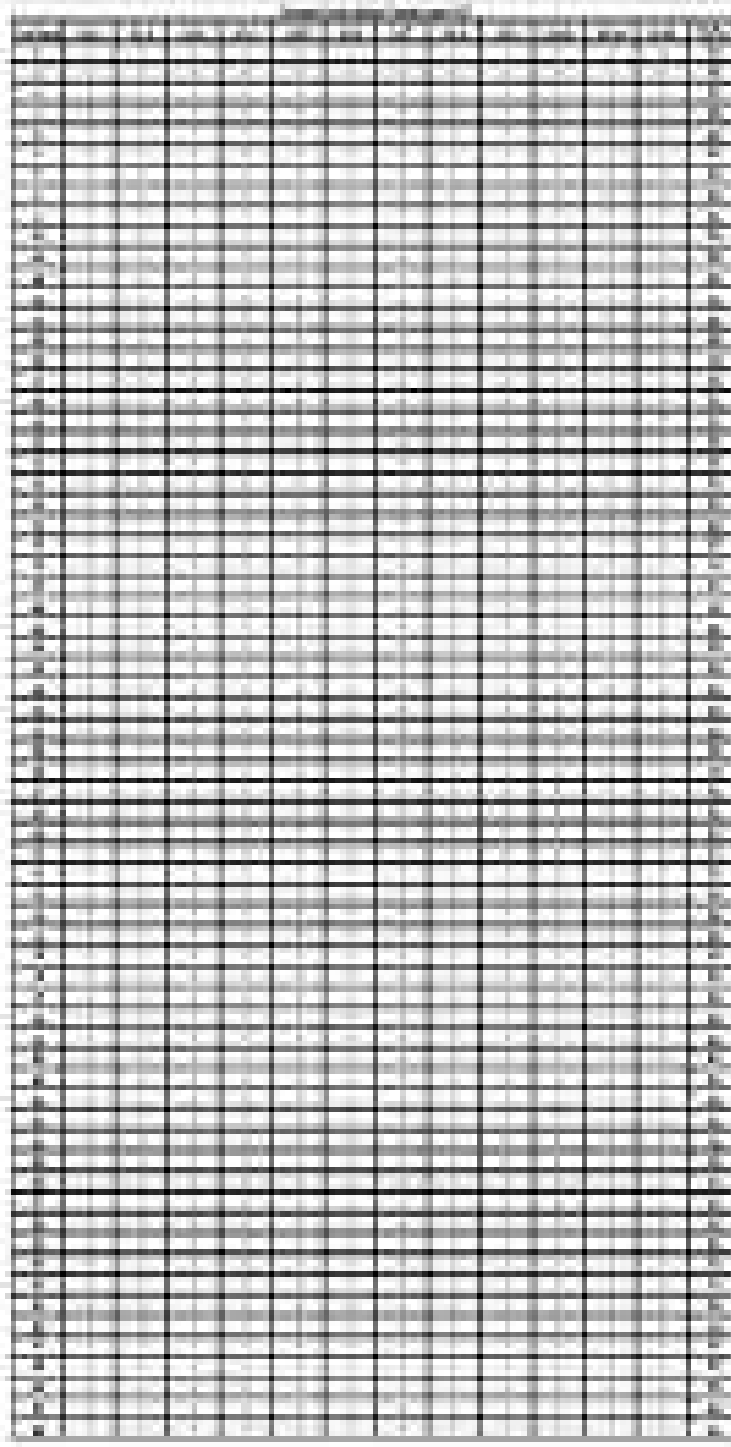
I. Aksi (T)

No.	Pernyataan	Kategori				
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
a.	**Aksi Transaksional**					
1.	Saya percaya produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan transaksi perbankan saya.					
2.	Saya akan mempertahankan produk tersebut sebagai produk utama untuk aktivitas transaksi perbankan.					
3.	Saya akan menggunakan produk tersebut secara aktif untuk melakukan transaksi perbankan.					
b.	**Aksi Informasional**					
4.	Saya akan merekomendasikan produk tersebut kepada teman dan keluarga.					
5.	Saya akan mendiskusikan pengalaman positif saya tentang produk tersebut kepada orang lain.					
6.	Saya akan mendorong orang lain untuk menggunakan produk tersebut.					
c.	**Aksi Preferensial**					
7.	Saya lebih memilih menggunakan produk tersebut dibanding merknya perbankan lainnya.					
8.	Saya tidak akan beralih ke merek perbankan lainnya kecuali ada pada produk tersebut.					
9.	Produk tersebut adalah pilihan utama saya untuk melakukan transaksi perbankan.					
d.	**Aksi Eksploratif**					
10.	Saya ingin mencoba fitur-fitur baru yang ditawarkan oleh produk tersebut.					
11.	Saya ingin mengetahui lagi produk tersebut. Agar saya dapat mengelola keuangan saya dengan lebih baik.					
12.	Saya ingin terus mengikuti dan memperbarui kuesioner saya dalam menggunakan produk tersebut.					

Lampiran 8 Tabulasi Data Variabel Bebas (X) Kepuasan (X1)



Lampiran 7 Tabulasi Data Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)



Anspruch 1 Schaltschrank Variabel klimat (S)

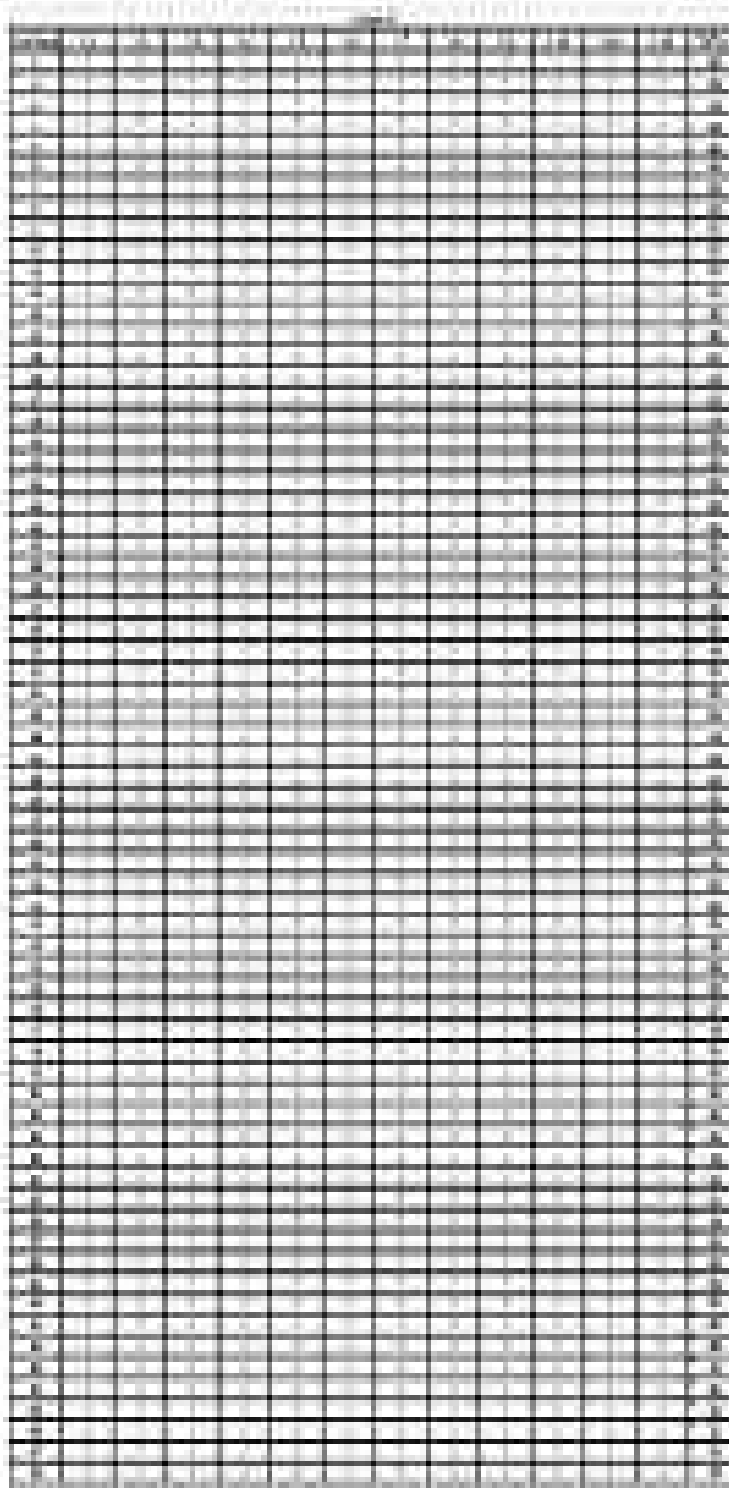


Table 4 Heading

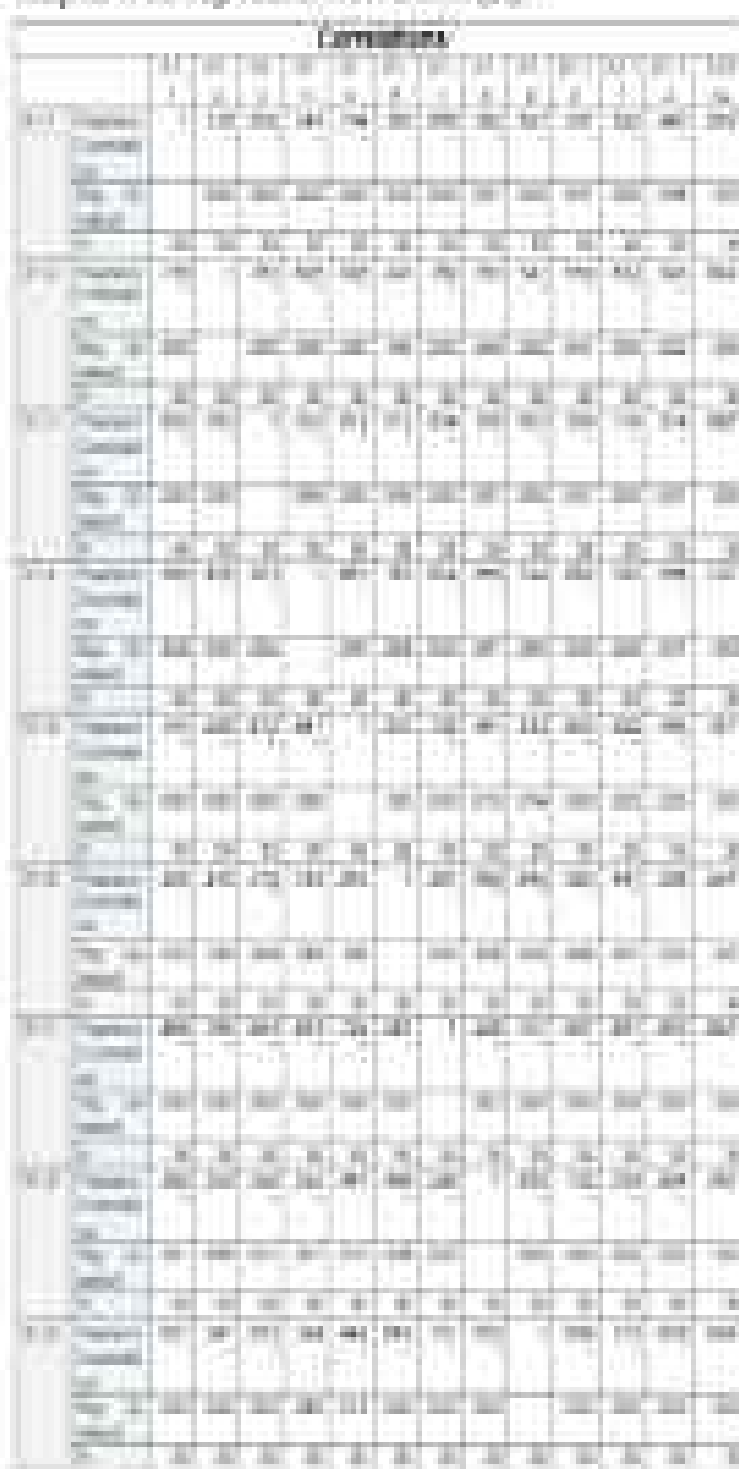
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
1	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
2	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
3	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
4	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
5	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
6	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
7	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
8	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
9	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
10	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
11	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
12	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
13	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
14	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
15	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
16	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
17	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
18	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
19	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
20	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
21	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
22	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
23	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
24	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
25	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
26	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
27	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
28	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
29	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
30	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
31	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
32	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
33	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
34	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
35	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
36	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
37	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
38	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]

Jumpiron 11"5—Tarot Alpha 79v

Appendix II P.....

Hot Pursuit Incident and Investigation

Victim Injury (IC)	Accident Severity (IF)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
18	0.02	0.03	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04
19	0.04	0.04	0.05	0.05	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04
20	0.05	0.05	0.06	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05
21	0.06	0.06	0.07	0.06	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05
22	0.07	0.07	0.08	0.07	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06
23	0.08	0.08	0.09	0.08	0.07	0.07	0.07	0.07	0.07	0.07	0.07	0.07	0.07	0.07	0.07
24	0.09	0.09	0.10	0.09	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08
25	0.10	0.10	0.11	0.10	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09
26	0.11	0.11	0.12	0.11	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10
27	0.12	0.12	0.13	0.12	0.11	0.11	0.11	0.11	0.11	0.11	0.11	0.11	0.11	0.11	0.11
28	0.13	0.13	0.14	0.13	0.12	0.12	0.12	0.12	0.12	0.12	0.12	0.12	0.12	0.12	0.12
29	0.14	0.14	0.15	0.14	0.13	0.13	0.13	0.13	0.13	0.13	0.13	0.13	0.13	0.13	0.13
30	0.15	0.15	0.16	0.15	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14
31	0.16	0.16	0.17	0.16	0.15	0.15	0.15	0.15	0.15	0.15	0.15	0.15	0.15	0.15	0.15
32	0.17	0.17	0.18	0.17	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16
33	0.18	0.18	0.19	0.18	0.17	0.17	0.17	0.17	0.17	0.17	0.17	0.17	0.17	0.17	0.17
34	0.19	0.19	0.20	0.19	0.18	0.18	0.18	0.18	0.18	0.18	0.18	0.18	0.18	0.18	0.18
35	0.20	0.20	0.21	0.20	0.19	0.19	0.19	0.19	0.19	0.19	0.19	0.19	0.19	0.19	0.19
36	0.21	0.21	0.22	0.21	0.20	0.20	0.20	0.20	0.20	0.20	0.20	0.20	0.20	0.20	0.20
37	0.22	0.22	0.23	0.22	0.21	0.21	0.21	0.21	0.21	0.21	0.21	0.21	0.21	0.21	0.21
38	0.23	0.23	0.24	0.23	0.22	0.22	0.22	0.22	0.22	0.22	0.22	0.22	0.22	0.22	0.22
39	0.24	0.24	0.25	0.24	0.23	0.23	0.23	0.23	0.23	0.23	0.23	0.23	0.23	0.23	0.23
40	0.25	0.25	0.26	0.25	0.24	0.24	0.24	0.24	0.24	0.24	0.24	0.24	0.24	0.24	0.24
41	0.26	0.26	0.27	0.26	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25
42	0.27	0.27	0.28	0.27	0.26	0.26	0.26	0.26	0.26	0.26	0.26	0.26	0.26	0.26	0.26
43	0.28	0.28	0.29	0.28	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27
44	0.29	0.29	0.30	0.29	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28
45	0.30	0.30	0.31	0.30	0.29	0.29	0.29	0.29	0.29	0.29	0.29	0.29	0.29	0.29	0.29
46	0.31	0.31	0.32	0.31	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30
47	0.32	0.32	0.33	0.32	0.31	0.31	0.31	0.31	0.31	0.31	0.31	0.31	0.31	0.31	0.31
48	0.33	0.33	0.34	0.33	0.32	0.32	0.32	0.32	0.32	0.32	0.32	0.32	0.32	0.32	0.32
49	0.34	0.34	0.35	0.34	0.33	0.33	0.33	0.33	0.33	0.33	0.33	0.33	0.33	0.33	0.33
50	0.35	0.35	0.36	0.35	0.34	0.34	0.34	0.34	0.34	0.34	0.34	0.34	0.34	0.34	0.34
51	0.36	0.36	0.37	0.36	0.35	0.35	0.35	0.35	0.35	0.35	0.35	0.35	0.35	0.35	0.35
52	0.37	0.37	0.38	0.37	0.36	0.36	0.36	0.36	0.36	0.36	0.36	0.36	0.36	0.36	0.36
53	0.38	0.38	0.39	0.38	0.37	0.37	0.37	0.37	0.37	0.37	0.37	0.37	0.37	0.37	0.37
54	0.39	0.39	0.40	0.39	0.38	0.38	0.38	0.38	0.38	0.38	0.38	0.38	0.38	0.38	0.38
55	0.40	0.40	0.41	0.40	0.39	0.39	0.39	0.39	0.39	0.39	0.39	0.39	0.39	0.39	0.39
56	0.41	0.41	0.42	0.41	0.40	0.40	0.40	0.40	0.40	0.40	0.40	0.40	0.40	0.40	0.40
57	0.42	0.42	0.43	0.42	0.41	0.41	0.41	0.41	0.41	0.41	0.41	0.41	0.41	0.41	0.41
58	0.43	0.43	0.44	0.43	0.42	0.42	0.42	0.42	0.42	0.42	0.42	0.42	0.42	0.42	0.42
59	0.44	0.44	0.45	0.44	0.43	0.43	0.43	0.43	0.43	0.43	0.43	0.43	0.43	0.43	0.43
60	0.45	0.45	0.46	0.45	0.44	0.44	0.44	0.44	0.44	0.44	0.44	0.44	0.44	0.44	0.44
61	0.46	0.46	0.47	0.46	0.45	0.45	0.45	0.45	0.45	0.45	0.45	0.45	0.45	0.45	0.45
62	0.47	0.47	0.48	0.47	0.46	0.46	0.46	0.46	0.46	0.46	0.46	0.46	0.46	0.46	0.46
63	0.48	0.48	0.49	0.48	0.47	0.47	0.47	0.47	0.47	0.47	0.47	0.47	0.47	0.47	0.47
64	0.49	0.49	0.50	0.49	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
65	0.50	0.50	0.51	0.50	0.49	0.49	0.49	0.49	0.49	0.49	0.49	0.49	0.49	0.49	0.49
66	0.51	0.51	0.52	0.51	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50
67	0.52	0.52	0.53	0.52	0.51	0.51	0.51	0.51	0.51	0.51	0.51	0.51	0.51	0.51	0.51
68	0.53	0.53	0.54	0.53	0.52	0.52	0.52	0.52	0.52	0.52	0.52	0.52	0.52	0.52	0.52
69	0.54	0.54	0.55	0.54	0.53	0.53	0.53	0.53	0.53	0.53	0.53	0.53	0.53	0.53	0.53
70	0.55	0.55	0.56	0.55	0.54	0.54	0.54	0.54	0.54	0.54	0.54	0.54	0.54	0.54	0.54
71	0.56	0.56	0.57	0.56	0.55	0.55	0.55	0.55	0.55	0.55	0.55	0.55	0.55	0.55	0.55
72	0.57	0.57	0.58	0.57	0.56	0.56	0.56	0.56	0.56	0.56	0.56	0.56	0.56	0.56	0.56
73	0.58	0.58	0.59	0.58	0.57	0.57	0.57	0.57	0.57	0.57	0.57	0.57	0.57	0.57	0.57
74	0.59	0.59	0.60	0.59	0.58	0.58	0.58	0.58	0.58	0.58	0.58	0.58	0.58	0.58	0.58
75	0.60	0.60	0.61	0.60	0.59	0.59	0.59	0.59	0.59	0.59	0.59	0.59	0.59	0.59	0.59
76	0.61	0.61	0.62	0.61	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60
77	0.62	0.62	0.63	0.62	0.61	0.61	0.61	0.61	0.61	0.61	0.61	0.61	0.61	0.61	0.61
78	0.63	0.63	0.64	0.63	0.62	0.62	0.62	0.62	0.62	0.62	0.62	0.62	0.62	0.62	0.62
79	0.64	0.64	0.65	0.64	0.63	0.63	0.63	0.63	0.63	0.63	0.63	0.63	0.63	0.63	0.63
80	0.65	0.65	0.66	0.65	0.64	0.64	0.64	0.64	0.64	0.64	0.64	0.64	0.64	0.64	0.64
81	0.66	0.66	0.67	0.66	0.65	0.65	0.65	0.65	0.65	0.65	0.65	0.65	0.65	0.65	0.65
82	0.67	0.67	0.68	0.67	0.66	0.66	0.66	0.66	0.66	0.66	0.66	0.66	0.66	0.66	0.66
83	0.68	0.68	0.69	0.68	0.67	0.67	0.67	0.67	0.67	0.67	0.67	0.67	0.67	0.67	0.67
84	0.69	0.69	0.70	0.69	0.68	0.68	0.68	0.68	0.68	0.68	0.68	0.68	0.68	0.68	0.68
85	0.70	0.70	0.71	0.70	0.69	0.69	0.69	0.69	0.69	0.69	0.69	0.69	0.69	0.69	0.69
86	0.71	0.71	0.72	0.71	0.70	0.70	0.70	0.70	0.70	0.70	0.70	0.70	0.70	0.70	0.70
87	0.72	0.72	0.73	0.72	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71
88	0.73	0.73	0.74	0.73	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72
89	0.74	0.74	0.75	0.74	0.73	0.73	0.73	0.73	0.73	0.73	0.73	0.73	0.73	0.73	0.73
90	0.75	0.75	0.76	0.75	0.74	0.74	0.74	0.74	0.74	0.74	0.74	0.74	0.74	0.74	0.74
91	0.76	0.76	0.77	0.76	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75
92	0.77	0.77	0.78	0.77	0.76	0.76	0.76	0.76	0.76	0.76	0.76	0.76	0.76	0.76	0.76
93	0.78	0.78	0.79	0.78	0.77	0.77	0.77	0.77	0.77	0.77	0.77	0.77	0.77	0.77	0.77
94	0.79	0.79	0.80	0.79	0.78	0.78	0.78	0.78	0.78	0.78	0.78	0.78	0.78	0.78	0.78
95	0.80	0.80	0.81	0.80	0.79	0.79	0.79	0.79	0.79	0.79	0.79	0.79	0.79	0.79	0.79
96	0.81	0.81	0.82	0.81	0.80	0.80	0.80	0.80	0.80	0.80	0.80	0.80	0.80	0.80	0.80
97	0.82	0.82	0.83	0.82	0.81	0.81	0.81	0.81	0.81	0.81	0.81	0.81	0.81	0.81	0.81
98	0.83	0.83	0.84	0.83	0.82	0.82	0.82	0.82	0.82	0.82	0.82	0.82	0.82	0.82	0.82
99	0.84	0.84	0.85	0.84	0.83	0.83	0.83	0.83	0.83	0.83	0.83	0.83	0.83	0.83	0.83






Velocity Statistics






Variability Statistics

Anonymous 14. Rhodri Ty'r Felinfoel Rebellion (?)






Velocity Statistics

Example 11: Kruskal-Wallis Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

N		
Normal Parameters[a,b]	Mean	
	Std. Deviation	
Most Extreme Differences	Absolute	
	Positive	
	Negative	
Kolmogorov-Smirnov Z		
Asymp. Sig. (2-tailed)		

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Example 12: Kruskal-Wallis Test

Coefficients[a]

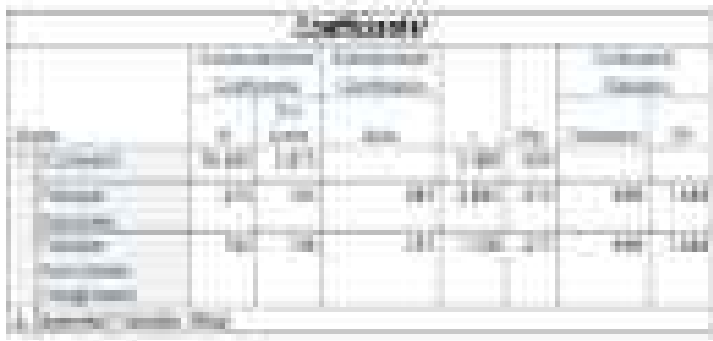
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)							

a. Dependent Variable: [Blank]

Example 13: Kruskal-Wallis Test



Lampiran 11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda



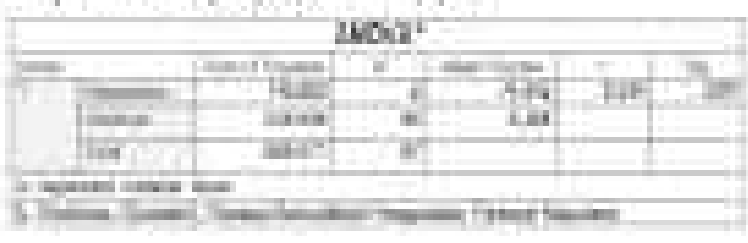
Lampiran 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi



Lampiran 13 Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t)



Lampiran 14 Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F)



Lampiran 11 Dokumentasi Jaringan Komputer

Timestamp	Nama	Angkatan	Pengalaman Menggunakan Mobile Banking	Frekuensi Penggunaan Mobile Banking
9/11/2025 12:44:08	alfiah pratiwi	2022	1 tahun	Menggunakan
9/11/2025 13:19:08	Annisa Ramadhani	2021	4–12 bulan	Menggunakan
9/11/2025 13:23:46	Sartiy Utami	2021	>3 tahun	Jarang
9/11/2025 13:43:3	Abdul Rahim	2022	<6 bulan	Hanyoan
9/11/2025 14:11:10	Ida Ayuk	2022	1 tahun	Setiap
9/11/2025 16:47:42	Annisah Hidayu	2021	1 tahun	Menggunakan
9/11/2025 16:53:18	Dini Rahma Barlian	2022	>3 tahun	Hanyoan
9/12/2025 08:50:24	Sumira Ramadhani	2022	1 tahun	Setiap Hari
9/12/2025 08:50:27	Aviva Putri	2022	<6 bulan	Menggunakan
9/12/2025 08:51:52	Adlina Khoiriah	2022	1 tahun	Hanyoan
9/12/2025 09:11:21	Sulvy Zahra Ulandha	2022	1 tahun	Jarang
9/12/2025 09:34:06	Annisaqirana	2021	4–12 bulan	Menggunakan
9/12/2025 09:34:09	Ummiyah Khalidah	2022	6–12 bulan	Jarang
9/12/2025 09:34:29	Ida Khoiriyah	2022	>3 tahun	Setiap Hari
9/12/2025 09:34:37	Aisyah Maemunah	2022	1 tahun	Menggunakan
9/12/2025 10:10:06	Chelsi	2022	<6 bulan	Jarang
9/12/2025 09:14:31	alfiah pratiwi	2022	1 tahun	Menggunakan
9/12/2025 20:14:37	Lutvi	2022	1 tahun	Jarang
9/12/2025 20:23:34	Asrina Jamal	2022	1 tahun	Menggunakan
9/12/2025 20:14:46	Elsa Fitriana Sari	2022	1 tahun	Setiap Hari

Timestamp	Nama	Angkatan	Pengalaman Menggunakan Aplikasi Sejenis Sebelumnya	Frekuensi Penggunaan Aplikasi Sejenis Sebelumnya
9/15/2025 20.11.41	Nurul Aminah	2025	>1 tahun	Menggunakan
9/15/2025 20.11.58	Alexander Putra Hidayat	2022	>1 tahun	Jarang
9/15/2025 20.11.59	Yunita Anggraini	2024	6–12 bulan	Menggunakan
9/15/2025 20.12.02	Ika Citra Dewi	2023	>1 tahun	Menggunakan
9/15/2025 21.00.00	Agus Setiawan	2021	>1 tahun	Jarang
9/15/2025 21.04.40	Ani Lestari	2024	>1 tahun	Belum pernah
9/15/2025 22.01.45	Wahyu Eka Kurnia	2025	6–12 bulan	Jarang
9/15/2025 22.09.18	[illegible] Saputra	2022	>1 tahun	Sedang Hari
9/15/2025 22.13.34	Rizki Ramadhan	2024	>1 tahun	Jarang
9/15/2025 22.20.54	Dewi [illegible]	2025	>1 tahun	Belum pernah
9/15/2025 22.30.00	Fransiska Sihite	2025	6–12 bulan	Jarang
9/15/2025 08.31.07	Hadi Eka Putra	2023	>1 tahun	Menggunakan
9/15/2025 12.22.12	[illegible] Syahril	2025	6–12 bulan	Jarang
9/16/2025 05.55.22	[illegible] Aditya	2024	>1 tahun	Pernah
9/16/2025 06.21.21	Rahmawati Apriyanto	2025	>1 tahun	Sedang Hari
9/16/2025 06.31.23	Wahyu Prasetyo	2025	>1 tahun	Belum pernah
9/16/2025 10.05.21	Ulfah Agustiani	2025	>1 tahun	Jarang
9/16/2025 11.11.55	Rina Wulandari	2024	>1 tahun	Menggunakan
9/16/2025 11.40.29	Andika Fathurrohman	2024	>1 tahun	Pernah
9/16/2025 12.11.31	Bima Aji Hakim	2025	>1 tahun	Belum pernah
9/16/2025	Nia Ramadhani	2025	>1 tahun	Sedang Hari

Timestamp	Nama	Angkatan	Berapakah Menurutmu Jarak Rumah	Terkesan Pengguna Jarak Jauhmu
12/12/23				
8/16/2023 14:47:46	Indah Mitri	2022	7 Mitri	Menggoda
8/19/2023 16:13:14	Kevin permana sari	2021	6.12 Jauhe	Jauhe
8/19/2023 16:42:07	wira ha (17 Cip mallocom	2021	1 Mitri	Menggoda
8/19/2023 16:44:51	Wandi Aulia	2022	7 Mitri	Mahasis
8/19/2023 17:49:17	Rini Damanhuri	2021	1 Mitri	Setiap Hari
8/20/2023 1:49:01	Rina pricilia	2022	1 Mitri	Menggoda
8/20/2023 8:47:34	Nanci wahida	2020	7 Mitri	Mahasis
8/20/2023 9:08:47	Rina Fatima	2022	1 Mitri	Jauhe
8/20/2023 9:08:20	Indah Nova Rianjita	2021	1 Mitri	Mahasis
8/20/2023 9:50:11	Fitri Rahmadhi	2022	1 Mitri	Mahasis
8/20/2023 9:50:17	Adella	2022	7 Mitri	Jauhe
8/20/2023 13:29:48	Putri wdi	2021	1 Mitri	Jauhe
8/21/2023 12:35:41	Dinda Dwi Hita	2022	7 Mitri	Jauhe
8/21/2023 19:24:04	Rayhan Khoe Dhani	2021	1 Mitri	Menggoda
8/22/2023 19:14:21	Anisa Rahma Indriani	2020	6.17 Jauhe	Mahasis
8/23/2023 19:53:45	Dyana Saptania	2022	1 Mitri	Jauhe
8/23/2023 10:04:10	Lidia Rahmadhia	2022	7 Mitri	Jauhe
8/23/2023 20:05:48	Dhani Jayadi	2021	1 Mitri	Menggoda
8/23/2023 10:09:24	Silvia pramita putri	2022	1 Mitri	Mahasis
8/23/2023 23:01:45	Dwi Astri Oktavia	2022	7 Mitri	Jauhe

Timestamp	Name	Address	Payment Method Details	Payment Status
2/11/2017 22:18:18	Nathan Hall	0827	1 Yahoo	Unpaid
6/27/2015 12:11:41	Kevin Sullivan	2832	16 Stone	Ship Out
6/22/2015 9:37:20	Tammy Hicks Peterson	0845	1 Yahoo	Unpaid
9/22/2015 9:09:44	Bobby Jenkins Jr.	0832	1 Yahoo	Unpaid
8/30/2015 10:01:40	Melissa Reynolds	2842	8 Cash	Ship Out
8/27/2015 20:07:41	Ethan Edwards	0852	1 Yahoo	Delivered
8/27/2015 18:08:27	Thomas	2832	11 Yahoo	Delivered

