



**PENGARUH TINGKAT PEMAHAMAN DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENGGUNAKAN
M-BANKING (STUDI KASUS JORONG SILAYANG
JULU NAGARI BATAHAN UTARA)**

SKRIPSI

*Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi S.E
Pada Program Studi Perbankan Syariah*

Oleh

EKA AFRIANI
NIM.2230401026

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS
BATUSANGKAR
2026**

ABSTRAK

Eka Afriani, NIM 2230401026. Judul Skripsi: Pengaruh Tingkat Pemahaman dan Kepercayaan terhadap Minat Masyarakat Menggunakan M-Banking pada Masyarakat Jorong Silayang Julu, Nagari Batahan Utara, Kabupaten Pasaman Barat. Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh masih rendahnya pemanfaatan layanan M-Banking oleh masyarakat Jorong Silayang Julu, meskipun sebagian masyarakat telah memiliki dan menggunakan layanan perbankan. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara kepemilikan layanan perbankan dan pemanfaatan layanan perbankan digital. Rendahnya minat menggunakan M-Banking diduga berkaitan dengan tingkat pemahaman masyarakat mengenai manfaat, fungsi, dan cara penggunaan M-Banking serta tingkat kepercayaan terhadap keamanan dan keandalan layanan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tingkat pemahaman dan kepercayaan terhadap minat masyarakat menggunakan M-Banking, baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan. Sampel penelitian berjumlah 65 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, yaitu masyarakat Jorong Silayang Julu yang berusia minimal 17 tahun, memiliki atau pernah menggunakan layanan perbankan, mengetahui atau pernah mendengar mengenai M-Banking, serta bersedia menjadi responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 25. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t, uji F, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial tingkat pemahaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan M-Banking, sedangkan kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan M-Banking. Secara simultan, tingkat pemahaman dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan M-Banking. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,530 menunjukkan bahwa sebesar 53,0% variasi minat masyarakat menggunakan M-Banking dapat dijelaskan oleh tingkat pemahaman dan kepercayaan, sedangkan 47,0% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa tingkat pemahaman merupakan faktor yang paling dominan dalam model penelitian, sehingga peningkatan pemahaman masyarakat mengenai manfaat, fungsi, prosedur, dan penggunaan M-Banking menjadi aspek penting dalam mendorong pemanfaatan layanan perbankan digital. Oleh karena itu, pihak perbankan perlu memperkuat edukasi, sosialisasi, dan pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat agar pemanfaatan M-Banking dapat berkembang secara lebih optimal.

Kata kunci: Tingkat Pemahaman, Kepercayaan, Minat Menggunakan M-Banking, Masyarakat Jorong Silayang Julu

ABSTRACT

Eka Afriani, Student ID 2230401026. Thesis Title: *The Influence of the Level of Understanding and Trust on Community Interest in Using M-Banking: A Study of the Community of Jorong Silayang Julu, Nagari Batahan Utara, West Pasaman Regency.* Islamic Banking Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, Mahmud Yunus State Islamic University Batusangkar.

This study was motivated by the low utilization of Mobile Banking (M-Banking) services among the community of Jorong Silayang Julu, despite the fact that many residents already have and use banking services. This condition indicates a gap between the ownership of banking services and the utilization of digital banking services. The low level of interest in using M-Banking is presumed to be associated with the community's level of understanding regarding the benefits, functions, and procedures of using M-Banking, as well as their level of trust in the security and reliability of the service. This study aims to analyze the influence of the level of understanding and trust on the community's interest in using M-Banking, both partially and simultaneously.

This study employed a quantitative approach with a field research design. The sample consisted of 65 respondents selected using a purposive sampling technique based on predetermined criteria, namely residents of Jorong Silayang Julu who were at least 17 years old, had or had previously used banking services, were familiar with or had heard about M-Banking, and were willing to participate as respondents. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS version 25. Hypothesis testing was conducted using the t-test, F-test, and the coefficient of determination. The results indicate that, partially, the level of understanding has a positive and significant influence on the community's interest in using M-Banking, whereas trust does not have a significant influence on the community's interest in using M-Banking. Simultaneously, the level of understanding and trust have a significant influence on the community's interest in using M-Banking.

The Adjusted R Square value of 0.530 indicates that 53.0% of the variation in the community's interest in using M-Banking can be explained by the level of understanding and trust, while the remaining 47.0% is explained by other factors outside the research model. The findings reveal that the level of understanding is the most dominant factor in the research model. Therefore, improving the community's understanding of the benefits, functions, procedures, and use of M-Banking is essential to encourage the adoption of digital banking services. Accordingly, banks are expected to strengthen educational programs, public outreach, and assistance tailored to the needs of the community in order to optimize the utilization of M-Banking services.

Keywords: *Level of Understanding, Trust, Interest in Using Mobile Banking (M-Banking), Community of Jorong Silayang Julu.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Batasan Masalah	12
D. Rumusan Masalah.....	12
E. Tujuan Penelitian.....	12
F. Manfaat Penelitian dan Luaran Penelitian	13
G. Definisi Operasional	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
A. Landasan Teori	16
1. Teori Theory Planned Behavior.....	16
2. Teori <i>Technology Acceptance Model</i>	17
3. Teori pemahaman	19
4. Minat.....	20
5. Pemahaman.....	23
6. Kepercayaan.....	25
7. <i>M-Banking</i>	29
B. Penelitian yang relevan.....	31
C. Hubungan Antar Variabel.....	37
D. Kerangka Berpikir	38
E. Hipotesis	39

BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Jenis Penelitian	41
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	41
C. Populasi dan Sampel.....	42
D. Instrumen Penelitian	45
E. Teknik pengumpulan data	47
F. Teknik Analisis Data	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	56
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	56
1. Jorong Silayang Julu	56
B. Hasil penelitian	58
1. Deskriptif Responden	58
2. Uji Asumsi klasik.....	60
c. Uji Heteroskedastisitas	62
3. Analisis Regresi Linear Berganda	63
4. Uji Hipotesis	65
5. Uji Koefisien Determinasi (R).....	67
C. Pembahasan.	68
BAB V PENUTUP	82
A. Kesimpulan.....	82
B. Implikasi Penelitian	83
C. Saran	84

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Jumlah pekerjaan di Jorong Silayang Julu	6
Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu.....	31
Tabel 3. 1 Waktu penelitian	42
Tabel 3. 2 Kriteria sampel.....	44
Tabel 3. 3 Kategori Skala Likert.....	46
Tabel 3. 4 Kisi-Kisi Instrumen.....	46
Tabel 3. 5 Uji validasi variabel pemahaman.....	48
Tabel 3. 6 Uji validasi variabel kepercayaan	49
Tabel 3. 7 Uji validasi variabel Minat.....	49
Tabel 3. 8 Uji reliabilitas variabel pemahaman	50
Tabel 3. 9 Uji reliabilitas variabel kepercayaan	50
Tabel 3. 10 Uji reliabilitas variabel Minat	51
Tabel 3. 11 Hasil Uji reliabilitas	51
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	59
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan pendidikan	60
Tabel 4. 4 Uji Normalitas.....	61
Tabel 4. 5 Uji Multikolinieritas.....	62
Tabel 4. 6 Uji Heteroskedastisitas.....	63
Tabel 4. 7 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	64
Tabel 4. 8 Uji Secara Parsial (statistik-t)	65
Tabel 4. 9 Uji Secara Simultan (statistik-f).....	66
Tabel 4. 10 Uji Koefisien Determinasi R.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Daftar Negara dengan Pengguna Internet Terbesar	3
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	39

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut Kuncoro dalam bukunya Manajemen Perbankan, Teori dan Aplikasi, definisi dari bank adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya adalah menghimpun dana dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat dalam bentuk kredit serta memberikan jasa-jasa lalu lintas pembayaran dan peredaran uang (Nita & Ibadillah 2023).

Sedangkan menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 yang di maksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (Adnana, Ridwan & Fildzah 2016)

Menurut Perwataatmadja, bank syariah ialah bank yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah (Islam) dan tata caranya didasarkan pada ketentuan Al-Quran dan Hadist. Sedangkan menurut Undang-Undang Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008 menyatakan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya yang berdasarkan prinsip syariah dan Menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah (BUS), unit usaha syariah (UUS) dan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS), (Andiansari, 2020)

Sesuai dengan amanat dalam Undang-Undang Nomor 4 tahun 2023 tentang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan, dalam pemanfaatan TI, Bank dapat bekerjasama untuk pembukaan akses data dan informasi nasabah kepada penyelenggara keuangan lainnya termasuk penyelenggara inovasi teknologi sektor keuangan berdasarkan persetujuan nasabah dan untuk kepentingan nasabah. Pelaksanaan kerja sama tersebut mendorong transformasi digital dan membangun keterkaitan (*interlink*) antara Bank dan

inovasi teknologi sektor keuangan untuk mendukung keterbukaan, *interoperabilitas*, keamanan, fleksibilitas, perlindungan konsumen, independensi, dan kebaruan (Otoritas 2023).

Perkembangan perbankan saat ini memberikan dan menawarkan kemudahan bagi nasabah melalui layanan operasional yang sangat beragam, termasuk layanan e-banking (electronic banking). Layanan e-banking saat ini dimiliki oleh hampir semua Bank Umum yang ada, baik dengan jenis delivery channel yang sangat umum (seperti ATM) maupun dengan jenis delivery channel lainnya seperti SMS, telephone, EDC (Electronic Data Capture) dan internet.

Sehingga telah banyak pelaku ekonomi atau masyarakat yang memanfaatkan layanan perbankan modern yang lebih efisien dan efektif melalui e-banking. Pertumbuhan e-banking yang didukung dengan perkembangan teknologi, media sosial dan pola hidup masyarakat memberikan manfaat bagi industri perbankan antara lain menghasilkan pendapatan dari *fee-based income*, mengurangi biaya transaksi, pengembangan bisnis, dan meningkatkan kepercayaan/loyalitas nasabah (Ojk 2015).

M-Banking adalah istilah yang digunakan untuk sistem perbankan zaman baru. *M-banking* juga disebut sebagai perbankan online. *M-banking* menggunakan internet sebagai saluran pengiriman yang digunakan untuk melakukan aktivitas perbankan, misalnya, mentransfer dana, membayar tagihan, melihat saldo rekening giro dan tabungan, membayar hipotek dan pembelian instrumen keuangan dan sertifikat deposito. Di Indonesia *M-Banking* lebih efektif di perkotaan dibandingkan dengan pedesaan. Hal ini karena masyarakat perkotaan lebih familiar dengan menggunakan bank sebagai tempat kegiatan keuangan ketimbang masyarakat yang tinggal di pedesaan. Bagi masyarakat perkotaan *M-Banking* merupakan alat pengelolaan keuangan yang baik bagi orang-orang sibuk sehingga mempermudah dan mengefisienkan waktu mereka (Sitanggang et al. 2022)

Pengembangan perbankan syariah diarahkan untuk meningkatkan kompetisi usaha yang sejajar dengan sistem perbankan konvensional yang dilakukan secara komprehensif dengan mengacu pada analisis kelemahan dan kekuatan perbankan syariah di Indonesia saat ini. Adapun yang telah sampai kepada industri perbankan, dan tidak terkecuali perbankan syariah adalah perkembangan teknologi dan telekomunikasi dan salah satu aktifitas perbankan yang memanfaatkan teknologi tersebut adalah aplikasi *M-Banking* atau *Internet Banking*. Yang mana secara sederhana bisa diartikan sebagai aktifitas perbankan di internet. *M-Banking* merupakan salah satu jasa pelayanan perbankan yang disediakan oleh bank termasuk bank syariah agar nasabah dapat bertransaksi setiap saat, tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan, (Nurdin et al. 2020).

Perkembangan internet di Indonesia selalu bertambah setiap tahunnya dengan jumlah yang besar. Banyaknya jumlah pengguna internet yang digunakan di smartphone dengan menggunakan sistem android dan iOS dari teknologi informasi yang menyebabkan adanya aplikasi yang berbasis internet.



Gambar 1. 1
Daftar Negara dengan Pengguna Internet Terbesar
 Sumber: Garudatv(2025)

Indonesia juga tercatat sebagai salah satu negara dengan tingkat *mobile-first* tertinggi. Berdasarkan pada gambar di atas yang menunjukkan bahwa Indonesia menduduki peringkat ke-4 sebagai Negara pengguna internet terbesar di Dunia. Sebanyak 230 juta pada bulan Oktober tahun 2025. Sebagaimana dalam Al-Quran surah Al-Insyiroh ayat 5,

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا فَإِذَا خَرَبْتُمُ الْمُنَافِقِينَ كَانُوا أَبْغَضًا

Artinya: *Maka sesungguhnya setelah kesulitan akan ada kemudahan*

Dalam ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah SWT akan memberikan kemudahan ketika kita sedang menghadapi kesulitan walaupun awalnya harus bersusah payah menjalankannya tapi yakinlah jika terus berusaha Allah SWT akan menuruttankan pertolongannya. Terkait dengan adanya penggunaan *M-Banking* merupakan suatu aplikasi yang memberi kemudahan untuk bertransaksi apapun sehingga dapat menghemat waktu, biaya dan tempat.

Salah satu produk keuangan adalah *M-Banking* yang menggunakan teknologi untuk membuat transaksi menjadi lebih mudah dan nyaman bagi nasabah dan juga tidak perlu berpergian kemana-mana untuk memanfaatkan layanan *M-Banking* yang tersedia sepanjang waktu. Masyarakat dapat dengan mudah menyelesaikan pembayaran *e-commerce* dengan bantuan aplikasi *Mobile* (Sari & Fasa 2024)

Bank menyediakan layanan *M-Banking* untuk memenuhi tuntutan dan kebutuhan nasabah sebagai alternatif untuk melakukan transaksi Perbankan. Melalui *M-Banking*, nasabah dapat mengakses produk dan jasa Perbankan dengan menggunakan *smartphone*. Transaksi *M-Banking* dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja selama 24 jam tanpa nasabah datang ke Bank atau Anjungan Tunai Mandiri (ATM), kecuali transaksi setoran dan tarik tunai. Keuntungan untuk nasabah termasuk penghematan biaya dan waktu serta manfaat yang didapatkan oleh nasabah. (Raihan & Lubis 2024)

Menurut Benjamin S. Bloom, pemahaman adalah kemampuan seseorang untuk mengerti atau memahami sesuatu setelah sesuatu itu diketahui dan diingat. Dengan kata lain memahami adalah mengetahui

tentang sesuatu dan dapat melihatnya dari berbagai segi. Seseorang dikatakan memahami sesuatu apabila ia dapat memberikan penjelasan atau memberikan uraian yang lebih rinci tentang hal itu dengan menggunakan kata-katanya sendiri, (Ervinda, Setyawan, & Tyasmiarni 2021)

Kepercayaan nasabah dipengaruhi oleh pengguna *M-Banking* selain perlindungan konsumen kepercayaan merupakan sebuah pengharapan dari pihak pada layanan tertentu, dan menerima layanan tersebut lebih dari yang diharapkan agar selalu menggunakan layanan tersebut, (Pramana & Rastini 2016).

M-Banking adalah suatu layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan pengguna kegiatan transaksi perbankan melalui *smartphone*. *Mobile Banking* atau yang lebih dikenal dengan sebutan *M-Banking* merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti *handphone*, dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui aplikasi (unggulan) pada *handphone*. Layanan *M-Banking* memberikan kemudahan kepada para nasabah untuk melakukan transaksi perbankan seperti cek saldo, transfer antar rekening, pembelian pembayaran, lokasi kantor cabang dan atm, waktu shalat dan lain-lain. Dengan fasilitas ini semua orang yang memiliki ponsel dapat dengan mudah bertransaksi dimana saja dan kapan saja (Mukhtisar, Tarigan, & Evriyenni n.d.)

Menurut Lidwina (2019) meskipun menggunakan *M-Banking* menawarkan banyak keuntungan nasabah dalam hal kepercayaan, pemahaman, manfaat, dan keamanan namun minat nasabah untuk menggunakannya tidak selalu diimbangi dengan hal tersebut. Terdapat 70,2% individu memiliki ponsel, Menurut statistik dari Strategi Nasional Keuangan Inklusif. Namun, pemakaiannya untuk *M-Banking* masih cukup minim, hanya 24,5% orang dewasa yang ahli dalam menggunakan ponsel untuk transaksi keuangan (Hermawan et al. 2020)

Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kepemilikan ponsel dan penggunaan *M-Banking* untuk melakukan transaksi keuangan.

Tabel 1. 1
Data Jumlah pekerjaan di Jorong Silayang Julu

No	Keterangan	Jumlah
1.	Sektor Pertambangan	20 orang
2.	Perkebunan kelapa sawit	35 orang
3.	Merantau	19 orang
4.	Pedagang dan petani	12 orang
5.	Jumlah penduduk	188 orang

Sumber Data : Kantor Wali Nagari Batahan Utara, pada tanggal 9 Maret 2026

Fenomena penggunaan *M-Banking* juga dapat ditemukan pada masyarakat di Jorong Silayang Julu, Kabupaten Pasaman Barat. Berdasarkan data kependudukan, jumlah masyarakat di Jorong Silayang Julu sebanyak 188 jiwa, yang terdiri atas 30 jiwa lansia, 79 jiwa orang tua, 52 jiwa remaja, dan 27 jiwa anak-anak. Sebagai bagian dari masyarakat yang hidup di era digital, sebagian besar warga Jorong Silayang Julu telah mengenal penggunaan telepon pintar dan memiliki akses terhadap layanan perbankan. Namun, tingkat pemanfaatan *M-Banking* di kalangan masyarakat masih beragam.

Hal tersebut diperkuat oleh hasil wawancara awal peneliti dengan Maslan NST yang menyatakan bahwa ia telah menjadi nasabah Bank Nagari Syariah selama 7 tahun dan memahami fungsi dasar *M-Banking*. Menurut responden, *M-Banking* dapat digunakan di mana saja selama tersedia jaringan internet. Meskipun mengakui bahwa sistem *M-Banking* sudah cukup aman, responden belum menggunakan layanan tersebut karena masih khawatir menjadi korban penipuan, salah transfer, dan kurang percaya akibat banyaknya kasus penipuan yang mengatasnamakan bank. Responden juga pernah mendengar pengalaman orang lain yang mengalami kerugian karena salah transfer. Menurutnya, pihak bank perlu meningkatkan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat. secara rutin kepada masyarakat, agar masyarakat lebih memahami cara penggunaan *M-Banking*, meningkatkan rasa percaya, serta mengurangi kekhawatiran terhadap risiko penipuan (Maslan, 2026).

Kemudian Menurut Suraida yang telah menjadi nasabah bank syariah selama 4 tahun dan memiliki pemahaman yang cukup baik mengenai *M-*

Banking beserta manfaatnya, seperti transfer, cek saldo, pembayaran tagihan, dan tarik tunai tanpa kartu. Ia menilai *M-Banking* lebih praktis dan hemat waktu dibandingkan ATM. Meskipun percaya bahwa *M-Banking* aman, responden belum menggunakannya karena belum memahami cara penggunaan. Responden juga masih khawatir terhadap risiko penipuan. Namun, responden bersedia menggunakan *M-Banking* apabila memperoleh pemahaman yang lebih baik. Oleh karena itu, diperlukan edukasi dari bank kepada masyarakat serta peningkatan keamanan layanan agar kepercayaan masyarakat semakin meningkat (Suraida, 2026).

Senada dengan itu, Anti yang telah menjadi nasabah bank selama 5 tahun juga mengungkapkan ia belum menggunakan layanan *M-Banking* karena belum memahami cara penggunaannya, masih ragu, serta khawatir terjadi salah transfer dan penipuan. Karena responden pernah mengalami kasus penipuan melalui telepon, responden menyatakan bersedia menggunakan *M-Banking* apabila memperoleh pelatihan dan pendampingan dari pihak bank. Sehingga diperlukan sosialisasi, pelatihan, dan edukasi yang lebih meyakinkan dari pihak bank itu sendiri (Anti, 2026).

Sedangkan menurut Masreni yang telah menjadi nasabah bank syariah selama 4 tahun dan memahami fungsi serta manfaat *M-Banking*. Informasi mengenai *M-Banking* diperoleh dari petugas bank. Meskipun mengetahui cara kerja *M-Banking*, responden masih lebih memilih menggunakan ATM karena sudah terbiasa dan merasa lebih aman bertransaksi secara langsung. Responden masih kurang percaya menggunakan *M-Banking* karena khawatir terhadap risiko peretasan, penipuan, dan salah penggunaan, terutama setelah mendengar kasus penipuan yang dialami orang lain. Namun, responden menyatakan bersedia menggunakan *M-Banking* apabila mendapatkan bimbingan, sosialisasi, dan pendampingan dari pihak bank. (Masreni, 2026).

Menurut Ahmad Sophan yang telah menjadi nasabah Bank Nagari selama 8 tahun dan memiliki pemahaman yang baik mengenai *M-Banking* serta berbagai fitur yang tersedia. Responden menilai *M-Banking* lebih praktis

dan mudah digunakan karena dapat diakses melalui ponsel kapan saja dan di mana saja. Responden percaya bahwa *M-Banking* cukup aman, meskipun masih menyadari adanya risiko penipuan dan pembobolan rekening. Oleh karena itu, diperlukan sosialisasi dari pihak bank serta peningkatan pemahaman masyarakat agar penggunaan *M-Banking* semakin luas (Ahmad, 2026).

Sedangkan menurut Ade Saputra Dari sisi pemahaman, responden mengetahui bahwa *M-Banking* merupakan layanan perbankan digital yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi secara online melalui aplikasi pada smartphone. Kemudian dari sisi kepercayaan, responden mengaku belum pernah melakukan transaksi menggunakan *M-Banking* karena masih memiliki rasa takut dan ragu. Alasan utama adalah takut salah transfer, serta pernah mengalami penipuan melalui telepon dan link SMS, sehingga menimbulkan rasa khawatir terhadap keamanan transaksi digital (Ade, 2026).

Menurut Ginna Oriza dari sisi pemahaman, responden menjelaskan bahwa *M-Banking* merupakan layanan perbankan digital yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi keuangan melalui smartphone, seperti cek saldo, transfer, pembayaran tagihan, dan top-up, kemudian dari sisi kepercayaan, responden masih menunjukkan tingkat kepercayaan yang rendah terhadap *M-Banking*. Responden mengaku kurang percaya karena sering melihat berita di televisi maupun media sosial mengenai kasus kehilangan uang akibat kejahatan digital. Kekhawatiran terbesar responden adalah rekening dibobol dan menjadi korban penipuan. Keraguan tersebut semakin diperkuat oleh pengalaman tidak langsung, yaitu adanya cerita dari tetangga atau kerabat yang menjadi korban penipuan melalui tautan undangan pernikahan palsu maupun file APK yang dikirim melalui WhatsApp sehingga saldo rekening mereka terkuras. Oleh karena itu, responden merasa transaksi melalui aplikasi masih memiliki risiko yang cukup besar, terutama bagi masyarakat yang belum memahami teknologi (Ginna, 2026).

Kemudian Menurut Elmiati dari sisi pemahaman, responden menjelaskan bahwa *M-Banking* merupakan aplikasi yang dapat digunakan

untuk melakukan berbagai transaksi perbankan tanpa harus datang ke bank. Meskipun memiliki pemahaman yang baik, dari sisi kepercayaan responden masih menunjukkan keraguan terhadap penggunaan *M-Banking*. Responden mengaku belum sepenuhnya percaya karena banyaknya kasus penipuan digital, seperti SMS palsu, tautan (*link*) penipuan yang mengatasnamakan bank atau hadiah, serta berbagai modus penipuan lainnya. Selain itu, responden juga merasa takut melakukan kesalahan saat transfer yang dapat menyebabkan kerugian. Keraguan tersebut diperkuat oleh pengalaman tidak langsung, yaitu responden pernah mendengar seseorang mengalami kerugian akibat salah memasukkan nomor rekening ketika melakukan transfer (Elmiati, 2026).

Kemudian Menurut Nasran yang sudah menjadi nasabah bank syariah selama 6 tahun mengaku belum menggunakan *M-Banking* karena masih ragu dan kurang percaya dengan layanan tersebut diakibatkan lingkungan yang sangat jarang menggunakan *M-Banking* tersebut dan kebanyakan melakukan setor dan tarik tunai melalui agen atau pergi ke bank (Nasran, 2026)

Berdasarkan hasil wawancara awal yang dilakukan peneliti terhadap beberapa masyarakat Jorong Silayang Julu, diperoleh informasi bahwa sebagian besar masyarakat telah memiliki rekening bank. Namun demikian, tidak semua masyarakat telah memanfaatkan layanan *M-Banking*. Beberapa responden menyatakan belum mengaktifkan layanan *M-Banking* karena belum percaya dan khawatir terhadap risiko keamanan, serta merasa lebih nyaman melakukan transaksi secara langsung melalui ATM, agen Link, atau datang ke kantor bank. Selain itu, sebagian responden juga mengungkapkan bahwa mereka belum pernah memperoleh sosialisasi maupun edukasi dari pihak bank mengenai penggunaan dan manfaat layanan *M-Banking*. Kurangnya sosialisasi ini menyebabkan sebagian masyarakat belum memahami fitur-fitur yang tersedia dan masih merasa ragu untuk menggunakan layanan perbankan digital. Oleh karena itu, pemahaman dan kepercayaan menjadi dua faktor yang saling berkaitan dalam menentukan minat masyarakat untuk menggunakan *M-Banking*.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, sebagian besar penelitian mengenai minat penggunaan *M-Banking* lebih banyak dilakukan pada kalangan mahasiswa, nasabah bank di wilayah perkotaan, maupun masyarakat yang telah terbiasa menggunakan teknologi digital. Penelitian-penelitian tersebut umumnya menunjukkan bahwa faktor kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, kenyamanan, dan kepercayaan memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan *M-Banking*. Namun demikian, karakteristik responden dalam penelitian tersebut berbeda dengan kondisi masyarakat pedesaan yang memiliki tingkat literasi digital, akses informasi, pengalaman menggunakan teknologi, serta intensitas sosialisasi dari pihak perbankan yang relatif lebih rendah.

Di sisi lain, penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh tingkat pemahaman dan kepercayaan terhadap minat masyarakat menggunakan *M-Banking* pada masyarakat pedesaan, khususnya di Jorong Silayang Julu, Nagari Batahan Utara, masih sangat terbatas. Padahal masyarakat di daerah tersebut sebagian besar telah memiliki rekening bank karena kebutuhan transaksi, seperti penerimaan gaji maupun transaksi keuangan lainnya, tetapi belum memanfaatkan layanan *M-Banking* secara optimal. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kepemilikan rekening bank dengan pemanfaatan layanan perbankan digital.

Selain itu, berdasarkan hasil wawancara awal yang dilakukan peneliti, ditemukan bahwa sebagian masyarakat belum menggunakan *M-Banking* bukan hanya karena kurang memahami cara penggunaannya, tetapi juga karena masih rendahnya tingkat kepercayaan terhadap keamanan transaksi digital akibat maraknya kasus penipuan dan kurangnya edukasi dari pihak bank. Temuan ini menunjukkan bahwa faktor pemahaman dan kepercayaan memiliki peran penting yang perlu dikaji secara bersama-sama dalam memengaruhi minat masyarakat menggunakan *M-Banking*.

Berdasarkan kesenjangan penelitian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh tingkat pemahaman dan kepercayaan terhadap minat masyarakat menggunakan *M-Banking* pada masyarakat Jorong

Silayang Julu, Nagari Batahan Utara. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat pedesaan dalam menggunakan layanan M-Banking serta menjadi masukan bagi perbankan syariah dalam menyusun strategi edukasi dan peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap layanan perbankan digital.

Oleh karena itu, kondisi ini penting untuk dikaji lebih lanjut. lebih lanjut guna mengetahui bagaimana pengaruh tingkat pemahaman masyarakat terhadap minat mereka dalam menggunakan layanan *M-Banking* pada bank syariah yang dituangkan dengan judul **PENGARUH TINGKAT PEMAHAMAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENGGUNAKAN M-BANKING (STUDI KASUS JORONG SILAYANG JULU, NAGARI BATAHAN UTARA)**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Masih banyak masyarakat yang belum memakai *M-Banking* karena kurang percaya dengan keamanan penggunaan layanan *Electronic Banking (M-Banking)*.
2. Masih rendahnya tingkat Pemahaman masyarakat mengenai penggunaan layanan *electronic banking (M-Banking)*.
3. Masyarakat masih lebih memilih melakukan transaksi secara langsung di bank atau melalui agen dibandingkan menggunakan layanan digital seperti *M-Banking*.
4. Jarak yang cukup jauh antara tempat tinggal masyarakat dengan kantor bank, yaitu sekitar 40 menit perjalanan, namun hal tersebut belum mendorong masyarakat untuk menggunakan layanan *M-Banking*.
5. Rendahnya minat masyarakat dalam menggunakan layanan *M-Banking* meskipun teknologi telah tersedia.

C. Batasan Masalah

Setiap permasalahan pada dasarnya sangat kompleks, sehingga penulis tidak dapat meneliti secara keseluruhan dikarenakan keterbatasan waktu yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis memberikan batasan masalah pada penelitian ini, yaitu:

1. Objek penelitian hanya fokus pada Jorong Silayang Julu, Nagari Batahan Utara.
2. Penelitian hanya membahas dua variabel bebas, yaitu pemahaman masyarakat dan kepercayaan masyarakat terhadap penggunaan *M-Banking*.
3. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat masyarakat menggunakan *M-Banking*.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apakah tingkat pemahaman berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan *M-Banking* di Jorong Silayang Julu, Nagari Batahan Utara?
2. Apakah tingkat kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan *M-Banking* di Jorong Silayang Julu, Nagari Batahan Utara?
3. Apakah tingkat pemahaman dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan *M-Banking* di Jorong Silayang Julu, Nagari Batahan Utara?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk menganalisis pengaruh tingkat pemahaman terhadap minat masyarakat menggunakan *M-Banking* di Jorong Silayang Julu, Nagari Batahan Utara.

2. Untuk menganalisis pengaruh tingkat kepercayaan terhadap minat masyarakat menggunakan *M-Banking* di Jorong Silayang Julu, Nagari Batahan Utara.
3. Untuk menganalisis pengaruh tingkat pemahaman dan kepercayaan secara simultan terhadap minat masyarakat menggunakan *M-Banking* di Jorong Silayang Julu, Nagari Batahan Utara

F. Manfaat Penelitian dan Luaran Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Secara teoritis penelitian ini bermanfaat untuk menambah literatur dan menambah pengetahuan dalam bidang keilmuan perbankan baik secara teori maupun aplikasi.
- b. Penelitian ini dapat memberikan sumbangan tambahan data dan penjelasan untuk penelitian lebih lanjut.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, penelitian ini dapat memberikan pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan penggunaan layanan *M-Banking*, dan mampu memberikan wawasan di bidang perbankan.
- b. Bagi masyarakat, penelitian ini dapat memberikan informasi kepada pengguna Layanan *M-Banking* , tentang pentingnya inovasi digital di Dunia perbankan.
- c. Bagi Manajemen Perbankan Syariah, penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi manajemen perbankan.

3. Luaran Penelitian

Dari penelitian ini maka luaran penelitian yang diharapkan adalah diterbitkan sebagai jurnal ilmiah UIN Mahmud Yunus Batusangkar dan bermanfaat bagi sumber bacaan di perpustakaan UIN Mahmud Yunus Batusangkar

G. Definisi Operasional

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman serta mempermudah pemahaman dalam masalah di atas, maka perlu dijelaskan istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian ini yaitu.

1. Pemahaman

Pemahaman merupakan kemampuan untuk menerangkan dan menginterpretasikan sesuatu, ini berarti bahwa seseorang yang telah memahami sesuatu atau telah memperoleh pemahaman akan mampu menerangkan atau menjelaskan kembali apa yang telah ia terima. (Saputra n.d.)

Indikator pemahaman

konsep Menurut Anderson & Krathwohl menjelaskan bahwa bahwa ada 7 indikator antara lain menafsirkan (interpreting), memberikan contoh (exemplifying), mengklasifikasikan (classifying), meringkas (summarizing), menarik inferensi (inferring), membandingkan (comparing), dan menjelaskan (explaining), (Janah & Hidayati 2025).

2. Kepercayaan

Kepercayaan didasarkan pada proses kognitif yang membedakan antara orang dan lembaga yang dapat dipercaya, tidak dipercaya dan tidak diketahui. Dalam hal ini kognitif akan memilih siapa yang akan dipercaya dan hormati sehingga itulah yang menjadi alasan yang baik dalam menentukan siapa yang dapat dipercaya. (Nandavita 2021).

Indikator kepercayaan

Menurut Maharani (2010) terdapat empat indikator dalam variabel kepercayaan yaitu;

a. Kehandalan

Kehandalan merupakan konsisten dari serangkaian pengukuran. Kehandalan dimaksudkan untuk mengukur kekonsistenan perusahaan dalam melakukan usahanya dari dulu sampai sekarang.

b. Kejujuran

Bagaimana perusahaan/pemasar menawarkan produk barang atau jasa yang sesuai dengan informasi yang diberikan perusahaan/pemasar kepada konsumennya.

c. Kepedulian

Perusahaan/pemasar yang selalu melayani dengan baik konsumennya, selalu menerima keluhan-keluhan yang dikeluhkan konsumennya serta selalu menjadikan konsumen sebagai prioritas.

d. Kredibilitas

Kualitas atau kekuatan yang ada pada perusahaan/pemasar untuk meningkatkan kepercayaan konsumennya, (Sulle 2022).

3. Minat.

Minat adalah pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif adalah hal yang menimbulkan minat beli konsumen. Pengaruh eksternal ini terdiri dari usaha pemasaran dan faktor sosial budaya (Surya et al. 2021).

Indikator Minat

Menurut Djamarah (2008) indikator minat yaitu rasa suka/senang, pernyataan lebih menyukai, adanya rasa ketertarikan, adanya kesadaran untuk melakukan objek minat tanpa disuruh, berpartisipasi dalam objek minat, dan memberikan perhatian. Menurut Slameto (2013) beberapa indikator minat yaitu perasaan senang, ketertarikan, dan keterlibatan (Septiani, Lesmono, and Harimukti 2020)

4. *M-Banking (M-Banking)*

M-Banking menggunakan internet sebagai saluran pengiriman yang digunakan untuk melakukan aktivitas perbankan, misalnya, mentransfer dana, membayar tagihan, melihat saldo rekening giro dan tabungan, membayar hipotek dan pembelian instrumen keuangan dan sertifikat deposito. (Rusdianti, Purwantini, & Wardoyo 2017).

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Theory Planned Behavior

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan teori yang dikembangkan oleh Ajzen (1991) sebagai pengembangan dari Theory of Reasoned Action (TRA). TPB menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh niat (behavioral intention), sedangkan niat tersebut dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku (attitude toward behavior), norma subjektif (subjective norm), dan persepsi kontrol perilaku (perceived behavioral control)

Sikap terhadap perilaku menunjukkan penilaian seseorang terhadap suatu tindakan, apakah dianggap menguntungkan atau tidak. Norma subjektif berkaitan dengan pengaruh orang-orang di sekitar individu, seperti keluarga, teman, atau lingkungan sosial, yang dapat memengaruhi keputusan seseorang. Sementara itu, persepsi kontrol perilaku merupakan keyakinan individu mengenai kemudahan atau kesulitan dalam melakukan suatu tindakan berdasarkan kemampuan dan sumber daya yang dimiliki (Pratiwi & Prakosa 2021)

Dalam penelitian mengenai penerimaan teknologi, TPB sering digunakan untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi niat seseorang dalam menggunakan suatu teknologi. Namun, karena penelitian ini berfokus pada minat masyarakat dalam menggunakan layanan M-Banking sebagai teknologi perbankan, maka Technology Acceptance Model (TAM) dipilih sebagai teori utama. TPB digunakan sebagai teori pendukung untuk memperkuat pemahaman mengenai perilaku dan niat individu dalam menggunakan teknologi, sedangkan analisis penelitian ini mengacu pada kerangka TAM yang dikembangkan dengan variabel pemahaman dan kepercayaan.

Berdasarkan uraian tersebut, Theory of Planned Behavior (TPB) menjelaskan bagaimana niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Namun, karena penelitian ini mengkaji minat masyarakat dalam menggunakan M-Banking sebagai suatu teknologi perbankan, maka diperlukan teori yang secara khusus menjelaskan penerimaan teknologi. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai teori utama, sedangkan TPB digunakan sebagai teori pendukung dalam menjelaskan perilaku pengguna..

2. Teori *Technology Acceptance Model*

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan teori utama yang digunakan dalam penelitian ini. TAM dipilih karena dikembangkan secara khusus untuk menjelaskan penerimaan dan penggunaan teknologi informasi, termasuk layanan M-Banking. Dibandingkan dengan teori perilaku yang bersifat umum, TAM lebih mampu menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat dalam menerima dan menggunakan suatu teknologi.

Technology Acceptance Model adalah salah satu teori yang dapat digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya suatu sistem informasi. TAM pertama kali dikembangkan oleh Fred Davis tahun 1986 dalam penelitian doktornya. TAM merupakan hasil pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA), yang lebih dahulu dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen pada 1980. *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan model yang dikembangkan oleh Davis (1989) untuk menjelaskan bagaimana seseorang menerima dan menggunakan suatu teknologi. Model ini menyatakan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh dua konstruk utama, yaitu *Perceived Usefulness* (persepsi kegunaan) dan *Perceived Ease of Use* (persepsi kemudahan penggunaan). Kedua konstruk tersebut memengaruhi sikap, minat, dan keputusan seseorang untuk menggunakan suatu sistem teknologi (Wijaya & Witono 2025).

Technology Acceptance Model (TAM) dipilih sebagai teori utama dalam penelitian ini karena dirancang secara khusus untuk menjelaskan penerimaan dan penggunaan teknologi informasi. M-Banking merupakan salah satu bentuk layanan berbasis teknologi yang memerlukan penerimaan dari masyarakat sebagai pengguna. Oleh karena itu, TAM dinilai lebih sesuai sebagai landasan teori dalam menjelaskan minat masyarakat menggunakan Mobile Banking dibandingkan teori perilaku yang bersifat umum.

Dalam perkembangannya, model TAM telah banyak digunakan sebagai dasar penelitian mengenai penerimaan layanan perbankan digital, termasuk M-Banking. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa selain persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan, terdapat faktor-faktor lain yang turut berpengaruh terhadap minat seseorang dalam menggunakan teknologi, seperti kepercayaan, keamanan, risiko, dan tingkat pemahaman pengguna.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan TAM sebagai landasan teoritis untuk menjelaskan perilaku penerimaan teknologi M-Banking. Namun, penelitian ini tidak menggunakan seluruh konstruk asli TAM. Penelitian ini mengembangkan model dengan memfokuskan pada dua variabel, yaitu tingkat pemahaman dan kepercayaan, yang diduga memengaruhi minat masyarakat menggunakan *M-Banking*.

Tingkat pemahaman mencerminkan sejauh mana masyarakat mengetahui fungsi, manfaat, serta cara menggunakan M-Banking. Semakin baik pemahaman masyarakat mengenai layanan tersebut, maka semakin besar kecenderungan masyarakat untuk berminat menggunakan M-Banking. Di sisi lain, kepercayaan mencerminkan keyakinan masyarakat terhadap keamanan, keandalan, dan kerahasiaan transaksi yang dilakukan melalui M-Banking. Semakin tinggi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap layanan M-Banking, maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk menggunakannya.

Dengan demikian, penelitian ini mengadopsi Technology Acceptance Model (TAM) sebagai teori dasar penerimaan teknologi, kemudian mengembangkan model tersebut dengan menggunakan variabel tingkat pemahaman dan kepercayaan sebagai faktor yang memengaruhi minat masyarakat menggunakan M-Banking.

Dalam perkembangannya, *Technology Acceptance Model* (TAM) tidak hanya menggunakan dua konstruk utama, tetapi juga dapat dikembangkan dengan menambahkan variabel eksternal sesuai dengan karakteristik penelitian. Oleh karena itu, penelitian ini mengembangkan model TAM dengan menggunakan variabel pemahaman dan kepercayaan sebagai faktor yang memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan M-Banking.

Berdasarkan penjelasan tersebut, penelitian ini menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) sebagai landasan utama dalam menyusun kerangka berpikir dan hipotesis penelitian. Variabel pemahaman dan kepercayaan dipilih sebagai variabel eksternal yang mendukung model TAM karena kedua variabel tersebut diperkirakan memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan M-Banking.

3. Teori pemahaman

Menurut Benjamin S. Bloom, pemahaman adalah kemampuan seseorang untuk mengerti atau memahami sesuatu setelah sesuatu itu diketahui dan diingat. Dengan kata lain memahami adalah mengetahui tentang sesuatu dan dapat melihatnya dari berbagai segi. Seseorang dikatakan memahami sesuatu apabila ia dapat memberikan penjelasan atau memberikan uraian yang lebih rinci tentang hal itu dengan menggunakan kata-katanya sendiri (Ervinda et al. 2021).

Menurut W. S. Winkel, mengatakan bahwa pemahaman mencakup kemampuan untuk menangkap makna dan arti dari bahan yang dipelajari. Adanya kemampuan ini dinyatakan dalam menguraikan isi pokok dari suatu bacaan, mengubah data yang disajikan dalam bentuk tertentu ke bentuk lain, seperti rumus disajikan dalam bentuk tertentu ke bentuk lain,

seperti rumus matematika ke dalam bentuk kata-kata, membuat perkiraan tentang kecenderungan yang nampak dalam data tertentu, seperti dalam grafik (Riduan, Miftah, & Ridho 2024)

4. Minat

a. Definisi Minat

Minat adalah suatu rasa ingin melakukan kegiatan yang positif. Menurut Slameto “Minat adalah sesuatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh”, (Surya et al. 2021).

Menurut Hurlock (2018:114), minat adalah merupakan sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa saja yang mereka inginkan jika mereka bebas memilih. Oleh karena itu, apa yang dilihat seseorang sudah tentu akan membangkitkan minatnya sejauh apa yang dilihat itu mempunyai hubungan dengan kepentingannya sendiri (Yuliawan, Sofyan, & Ilham 2023)

Menurut wahyuningsih (2019) Minat menggunakan merupakan kecenderungan, keinginan, kegairahan yang tinggi atau rasa ketertarikan kepada suatu hal dan adanya kemauan yang timbul dari dalam individu tanpa ada yang memerintah terhadap sesuatu. Semakin kuat rasa ketertarikan maka semakin besarnya minat, dan sampai akhirnya timbul keinginan untuk menggunakan produk tersebut (Muhammad Ferils & Kamarudin 2022).

Minat untuk menggunakan terdiri dari beberapa indikator, antara lain:

- 1) Keinginan untuk menggunakan Ketertarikan terhadap sistem informasi sehingga muncul rasa penasaran dan rasa ingin menggunakan produk uang *elektronik*.
- 2) Selalu mencoba menggunakan Usaha yang dilakukan untuk terus menggunakan uang elektronik.
- 3) Berlanjut di masa yang akan datang Suatu keterbiasaan, dan kenyamanan dalam penggunaan uang elektronik sehingga merasa

ingin terus menggunakan lebih lama lagi (Priambodo & Prabawani 2016).

Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa minat merupakan keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku agar tercapainya tujuan tertentu. Konsep perilaku itu sendiri adalah tindakan atau kegiatan nyata yang dilakukan. Perilaku dalam konteks penelitian ini dapat berupa perilaku untuk menggunakan *M-Banking*

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Menurut Davis (1989) Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Menggunakan adalah tingkat manfaat, dimana tingkat manfaat merupakan sejauh mana tingkat keuntungan yang didapatkan menggunakan (Permadi & Rinuastuti 2020).

- 1) Faktor tingkat keamanan juga memainkan peran penting dalam mendorong minat penggunaan suatu produk mengindikasikan bahwa kepercayaan terhadap keamanan suatu aplikasi pembayaran digital dapat meningkatkan keinginan pengguna untuk mengadopsinya.
- 2) Faktor tingkat manfaat yang dirasakan juga berkontribusi dalam meningkatkan minat penggunaan suatu produk, tingkat manfaat berdampak signifikan terhadap keputusan seseorang. Bahwa semakin tinggi manfaat yang dirasakan pengguna, semakin besar kemungkinan mereka untuk mengadopsinya.
- 3) Faktor literasi keuangan terbukti berpengaruh terhadap minat penggunaan. Pemahaman keuangan yang baik dapat mendorong individu untuk lebih aktif dalam memanfaatkan suatu produk.
- 4) Faktor fitur layanan memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan. Bahwa semakin menarik dan bermanfaat fitur yang ditawarkan oleh suatu perusahaan semakin besar kemungkinan pengguna untuk tertarik menggunakannya (Zubaidi 2025).

c. Indikator minat

Menurut Slameto (2013) beberapa indikator minat yaitu perasaan senang, perhatian, ketertarikan, dan keterlibatan. Dari

beberapa definisi yang dikemukakan mengenai indikator minat di atas, indikator minat yaitu:

1) Ketertarikan

Ketertarikan berhubungan dengan daya dorong terhadap sesuatu benda, orang, kegiatan atau bisa berupa pengalaman afektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri. Ketertarikan merupakan awal mula individu menaruh minat, sehingga seseorang yang menaruh minat akan tertarik terlebih dahulu terhadap sesuatu. Seseorang yang berminat terhadap suatu objek maka ia akan memiliki perasaan tertarik pada objek tersebut. Ketertarikan ditunjukkan dengan pemusatan perhatian dan perasaan senang

2) Perasaan Senang

Apabila individu memiliki perasaan senang terhadap suatu objek tertentu maka tidak akan ada rasa keterpaksaan untuk melakukan objek tersebut. Perasaan senang terhadap sesuatu objek akan menimbulkan minat pada diri seseorang dan dapat menimbulkan keinginan untuk mempertahankan objek tersebut.

3) Perhatian

Perhatian yaitu pemusatan pengamatan dari individu pada suatu objek yang Menurut individu menarik. Seseorang dikatakan berminat apabila disertai adanya perhatian, yaitu kreativitas jiwa yang tinggi yang semata-mata tertuju pada suatu objek. Jadi seseorang yang berminat terhadap sesuatu objek pasti perhatiannya akan memusat terhadap sesuatu objek tersebut. Seseorang yang memiliki minat pada objek tertentu maka dengan sendirinya dia akan memperhatikan objek tersebut

4) Keterlibatan

Ketertarikan seseorang terhadap suatu objek yang mengakibatkan orang tersebut senang dan tertarik untuk melakukan atau mengerjakan kegiatan dari objek tersebut. Seseorang yang memiliki minat terhadap suatu objek akan berusaha untuk

melakukan objek tersebut dengan baik, dengan rasa ingin tahu yang tinggi, dan mempunyai kesadaran untuk melakukan objek minat tanpa ada yang menyuruh dan memaksa (Septiani et al. 2020)

5. Pemahaman

a. Definisi Pemahaman

Menurut Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, paham berarti faham, mengerti, maklum, mengetahui. Sedangkan pemahaman adalah proses, perbuatan, cara memahami atau memahamkan. Jadi pemahaman merupakan suatu proses dari berjalannya pengetahuan seseorang (Khuzaimah & Hermawan 2018)

Pemahaman merupakan kemampuan untuk menerangkan dan menginterpretasikan sesuatu, ini berarti bahwa seseorang yang telah memahami sesuatu atau telah memperoleh pemahaman akan mampu menerangkan atau menjelaskan kembali apa yang telah ia terima. Selain itu, bagi mereka yang telah memahami tersebut, maka ia mampu memberikan interpretasi atau menafsirkan secara luas sesuai dengan keadaan yang ada di sekitarnya, ia mampu menghubungkan dengan kondisi yang ada saat ini dan yang akan datang (Lestari & Yusri 2024)

b. Tingkat Pemahaman

Tingkat pemahaman Menurut Benjamin S. Bloom terbagi menjadi tiga bagian:

- 1) Paham Tingkat paham dapat diartikan sebagai tingkat pengetahuan yang sudah dapat digunakan untuk menjelaskan apa yang diketahui dengan benar. Meskipun begitu, dalam tingkatan pengetahuan ini, orang yang paham biasanya belum bisa mengaplikasikan apa yang dipahaminya di permasalahan yang sesungguhnya (Dunia nyata).
- 2) Tidak cukup paham Tidak cukup paham adalah kemampuan seseorang menyatakan pendapat hanya sekedar mengetahui yang sumbernya belum biasa dipertanggungjawabkan atau bahkan bisa dibilang masih jadi simpang siur.

- 3) Tidak paham Tingkat tidak paham adalah kemampuan seseorang dalam menanggapi pertanyaan yang diberikan pendapatnya tidak memahami sama sekali apa yang disampaikan (Lestari & Yusri 2024)

c. Faktor yang Mempengaruhi

pemahaman masyarakat terhadap *M-Banking* yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

1) Faktor Internal

Faktor internal merupakan faktor yang ada di dalam diri individu. Berdasarkan teori faktor pemahaman yang mencakup di dalam faktor internal yaitu:

a) Usia

Faktor usia menjadi proses dalam perkembangan mental yang baik, bertambahnya umur seseorang dapat berpengaruh pada pertambahan pemahaman yang diperolehnya, akan tetapi pada umur-umur tertentu atau menjelang usia lanjut kemampuan penerimaan atau mengingat suatu pemahaman akan berkurang.

b) Pengalaman

Faktor pengalaman juga mempengaruhi pemahaman, karena pengalaman adalah sumber dari pemahaman, karena dari pengalaman dapat mempelajari berbagai banyak hal yang dapat diperoleh.

2) Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar diri individu. Berdasarkan teori faktor pemahaman yang mencakup di dalam faktor eksternal yaitu:

a) Pendidikan

Faktor pendidikan juga mempengaruhi pemahaman seseorang, Dimana semakin tinggi Tingkat pendidikan seseorang maka akan semakin mudah dalam menerima informasi, sehingga semakin banyak pula pengetahuan yang dimiliki.

b) Lingkungan

Faktor lingkungan dapat mempengaruhi pemahaman karena dari lingkungan seseorang mempelajari berbagai hal yang dapat memperoleh pengalaman yang sangat berpengaruh dalam pemahaman seseorang. Dari faktor lingkungan ini sangat berpengaruh (Lestari & Yusri 2024)

d. Indikator pemahaman

konsep Menurut Anderson & Krathwohl menjelaskan bahwa bahwa ada 7 indikator antara lain menafsirkan (*interpreting*), memberikan contoh (*exemplifying*), mengklasifikasikan (*classifying*), meringkas (*summarizing*), menarik inferensi (*inferring*), membandingkan (*comparing*), dan menjelaskan (*explaining*). Melalui kemampuan pemahaman tersebut akan membantu memahami suatu konsep. pemahaman konsep diartikan kemampuan untuk menyerap, menerima, dan memahami. Seseorang dikatakan dapat memahami suatu konsep apabila seseorang dapat memberikan penjelasan tentang suatu konsep dengan menggunakan kata-kata sendiri (Janah & Hidayati 2025)

6. Kepercayaan

a. Definisi Kepercayaan

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertindak laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya,

Muhammad (2009:26) mendefinisikan kepercayaan sebagai suatu kondisi di mana salah satu pihak yang terlibat dalam proses pertukaran yakin dengan keandalan dan integritas pihak yang lain. Dengan kata lain kepercayaan tersebut timbul karena ada keyakinan bahwa pihak yang terlibat dalam pertukaran akan memberikan kualitas yang konsisten, jujur, dan bertanggung jawab. Keyakinan ini akan

menimbulkan hubungan baik antara pihak yang terlibat pertukaran (Wulandari 2017)

Menurut Taroreh, Jorie dan Wenas (2015) menyatakan bahwa: Kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk bertumpu pada orang lain dimana kita memiliki keyakinan padanya. Kepercayaan merupakan kondisi mental yang didasarkan oleh situasi seseorang dan konteks sosialnya. Ketika seseorang mengambil keputusan, akan lebih memilih keputusan berdasarkan pilihan dari orang-orang yang lebih dapat dipercaya daripada yang kurang dipercayai (Agustina, Afriana, & Safrina 2018).

Menurut Hartono (2007:398), kepercayaan terhadap teknologi informasi merupakan kepercayaan sentral yang dibentuk dan dipengaruhi oleh faktor-faktor individual, sosial, dan institusional. Teori ini menyatakan bahwa penerimaan teknologi oleh pemakai individual tidak terlepas dari kepercayaan-kepercayaan pemakai terhadap teknologinya. Kepercayaan-kepercayaan mewakili struktur-struktur kognitif yang dikembangkan oleh individual setelah mengumpulkan, memproses, dan mensintesis informasi tentang teknologi informasi, dan memasukkan penilaian-penilaian individual dari bermacam-macam hasil yang berkaitan dengan penggunaan teknologinya (Hidayati, 2011).

Mendefinisikan kepercayaan sebagai sebuah kepercayaan yang dihasilkan dari evaluasi menyeluruh atas tenaga penjualan, produk dan perusahaan. Sedangkan suatu organisasi harus mampu mengenali faktor-faktor yang dapat membentuk kepercayaan tersebut agar dapat menciptakan, mengatur, memelihara, menyokong dan mempertinggi tingkat hubungan dengan pelanggan (Walandouw, Mekel, & Soegoto 2014)

b. Faktor-Faktor Kepercayaan

Faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap yang lain adalah sebagai berikut:

1) Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan adalah sebuah penilaian terkini atas apa yang dapat dilakukan seseorang. Dalam hal ini bagaimana penjual mampu meyakinkan pembeli dan memberikan jaminan kepuasan dan keamanan ketika bertransaksi online. Kemampuan dipengaruhi oleh pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*), dan sikap (*attitude*).

2) Kebaikan Hati (*Benevolence*)

Kebajikan adalah tingkat suatu toko online bertindak atas nama kejahatan konsumen. Dalam sistem e-commerce, kepercayaan pengguna tentang suatu toko online mungkin ditangkap oleh kepercayaan dan tingkat resiko. Sikap salah satu yang baik atau kurang baik. Sesuatu yang memiliki sikap baik akan membentuk niat untuk bertransaksi secara online, kemudian diikuti oleh niat perilaku nyata dalam melakukan transaksi.

3) Integritas (*Integrity*)

Integritas merujuk pada kejujuran dan kebenaran. Dimensi ini adalah yang paling penting saat seseorang menilai apakah orang lain bisa dipercaya atau tidak. Integritas merupakan pondasi utama dalam membangun komunikasi yang efektif. Karena tidak ada persahabatan atau teamwork tanpa ada kepercayaan (*trust*) dan tidak akan ada kepercayaan tanpa ada saling menghargai yang merupakan hukum yang pertama dalam berkomunikasi dengan orang lain. Jika kita membangun komunikasi dengan rasa dan sikap saling menghargai dan menghormati, maka kita dapat membangun kerja sama yang menghasilkan sinergi yang akan meningkatkan efektivitas kinerja kita baik sebagai individu maupun secara keseluruhan sebagai sebuah tim, (Maharsi, 2006)

c. Membangun kepercayaan nasabah

Menurut Peppers dan Rogers, Bahwa unsur-unsur kepercayaan adalah:

1) *Kredibilitas*

Kredibilitas mensyaratkan bahwa klaim pembicara dapat dipercaya. Kredibilitas biasanya diucapkan dengan kata-kata, “Saya bisa percaya dengan apa yang dikatakannya.

2) *Reliabilitas*

Reliabilitas berarti sesuatu yang dapat diandalkan, biasanya berkaitan dengan individu/organisasi. Reliabilitas dilakukan melalui tindakan dengan kata-kata “Saya dapat percaya dengan apa yang akan dilakukannya

3) *Intimacy*

Kata *Intimacy* berhubungan dengan kata integritas yang artinya karyawan. Menjadi karyawan yang berkualitas dan mempunyai prinsip hidup yang kuat. Integritas menunjukkan adanya kesamaan antara apa yang dikatakan dan dilakukan

Semakin maraknya kejahatan internet seperti pembobolan akun (*account hacking*), faktor kepercayaan (*trust*) menjadi hal yang sangat penting dalam menggunakan *M-Banking* dalam melakukan transaksi secara online. Konsep kepercayaan ini berarti para nasabah percaya terhadap kehandalan terhadap bank dalam menjamin keamanan dan kerahasiaan akun nasabah. Keamanan berarti bahwa pengguna sistem informasi itu aman, resiko hilangnya data atau informasi sangat kecil, dan resiko hacking rendah. Sedangkan keberhasilan berarti bahwa segala hal yang berkaitan dengan informasi pribadi pengguna terjamin keberhasilannya.

d. Indikator Kepercayaan

Menurut Maharani (2010) terdapat empat indikator dalam variabel kepercayaan yaitu;

1) Kehandalan

Kehandalan merupakan konsisten dari serangkaian pengukuran. Kehandalan dimaksudkan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan kepada nasabah dengan segera, akurat, dan memuaskan..

2) Kejujuran

Bagaimana Perbankan menawarkan produk yang sesuai dengan informasi yang diberikan perbankan kepada nasabahnya.

3) Kepedulian

Merupakan sikap empati yang tinggi yang dapat dirasakan pihak bank mampu memberikan solusi permasalahan nasabahnya.

4) Kredibilitas

Penyelenggaraan mekanisme operasional transaksi elektronik perbankan yang jujur dan dapat dipercaya (Sulle, 2022).

7. M-Banking.

a. Pengertian M-Banking

M-Banking adalah istilah yang digunakan untuk sistem perbankan zaman baru. M-Banking juga disebut sebagai perbankan online dan merupakan hasil dari perbankan. *M-Banking* menggunakan internet sebagai saluran pengiriman yang digunakan untuk melakukan aktivitas perbankan, misalnya, mentransfer dana, membayar tagihan, melihat saldo rekening giro dan tabungan, membayar hipotek dan pembelian instrumen keuangan dan sertifikat deposito. Di Indonesia *M-Banking* lebih efektif di perkotaan dibandingkan dengan pedesaan. Hal ini karena masyarakat perkotaan lebih familiar dengan menggunakan Bank sebagai tempat kegiatan keuangan ketimbang masyarakat yang tinggal di pedesaan. Bagi masyarakat perkotaan *M-Banking* merupakan alat pengelolaan keuangan yang baik bagi orang-orang sibuk sehingga

mempermudah dan mengefisienkan waktu mereka, yang mula menjadi tuntutan dari sebagian nasabah bank, seperti servis ATM dan *phone banking* (Rusdianti et al. 2017).

b. Indikator-Indikator Penggunaan *M-Banking*

M-Banking merupakan fasilitas yang disediakan perbankan yang memiliki fungsi untuk memberikan kemudahan kepada nasabah dalam berbagai aktivitas transaksi perbankan tanpa harus datang ke kantor, transaksi menggunakan fasilitas *M-Banking* membuat kanal tanpa batas terhadap pelayanan yang dibutuhkan antara nasabah dengan pihak bank. Keunggulan yang dimiliki oleh fasilitas *M-Banking* yakni nasabah bisa melakukan aktifitas transaksi dimana pun dan kapan pun tanpa dibatasi oleh waktu pelayanan jam operasional bank. Indikator Layanan *M-Banking* Menurut indikator layanan electronic banking adalah sebagai berikut:

- 1) Efisiensi (efficiency), yaitu memampukan bank untuk membuat situs yang mudah dan sederhana untuk digunakan nasabah.
- 2) Pemenuhan janji (fulfillment), yaitu kesediaan bank untuk memenuhi pengiriman pesan dan informasi yang dijanjikan pada nasabah.
- 3) Kesediaan sistem beroperasi (system availability), yaitu kemampuan bank membuat fungsi teknis yang benar pada situs bank.
- 4) Privasi (privacy), yaitu tingkat kemampuan bank memberikan kepercayaan kepada nasabah agar merasa aman, bebas dari resiko dan keragu-raguan.
- 5) Jaminan/kepercayaan (assurance/trust), yaitu kemampuan bank atau karyawan memberikan pelayanan yang dapat menimbulkan kepercayaan nasabah kepada bank.
- 6) Tampilan situs (site aesthetic), yaitu kemampuan bank membuat situs yang memiliki penampilan atau keindahan yang muncul pada *web site* (Lutfiani et al. 2024).

B. Penelitian yang relevan

Penelitian terdahulu yang menjadi referensi utama penelitian ini terlihat dalam tabel 2.1 berikut ini

Tabel 2. 1
Penelitian terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Peneliti	Hasil Analisis
Kartika	“Pengaruh Pengetahuan Nasabah terhadap Minat Menggunakan Layanan <i>M-Banking</i> di PT. Bank Tabungan Negara Parepare	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan nasabah memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan <i>M-Banking</i> pada PT. Bank Tabungan Negara Parepare	Nilai t-hitung = 8,732 Nilai t-tabel = 1,660 Tingkat signifikan 5% Karena t-hitung > t-tabel, maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan nasabah secara signifikan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan <i>M-Banking</i>
Priestiani Putri Rahayu	Pengaruh Tingkat Kegunaan, Tingkat Kemudahan, Tingkat Kepercayaan, dan	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Tingkat kegunaan	Dari analisis statistik yang dilakukan: Variabel tingkat kegunaan,

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Peneliti	Hasil Analisis
	Tingkat Kenyamanan terhadap Minat Penggunaan <i>M-Banking</i> (Studi Empiris pada Mahasiswa di Yogyakarta)		berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>M-Banking</i> . Tingkat kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>M-Banking</i> . Tingkat kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>M-Banking</i> . Tingkat kenyamanan juga berpengaruh positif terhadap minat penggunaan <i>M-</i>	kemudahan, kepercayaan, dan kenyamanan secara parsial maupun simultan mempengaruhi minat penggunaan <i>M-Banking</i> . Model penelitian menunjukkan bahwa faktor tingkat pengguna terhadap teknologi sangat menentukan penerimaan layanan <i>M-Banking</i> di kalangan mahasiswa. Hasil ini mendukung teori Technology Acceptance Model (TAM) yang

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Peneliti	Hasil Analisis
			<i>Banking.</i> Artinya, semakin besar manfaat, kemudahan, kepercayaan, dan kenyamanan yang dirasakan pengguna, maka semakin tinggi minat menggunakan layanan <i>M-Banking</i>	menyatakan bahwa kegunaan dan kemudahan merupakan faktor penting dalam penerimaan teknologi.
Dara Saputri	pengaruh Kemudahan, Daya Guna, Kenyamanan, Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Pengguna <i>M-Banking</i> Pada PT Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tanjung Karang	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan <i>M-Banking</i> . Daya guna tidak	Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa: Variabel kenyamanan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah dengan nilai: $t \text{ hitung} = 2,222 > t \text{ tabel} =$

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Peneliti	Hasil Analisis
			berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan <i>M-Banking</i>	1,690 signifikansi = $0,034 < 0,05$ Secara simultan (bersama-sama) variabel: kemudahan daya guna kepercayaan kenyamanan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan <i>M-Banking</i> , dengan hasil: $F \text{ hitung} = 5,878 > F \text{ tabel} = 2,69$ signifikansi = $0,001 < 0,05$
Ahmad Sahri Romadon	Pengaruh Kemudahan terhadap Keputusan Menggunakan <i>M-Banking</i> pada BNI 46 KC Karangayu Semarang dengan	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Kemudahan teknologi berpengaruh positif dan signifikan	Minat nasabah dan kepercayaan terbukti menjadi variabel mediasi antara kemudahan dan keputusan menggunakan

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Peneliti	Hasil Analisis
	Minat Nasabah dan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi		<p>terhadap minat nasabah.</p> <p>Kemudahan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah.</p> <p>Kemudahan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan <i>M-Banking</i>.</p> <p>Minat nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan <i>M-Banking</i>.</p> <p>Kepercayaan nasabah</p>	<p><i>M-Banking</i>.</p> <p>Artinya, semakin mudah sistem <i>M-Banking</i> digunakan, maka: minat nasabah meningkat, kepercayaan nasabah meningkat, dan akhirnya keputusan menggunakan <i>M-Banking</i> juga meningkat.</p>

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Peneliti	Hasil Analisis
			berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan <i>M-Banking</i>	
SILVA TASIN.	Pengaruh Pemahaman Masyarakat Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah (Studi Kasus Masyarakat Kampung Kodo Kecamatan Wenang Kota Manado)	kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah	<p>Nilai t hitung = 9,630</p> <p>Nilai signifikansi = $0,000 < 0,05$</p> <p>Artinya variabel pemahaman masyarakat berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah.</p> <p>Nilai R Square = 0,507</p> <p>Artinya pengaruh pemahaman masyarakat terhadap minat menjadi nasabah sebesar 50,7%,</p>

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Peneliti	Hasil Analisis
				sedangkan 49,3% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian

C. Hubungan Antar Variabel

1. Pengaruh pemahaman terhadap Minat Menggunakan *M-Banking*

Menurut Benjamin S. Bloom, pemahaman adalah kemampuan seseorang untuk mengerti atau memahami sesuatu setelah sesuatu itu diketahui dan diingat. Dengan kata lain memahami adalah mengetahui tentang sesuatu dan dapat melihatnya dari berbagai segi. Seseorang dikatakan memahami sesuatu apabila ia dapat memberikan penjelasan atau memberikan uraian yang lebih rinci tentang hal itu dengan menggunakan kata-katanya sendiri (Ervinda et al. 2021).

Pemahaman berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan Bank syariah. Dimana Seseorang yang mempunyai informasi berupa pengetahuan mengenai bank syariah berarti telah mengenal bank syariah baik secara langsung maupun tidak langsung. Semakin tinggi pemahaman masyarakat terhadap bank syariah maka akan semakin tinggi pula minat masyarakat untuk menggunakan bank syariah tersebut (Riduan et al. 2024).

Teori tersebut sesuai dengan penelitian Silva Tasin, menyatakan bahwa tingkat pemahaman masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *M-Banking*.

2. Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan *M-Banking*

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertindak laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan

yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya (Perkasa & Rustam n.d.)

Kepercayaan merupakan hal terpenting yang harus ada sejak awal, karena kepercayaan dapat berpengaruh sangat kuat dalam memilih suatu produk jasa. Karena tidak semua orang dapat dengan mudahnya percaya dengan apa yang telah disediakan oleh bank, nasabah akan selalu memperhatikan setiap aspek-aspek yang dapat menjamin keamanan serta kenyamanan dalam melakukan transaksi. Maka dari itu pihak bank harus menyediakan sistem yang baik. Apabila suatu sistem *M-Banking* berjalan dengan baik, maka dapat memberikan keamanan dan kenyamanan nasabah dalam bertansaksi. Kepercayaan dalam menggunakan *M-Banking* dapat mendorong minat dan loyalitas bagi penggunanya.

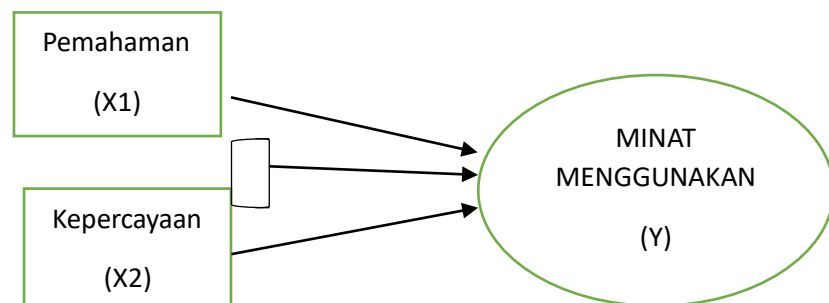
Teori tersebut sesuai dengan penelitian Ahmad Sahri Romadon, menyatakan bahwa tingkat kepercayaan yang dilakukan oleh nasabah berpengaruh positif terhadap pengguna *M-Banking*.

D. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan perlengkapan peneliti untuk menganalisa perencanaan dan beragumentasi kecenderungan asumsi ke mana akan dilabuhkan, penelitian kuantitatif kecenderungan akhirnya adalah diterima atau ditolak hipotesis penelitian tersebut, sedangkan penelitian yang berebentuk pernyataan atau narasi-narasi peneliti bertolak dari data dan memanfaatkan teori yang digunakan sebagai bahan penjelasan dan berakhir dengan pembaharuan suatu pernyataan atau hipotesa

Menurut Widayat dan Amirullah (2002) kerangka berpikir atau juga disebut sebagai kerangka konseptual merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berbubungan dengan berbagaifaktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berpikir juga menjelaskan sementara terhadap gejala yang menjadi masalah (objek) penelitian. Alur berpikir yang didasarkan pada teori-teori terdahulu dan juga pengalaman-pengalaman empiris, merupakan dasar untuk menyusun kerangka berpikir yang berguna

untuk membangun suatu hipotesis. Dengan demikian kerangka berpikir merupakan dasar penyusunan hipotesa (Syahputri, Fallenia, & Syafitri 2023)



Gambar 2. 1
Kerangka Berpikir

Keterangan

X1 : Pemahaman

X2 : Kepercayaan

Y : Minat

Berdasarkan kerangka Berpikir di atas maka dijelaskan bahwa:

1. Minat menggunakan *M-Banking* (Y) merupakan variabel dependen.
2. Pengaruh pemahaman (X1) sebagai variabel independen.
3. Pengaruh kepercayaan (X2) sebagai variabel independen.

Skema di atas dijelaskan bahwa salah satu penyebab agar dapat menarik minat nasabah sehingga menggunakan *M-Banking*, maka bank dapat memberikan pemahaman dan kepercayaan seperti memberikan layanan yang memudahkan dipahami nasabah untuk bertransaksi melalui *M-Banking*. Faktor kepercayaan dan pemahaman penggunaan yang ditawarkan oleh bank sebagai penyedia layanan *M-Banking*. Dengan adanya faktor-faktor tersebut maka dapat mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan *M-Banking*.

E. Hipotesis

Berdasarkan uraian dalam kerangka berpikir yang telah dijelaskan sebelumnya, maka disusun hipotesis penelitian yang merupakan dugaan sementara mengenai hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Hipotesis ini dirumuskan berdasarkan teori, hasil penelitian terdahulu, serta

hubungan logis yang dibangun dalam kerangka berpikir antara pemahaman dan kepercayaan terhadap minat menggunakan *M-Banking*:

Ho1: Tidak Terdapat pengaruh signifikan tingkat pemahaman terhadap minat dalam menggunakan *M-Banking* di Jorong Silayang Julu, Nagari Batahan Utara

Ha1: Terdapat pengaruh signifikan tingkat pemahaman terhadap minat dalam menggunakan *M-Banking*, di Jorong Silayang Julu, Nagari Batahan Utara

Ho2: Tidak Terdapat pengaruh signifikan tingkat kepercayaan terhadap minat dalam menggunakan *M-Banking*, di Jorong Silayang Julu, Nagari Batahan Utara

Ha2: Terdapat pengaruh signifikan Tingkat Kepercayaan terhadap minat dalam menggunakan *M-Banking*, di Jorong Silayang Julu, Nagari Batahan Utara

Ho3: Tidak Terdapat pengaruh signifikan Tingkat Pemahaman dan Tingkat Kepercayaan terhadap minat dalam menggunakan *M-Banking*, di Jorong Silayang Julu, Nagari Batahan Utara

Ha3: Terdapat pengaruh signifikan tingkat pemahaman dan tingkat kepercayaan terhadap minat dalam menggunakan *M-Banking*, di Jorong Silayang Julu, Nagari Batahan Utara

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *field research* (penelitian lapangan), yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data langsung dari responden di lapangan untuk memperoleh informasi faktual tentang fenomena yang diteliti. *Field research* digunakan apabila peneliti ingin mendapatkan gambaran nyata dari objek yang sedang diteliti dalam konteks waktu dan tempat tertentu (Sugiyono 2013).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, Pendekatan ini menekankan pada penggunaan angka, statistik, dan pengukuran untuk memahami fenomena, menganalisis hubungan antara variabel, serta menguji hipotesis penelitian (Muslimin et al. 2024).

Penelitian ini menggunakan metode korelasi untuk mengetahui hubungan antara variabel independen Pemahaman dan Kepercayaan terhadap variabel dependen Minat Menggunakan *M-Banking*.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat

Tempat penelitian dilakukan di Jorong Silayang Julu, Nagari Batahan Utara, Kabupaten Pasaman Barat dari bulan Februari 2026. Yang mana data dalam penelitian ini di peroleh dari masyarakat Setempat yaitu Jorong Silayang Julu.

2. Waktu

Tabel 3. 1
Waktu penelitian

No	Uraian Kegiatan	2026				
		Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
1.	Pengajuan proposal					
2.	Bimbingan proposal					
3.	Seminar proposal					
4.	Penelitian dan pengolahan data					
5.	Bimbingan skripsi					
6.	Munaqasah					

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan objek atau individu sebagai acuan yang akan diteliti peneliti. Populasi mengacu pada semua orang, benda, peristiwa, atau segala hal lain yang memiliki karakteristik tertentu yang akan di teliti oleh peneliti (Khotimah et al. 2025).

Populasi merujuk pada seluruh kelompok atau elemen yang memiliki karakteristik tertentu yang ingin diteliti. Populasi bisa terdiri dari individu, objek, kejadian, atau apapun yang relevan dengan penelitian yang dilakukan (Jailani & Jeka 2023) Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi sasaran dalam suatu penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Jorong Silayang Julu, Nagari Batahan Utara yang memiliki karakteristik sesuai dengan tujuan penelitian mengenai minat menggunakan layanan *M-Banking*.

Berdasarkan data kependudukan yang diperoleh peneliti, jumlah keseluruhan penduduk Jorong Silayang Julu adalah 188 jiwa. Namun, jumlah tersebut merupakan keseluruhan penduduk dan tidak seluruhnya dapat dijadikan sebagai populasi sasaran penelitian, karena penelitian ini memiliki kriteria responden tertentu. Oleh karena itu, populasi sasaran

dalam penelitian ini dibatasi pada masyarakat yang berusia minimal 17 tahun, berdomisili di Jorong Silayang Julu, serta memiliki atau pernah menggunakan layanan perbankan.

Pembatasan populasi tersebut dilakukan agar anggota populasi yang diteliti benar-benar memiliki karakteristik yang relevan dengan variabel penelitian, yaitu tingkat pemahaman, tingkat kepercayaan, dan minat menggunakan M-Banking. Dengan demikian, populasi penelitian tidak didasarkan semata-mata pada keseluruhan jumlah penduduk Jorong Silayang Julu, tetapi pada masyarakat yang memenuhi karakteristik sebagai responden penelitian.

2. Sampel

Sampling adalah teknik (prosedur atau perangkat) yang digunakan oleh peneliti untuk secara sistematis memilih sejumlah item atau individu yang relatif lebih kecil (subset) dari populasi yang telah ditentukan sebelumnya untuk dijadikan subjek (sumber data) untuk observasi atau eksperimen sesuai tujuan (Firmansyah 2022).

Menurut (Sugiyono 2013), sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi dalam penelitian terlalu besar dan peneliti tidak mampu mempelajari seluruh senaga, maupun waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang elemen yang ada di dalam populasi, misalnya karena keterbatasan dana, diambil dari populasi tersebut.

Hasil penelitian yang diperoleh dari sampel kemudian dapat digeneralisasikan atau diberlakukan terhadap seluruh populasi, dengan catatan bahwa sampel yang digunakan benar-benar dapat mewakili karakteristik populasi yang diteliti. Berdasarkan data kependudukan, jumlah penduduk Jorong Silayang Julu sebanyak 188 jiwa, yang terdiri atas 30 jiwa lansia, 79 jiwa orang tua, 52 jiwa remaja, dan 27 jiwa anak-anak. Berdasarkan pengelompokan tersebut, terdapat 161 jiwa yang berada pada kelompok usia selain anak-anak. Kelompok tersebut dipandang sebagai populasi potensial, karena secara karakteristik usia memiliki

kemungkinan untuk memenuhi kriteria sebagai responden penelitian, khususnya terkait pengalaman dengan layanan perbankan.

Namun demikian, jumlah 161 jiwa tersebut tidak secara otomatis dinyatakan seluruhnya sebagai masyarakat yang memiliki pengalaman menggunakan layanan perbankan. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 2
Kriteria sampel

No	Kriteria sampel
1	Berdomisili di jorong silayang julu
2	Berusia minimal 17 tahun
3	Pernah menggunakan layanan perbankan
4.	Memiliki <i>smartphone</i>
5	Bersedia di wawancarai

Berdasarkan kriteria tersebut, penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yaitu penentuan sampel berdasarkan pertimbangan dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan peneliti. Teknik ini digunakan karena tidak semua anggota populasi potensial memiliki karakteristik yang sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Jumlah penduduk 188 dikurangi 27 anak-anak = 161 orang usia potensial, dilakukan *screening* berdasarkan kriteria dipilih 65 responden secara purposive. Dengan demikian, 161 bukan langsung disebut populasi pengguna perbankan, melainkan populasi potensial/kerangka sasaran awal. Dan $65/161 = 40,37\%$, atau sekitar 40%.

Dari populasi potensial tersebut, Dan $65/161 = 40,37\%$, atau sekitar 40%. Diperoleh 65 orang responden yang memenuhi kriteria penelitian dan bersedia berpartisipasi sebagai responden. Dengan demikian, proporsi responden yang berhasil diperoleh adalah sebesar 40% dari 161 jiwa populasi potensial. Jumlah tersebut digunakan sebagai sampel penelitian dan selanjutnya dianalisis dengan teknik regresi linear berganda.

D. Instrumen Penelitian

1. Validasi Instrumen

Validasi instrumen merupakan bagian yang sangat penting dalam pengembangan instrumen penelitian. Tujuan dilakukannya validasi instrumen adalah untuk mengetahui apakah instrumen layak atau tidak layak.

a. Validasi Ahli

Responden pada validasi ahli atau *expert judgement* adalah para ahli atau pakar dalam bidang terkait dengan instrumen yang dikembangkan. Tujuan pelaksanaan validasi ahli adalah untuk mengetahui kelayakan instrumen berdasarkan penilaian dan pertimbangan para ahli. Tugas para ahli dalam validasi instrumen ini adalah *merifiew instrumen* awal yang dirancang peneliti (Adib 2019).

2. Skala Likert

Untuk mengumpulkan data dalam suatu penelitian, peneliti dapat menggunakan instrumen yang telah tersedia dan dapat pula menggunakan instrumen yang dibuat sendiri. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa *kuesioner*. Untuk mengembangkan instrumen hal yang peneliti lakukan adalah merancang instrumen yang akan diteliti, kemudian peneliti menyusun instrumen tersebut untuk diuji cobakan, kemudian setelah diuji cobakan maka instrumen dianalisis, sehingga diperoleh instrumen yang akurat (*valid*) dan andal (*realibel*).

Indikator *kuesioner* peneliti akan diukur dengan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan tingkat seorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono 2018). Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikatorlah yang dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Berikut kategori skala likert:

Tabel 3. 3
Kategori Skala Likert

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

Sumber: (Sugiyono, 2018)

Menurut (Sugiyono 2013), Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala hal yang ditentukan oleh peneliti untuk dianalisis agar bisa mendapatkan informasi mengenai hal tersebut, lalu diambil kesimpulannya. Variabel penelitian pada umumnya terdiri dari dua jenis, yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel dependen yang digunakan yaitu minat masyarakat dalam menggunakan *M-banking*. Variabel independen (bebas) merupakan variabel yang berperan sebagai faktor yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel dependen. Variabel independen sering juga disebut sebagai variabel prediktor. Dalam penelitian ini, variabel independen yang diteliti adalah Tingkat pemahaman dan kepercayaan masyarakat, yang diduga memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat dalam menggunakan *M-banking*, khususnya pada masyarakat Jorong Silayang Julu.

Tabel 3. 4
Kisi-Kisi Instrumen

No	Variabel	Indikator	Jumlah Pertanyaan	Sumber
1	Pemahaman:	<ul style="list-style-type: none"> ➤ menafsirkan (interpreting), ➤ memberikan contoh (exemplifying), ➤ mengklasifikasikan (classifying), ➤ meringkas 	14	(Janah and Hidayati 2025)

		(summarizing), ➤ menarik inferensi (inferring), ➤ membandingkan (comparing) ➤ menjelaskan (explaining).		
2	Kepercayaan:	➤ Kehandalan ➤ Kejujuran ➤ Kepedulian ➤ kredibilitas	8	(Sulle 2022)
3	Minat:	➤ ketertarikan ➤ perasaan senang ➤ perhatian ➤ keterlibatan	8	Septiani et al. 2020)

E. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang terkait dengan penelitian yang peneliti lakukan sebagai berikut:

1. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan pemberian serangkaian pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Teknik ini banyak digunakan dalam penelitian karena memungkinkan pengumpulan data dari banyak responden dengan waktu dan biaya yang lebih efisien. Teknik ini menggunakan pertanyaan tertulis yang dijawab secara mandiri oleh responden, baik dalam bentuk kuesioner daring maupun cetak (Udi & Didin 2018).

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik mengumpulkan data dengan mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan, dokumen, buku dan lain sebagainya (Arikunto 2010). Teknik ini digunakan untuk memperoleh data seperti sejarah tentang tempat penelitian, profil dan lain sebagainya.

F. Teknik Analisis Data

Menurut sugiyono, teknik analisis data kuantitatif adalah suatu kegiatan setelah data dari keseluruhan responden atau sumber data lain yang

terkumpul, tujuan menganalisis data adalah untuk melakukan pengujian hipotesis dan menjawab rumusan masalah yang telah diajukan dalam data-data yang diperoleh dengan mengolahnya menggunakan teknik kuantitatif. Berikut model statistik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Uji Instrument Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji kemampuan kuesioner sehingga dapat benar-benar mengukur apa yang akan diukur. Uji validitas dihitung dengan cara menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan hasil total pengamatan. Validitas menunjukkan seberapa jauh tes dari operasi-operasi mengukur apa yang sebenarnya diukur. Validitas berhubungan dengan kenyataan, juga berhubungan dengan tujuan dari pengukuran (Jogianto 2007).

Signifikan r tabel ditentukan dengan cara menghitung tabel r dengan ketentuan $df = n - 2$ dengan sig 5%, di mana n adalah jumlah responden.

Tabel 3. 5
Uji validasi variabel pemahaman

X1	R Hitung	R Tabel (N=30)	Keterangan
X1.1	0, 651	0,361	Valid
X1.2	0, 523	0,361	Valid
X1.3	0, 781	0,361	Valid
X1.4	0, 829	0,361	Valid
X1.5	0, 648	0,361	Valid
X1.6	0, 663	0,361	Valid
X1.7	0,776	0,361	Valid
X1.8	0,738	0,361	Valid
X1.9	0,602	0,361	Valid
X1.10	0,625	0,361	Valid
X1.11	0,718	0,361	Valid
X1.12	0,622	0,361	Valid
X1.13	0,844	0,361	Valid
X1.14	0,872	0,361	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS.25

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap variabel Pemahaman (X1), diketahui bahwa seluruh 14 butir pernyataan nilai r hitung $>$ r tabel sebesar 0,361. Nilai r hitung berkisar antara 0,523 hingga 0,872. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan pada variabel Pemahaman (X1) dinyatakan valid.

Tabel 3. 6
Uji validasi variabel kepercayaan

X2	R Hitung	R Tabel (N=30)	Keterangan
X2.1	0, 797	0,361	Valid
X2.2	0, 456	0,361	Valid
X2.3	0, 740	0,361	Valid
X2.4	0, 822	0,361	Valid
X2.5	0, 775	0,361	Valid
X2.6	0, 623	0,361	Valid
X2.7	0, 824	0,361	Valid
X2.8	0, 760	0,361	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS.25

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dalam instrumen Variabel X2 nilai yang didapatkan dinyatakan valid. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai r hitung (*Pearson Correlation*) dengan r tabel, dan hasilnya menunjukkan bahwa r hitung $>$ dari r tabel sehingga hasilnya adalah valid.

Tabel 3. 7
Uji validasi variabel kepercayaan

Y	R Hitung	R Tabel (N=30)	Keterangan
Y.1	0, 804	0,361	Valid
Y.2	0, 672	0,361	Valid
Y.3	0, 603	0,361	Valid
Y.4	0, 857	0,361	Valid
Y.5	0, 757	0,361	Valid
Y.6	0, 834	0,361	Valid
Y.7	0, 788	0,361	Valid
Y.8	0, 633	0,361	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS.25

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dalam instrumen Variabel Y nilai yang didapatkan dinyatakan valid. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai r hitung (*Pearson Correlation*) dengan r tabel, dan hasilnya menunjukkan bahwa r hitung $>$ dari r tabel sehingga hasilnya adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabilitas atau handal ketika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Maka semakin tinggi tingkat reliabilitas suatu alat pengukur maka semakin stabil alat pengukur tersebut. Dalam SPSS diberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $>$ 0,60 (Ghozali 2016).

Tabel 3. 8
Uji reliabilitas variabel pemahaman

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.923	14

Sumber: Data diolah dengan SPSS.25

Berdasarkan hasil analisis pada tabel di atas, nilai *Cronbach's Alpha* variabel pemahaman (X1) adalah 0.923. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pernyataan tersebut reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0.60.

Tabel 3. 9
Uji reliabilitas variabel pemahaman

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.892	8

Sumber: Data diolah dengan SPSS.25

Berdasarkan hasil analisis pada tabel di atas, nilai *Cronbach's Alpha* variabel kepercayaan (X2) adalah 0.892. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pernyataan tersebut reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0.60.

Tabel 3. 10
Uji reliabilitas variabel pemahaman

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.883	8

Sumber: Data diolah dengan SPSS.25

Berdasarkan hasil analisis pada tabel di atas, nilai *Cronbach's Alpha* variabel minat (Y) adalah 0.883. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pernyataan tersebut reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0.60.

Tabel 3. 11
Hasil Uji reliabilitas

Vaeiabel	Minimal Cronbach Alpha	Cronbach Alpha	keterangan
X1	0.06	0,923	Reliabel
X2		0,892	Reliabel
Y		0,883	Reliabel

Sumber: Data diolah dengan SPSS.25

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah residual dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan metode *Shapiro-Wilk* karena jumlah sampel penelitian sebanyak 65 responden. Uji *Shapiro-Wilk* dipilih karena sesuai untuk menguji normalitas pada sampel kecil hingga sedang (Gujarti 2006).

Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan nilai signifikansi (Sig.), yaitu apabila

- 1) nilai Sig. $> 0,05$ maka residual dinyatakan berdistribusi normal,
- 2) apabila nilai Sig. $\leq 0,05$ maka residual dinyatakan tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolineritas

Multikolineritas adalah suatu kondisi dimana terjadi korelasi antara variabel bebas atau antar variabel bebas tidak bersifat saling bebas. Uji ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah pada suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent (Ghozali 2016). Uji multikolineritas menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolineritas. Gejala multikolineritas adalah gejala korelasi antar variabel independen. Gejala ini ditunjukkan dengan korelasi yang signifikan antar variabel independen. Jika terjadi gejala multikolineritas, salah satu langkah untuk memperbaiki model adalah dengan menghilangkan variabel dari model regresi. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas atau tidak terjadi multikolineritas. Pengujian dapat dilakukan dengan uji korelasi masing-masing variabel independent, menggunakan nilai VIF. Pada praktiknya lebih banyak menggunakan nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF) pada model regresi. Kriteria pengambilan keputusan terkait uji multikolineritas adalah sebagai berikut: (Ghozali 2016)

- 1) Apabila nilai VIF > 10 atau jika tolerance value < 0.1 maka terjadi multikolineritas.
- 2) Apabila nilai VIF < 10 atau jika tolerance value > 0.1 maka tidak terjadi multikolineritas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variace dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variace dari residual tetap disebut homoskedastisitas, jika berbeda disebut heteroskedastisitas (tidak terjadi heteroskedastisitas). Dikatakan bebas dari heterokedastisitas

kalau signifikan $> 0,05$, tetapi kalau $< 0,05$ itu telah mengandung masalah heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya lakukan dengan uji Glejser yaitu meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen, (Firsti et al. 2022)

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda ini dilakukan untuk menganalisis adanya hubungan atau tidak variabel dependen terhadap variabel independen. Variabel independen pemahaman (X1), Dan kepercayaan (X2), terhadap variabel dependen Minat menggunakan (Y) dalam penelitian ini akan diuji dengan menggunakan SPSS 25, Persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut: Rumus: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$

Keterangan

Y : minat menggunakan *M-Banking*

a : konstanta

b1, b2, b3 : koefisien regresi

X1 : pemahaman

X2 : kepercayaan

e : residual error, (Hibur et al. n.d.)

4. Uji Hipotesis

a. Uji Secara Parsial (statistik-t)

Pengujian hipotesis dengan uji statistik-t adalah untuk melihat pengaruh variabel bebas (independent) terhadap variabel terikat (dependent) secara parsial dilakukan dengan uji statistic-t ini (Ekasari 2018). Selanjutnya bandingkan dengan t-tabel disesuaikan, adapun cara mencari t-tabel dapat menggunakan rumus :

$$t\text{-tabel} = N - K$$

Dimana :

N = Jumlah sampel

K = Jumlah variabel independent

- 1) Jika nilai signifikan > 0.05 atau $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Dengan demikian H_0 diterima dan H_a ditolak.
- 2) Jika nilai signifikan < 0.05 atau $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima.

b. Uji Secara Simultan (Statistik-f)

Menurut Hardius (2020) menyatakan bahwa uji secara simultan (sstatisticf) diperuntukan guna melakukan uji hipotesis koefisien (slope) regresi secara bersamaan. Adapun cara pengujian baik dalam regresi yaitu dengan menggunakan suatu tabel yang disebut dengan tabel analysis of variance (ANOVA). Cara mencari f-tabel dapat menggunakan rumus :

$$f\text{-tabel} = N - K - 1$$

Dimana :

N = Jumlah sampel

K = Jumlah variabel independent Kriteria pengambilan keputusan uji statistic-f sebagai berikut :

- 1) Jika nilai signifikan > 0.05 atau $f\text{-hitung} < f\text{-tabel}$ maka variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Dengan demikian H_0 diterima dan H_a ditolak.

Jika nilai signifikan < 0.05 atau $f\text{-hitung} > f\text{-tabel}$ maka variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima

5. Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi R^2 pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir

semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti yang menganjurkan untuk menggunakan nilai R-Square dalam menganalisis model regresi.

Nilai R-Square dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model. Semakin besar presentasinya maka dapat dikatakan variabel bebas (X) memiliki kontribusi atau peran yang besar dalam mempengaruhi Variabel terikat, sedangkan sisa presentasinya merupakan Variabel bebas lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Sebaliknya semakin kecil presentasinya maka semakin kecil kontribusi atau peran Variabel bebas (X) dalam mempengaruhi variabel terikat, (Sehangunaung, 2023).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Jorong Silayang Julu

Jorong Silayang Julu merupakan bagian dari wilayah pemekaran Nagari Batahan Utara, Kecamatan Ranah Batahan, Kabupaten Pasaman Barat, Sumatera Barat. Nagari Batahan Utara resmi dimekarkan pada akhir tahun 2021, memisahkan diri dari Nagari Induk Batahan yang awalnya membawahi 26 jorong. Pemekaran ini dilakukan untuk memperpendek rentang kendali pemerintahan, meningkatkan pelayanan publik, serta mempercepat pembangunan infrastruktur dan pemberdayaan masyarakat di wilayah tersebut. Wilayah Ranah Batahan dikenal memiliki keberagaman etnis, seperti percampuran budaya Minangkabau dan Mandailing. Masyarakat di kawasan Silayang dan sekitarnya masih memegang teguh nilai-nilai adat tradisional, seperti pelestarian kesenian tari Tor-tor dan ronggeng Pasaman sebagai identitas budaya dan sarana pembauran

Kecamatan Ranah Batahan berada pada koordinat 00° 19' Lintang Utara hingga 00° 30' Lintang Utara serta 99° 19' Bujur TUMur hingga 99° 35' Bujur TUMur. Sebagai bagian dari Nagari Batahan Utara (hasil pemekaran Nagari Batahan), wilayah Silayang Julu berada di area paling utara yang berbatasan langsung dengan provinsi tetangga.

Secara umum, batas wilayah di sekitar kawasan jorong ini mengikuti batas makro Ranah Batahan dan Nagari Batahan Utara, yaitu:

- a. Sebelah Utara: Berbatasan langsung dengan Kabupaten Mandailing Natal, Provinsi Sumatera Utara.
- b. Sebelah Selatan: Berbatasan dengan wilayah jorong lain di Nagari Batahan Tengah atau Selatan.

- c. Sebelah TUmur: Berbatasan dengan Nagari Parit (Kecamatan Koto Balingka).
- d. Sebelah Barat: Berbatasan dengan wilayah Provinsi Sumatera Utara.

Wilayah Nagari Batahan Utara berada pada rentang ketinggian antara 20 hingga 856 meter di atas permukaan laut (mdpl). Silayang Julu sendiri menempati area dataran tinggi/perbukitan (hulu sungai) Wilayah ini didominasi oleh topografi perbukitan dan pegunungan (sekitar 55%) serta sebagian dataran rendah (45%). Kondisi tanahnya yang subur sangat mendukung sektor agraris. Suhu rata-rata di kawasan ini berkisar antara 20 °C s/d 25 °C, menjadikannya kawasan yang relatif sejuk dibanding wilayah pesisir Pasaman Barat. Wilayah ini dialiri oleh aliran hulu Sungai Batang Silayang dan termasuk dalam bagian Wilayah Sungai (WS) Batang Natal–Batang Batahan. Aliran sungai ini dimanfaatkan warga untuk pengairan pertanian dan konsumsi harian. Sebagian wilayah Jorong Silayang Julu merupakan daerah yang beririsan langsung atau masuk ke dalam batas kawasan hutan produksi/hutan lindung Kabupaten Pasaman Barat.

Mayoritas lahan di Silayang Julu digunakan untuk sektor perkebunan dan pertanian dan pertambangan, dengan komoditas utama berupa kelapa sawit, karet, dan perkebunan menetap. Karena letaknya yang berada di kaki perbukitan Bukit Barisan, kawasan ini juga memiliki potensi sumber daya air yang melimpah serta panorama alam perbukitan yang asri. Beroperasi di tingkat nagari (termasuk wilayah pemekaran Nagari Batahan Utara) sebagai wadah berkumpulnya para pemuka adat (Ninik Mamak) untuk menyelesaikan sengketa tanah ulayat, hukum waris adat, dan pelestarian seni budaya.

Pemimpin suku atau garis keturunan yang memegang penuh kendali atas pengelolaan hak pemanfaatan tanah ulayat yang diwariskan kepada anak kemenakan di Silayang Julu. Kehidupan kemasyarakatan di jorong ini digerakkan oleh tiga elemen tokoh utama yang saling bersinergi: Tokoh Adat (Ninik Mamak) Bertanggung jawab menjaga tatanan moral,

ulayat, dan tradisi lokal. Di wilayah ini, eksistensi Raja-raja Suku Mandailing dan pemangku adat adat Minang hidup berdampingan, tercermin dari masih dilestarikannya kesenian seperti *Tor-tor Raja-raja* dan permainan musik *Gondang Mandailing*. Tokoh Agama (Alim Ulama), Berperan dalam membimbing kegiatan keagamaan masyarakat. Mereka menjadi motor penggerak tradisi hari besar Islam, contohnya adalah pelaksanaan *Tradisi Pawai Obor Keliling Kampung* saat malam takbiran Idul Fitri.

Tokoh Pemerintah dan Pemuda dipimpin langsung oleh Kepala Jorong Silayang Julu selaku perpanjangan tangan Wali Nagari Batahan Utara, yang didukung penuh oleh jajaran pengurus pemuda paroki/kejorongan untuk mengawal pembangunan desa. Jarak tempuh ke Jorong Silayang Julu, Nagari Batahan Utara bervariasi bergantung pada titik keberangkatan Anda. Karena letaknya berada di ujung utara kabupaten, perjalanan dari ibu kota kabupaten membutuhkan waktu sekitar 2 hingga 2,5 jam perjalanan darat.

B. Hasil penelitian

1. Deskriptif Responden

a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan untuk mengetahui laki laki dan Perempuan yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Adapun data responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah responden
1	Laki-laki	23
2	perempuan	42
Jumlah		65

Sumber: Data primer, 2026

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa responden berjenis kelamin laki laki berjumlah 23 orang, sedangkan responden berjenis kelamin Perempuan berjumlah 42 orang. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan.

b. Responden Berdasarkan Klasifikasi Umur

Karakteristik responden berdasarkan Klasifikasi umur disajikan untuk mengetahui distribusi responden berdasarkan kelompok Umur. Data responden berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Jumlah responden
1	17-25	39
2	26-35	14
3	>35	12
jumlah		65

Sumber: Data primer, 2026

Berdasarkan Tabel di atas diketahui bahwa responden berusia 17-25 tahun berjumlah 39 orang, responden berusia 26-35 tahun berjumlah 14 orang, sedangkan responden yang berusia lebih dari 35 tahun berjumlah 12 orang. Dengan demikian, mayoritas responden dalam penelitian ini berada pada kelompok usia 17-25 tahun.

c. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir disajikan untuk mengetahui tingkat pendidikan yang dimiliki oleh responden. Data responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 4. 3
Karakteristik Responden Berdasarkan pendidikan

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden
1	SMP	2
2	SMA/SMK	38
3	D3	5
4	S1	19
5	S2	1
Jumlah		65

Sumber: Data primer, 2026

Berdasarkan Tabel di atas diketahui bahwa responden dengan pendidikan terakhir SMP berjumlah 2 orang, SMA/SMK sebanyak 38 orang, Diploma 3 sebanyak 5 orang, dan S1 sebanyak 19 orang dan S2 sebanyak 1 orang. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pendidikan terakhir SMA/SMK.

2. Uji Asumsi klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah residual dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan metode Shapiro-Wilk karena jumlah sampel penelitian sebanyak 65 responden. Uji Shapiro-Wilk dipilih karena sesuai untuk menguji normalitas pada sampel kecil hingga sedang (Gujarti 2006). Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan nilai signifikansi (Sig.), yaitu apabila nilai Sig. $> 0,05$ maka residual dinyatakan berdistribusi normal, apabila nilai Sig. $\leq 0,05$ maka residual dinyatakan tidak berdistribusi normal. Hasil dari uji normalitas dengan Shapiro-Wilk test yang dianalisis melalui SPSS 25 adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 4
Uji Normalitas

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Pemahaman	.114	65	.035	.979	65	.347
kepercayaan	.213	65	.000	.949	65	.009
Minat	.185	65	.000	.948	65	.008
a. Lilliefors Significance Correction						

Sumber: Data diolah dengan SPSS.25

Berdasarkan hasil uji normalitas Shapiro-Wilk, dapat disimpulkan bahwa variabel Pemahaman berdistribusi normal karena memiliki nilai signifikansi sebesar 0,347 ($> 0,05$). Sementara itu, variabel Kepercayaan dan Minat tidak berdistribusi normal karena masing-masing memiliki nilai signifikansi sebesar 0,009 dan 0,008, yang lebih kecil dari 0,05.

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinearitas adalah suatu kondisi dimana terjadi korelasi antara variabel bebas atau antar variabel bebas tidak bersifat saling bebas. Uji ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah pada suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent Uji multikolinearitas menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinearitas. Pengujian dapat dilakukan dengan uji

Korelasi masing-masing variabel independent, menggunakan nilai VIF. Pada praktiknya lebih banyak menggunakan nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF) pada model regresi. Kriteria pengambilan keputusan terkait uji multikolinearitas adalah Apabila nilai $VIF > 10$ atau jika tolerance value < 0.1 maka terjadi multikolinearitas. Apabila nilai $VIF < 10$ atau jika tolerance value > 0.1 maka tidak terjadi multikolinearitas. Berikut merupakan hasil dari uji Multikolinearitas.

Tabel 4. 5
Uji Multikolinieritas

Coefficients^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.837	4.599		1.269	.209		
	Pemahaman	.427	.053	.725	8.050	.000	.906	1.104
	kepercayaan	.062	.138	.041	.454	.652	.906	1.104

a. Dependent Variabel: Minat

Sumber: Data diolah dengan SPSS.25

Berdasarkan tabel di atas dapat diuraikan hal-hal sebagai berikut

- 1) Variabel pemahaman (X1) memperoleh nilai tolerance sebesar 0,906 (lebih besar daripada 0,10) dan nilai VIF sebesar 1,104 (lebih kecil daripada 10), sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas pada variabel tersebut.
- 2) Variabel kepercayaan (X1) memperoleh nilai tolerance sebesar 0,906 (lebih besar daripada 0,10) dan nilai VIF sebesar 1,104 (lebih kecil daripada 10), sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas pada variabel tersebut.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variansi dari residual tetap disebut homoskedastisitas, jika berbeda disebut heteroskedastisitas (tidak terjadi heteroskedastisitas). Dikatakan bebas dari heteroskedastisitas kalau signifikan $> 0,05$, tetapi kalau $< 0,05$ itu telah mengandung masalah heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya dilakukan dengan uji Glejser yaitu meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Berikut disajikan uji heteroskedastisitas yang di olah menggunakan program SPSS

Tabel 4. 6
Uji Heteroskedastisitas
Uji Glejser

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.283	3.685		.620	.538		
	Pemahaman	.066	.042	.204	1.564	.123	.906	1.104
	kepercayaan	-.146	.110	-.172	-1.319	.192	.906	1.104
a. Dependent Variabel: ABS_RES								

Sumber: Data diolah dengan SPSS.25

Berdasarkan tabel di atas dapat diuraikan hal-hal berikut:

- d. Variabel Pemahaman (X1) memiliki nilai signifikansi $0,123 > 0,05$, sehingga variabel Pemahaman tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai residual absolut (ABS_RES). Artinya, tidak terjadi gejala heteroskedastisitas yang disebabkan oleh variabel Pemahaman.
- e. Variabel Kepercayaan (X2) memiliki nilai signifikansi $0,192 > 0,05$, sehingga variabel Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai residual absolut (ABS_RES). Artinya, tidak terjadi gejala heteroskedastisitas yang disebabkan oleh variabel Kepercayaan.

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas metode Glejser, diketahui bahwa nilai signifikansi variabel Pemahaman sebesar 0,123 dan Kepercayaan sebesar 0,192, yang keduanya lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Hal ini menunjukkan bahwa varians residual bersifat konstan (homoskedastisitas).

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda ini dilakukan untuk menganalisis adanya hubungan atau tidak variabel dependen terhadap variabel independen. Variabel independen pemaham (X1), Dan kepercayaan (X2),

terhadap variabel dependen Minat menggunakan (Y) dalam penelitian ini akan diuji dengan menggunakan SPSS 25. Berikut disajikan hasil Analisis regresi linear berganda pada penelitian ini.

Tabel 4. 7
Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.837	4.599		1.269	.209		
	Pemahaman	.427	.053	.725	8.050	.000	.906	1.104
	kepercayaan	.062	.138	.041	.454	.652	.906	1.104
a. Dependent Variabel: Minat								

Sumber: Data diolah dengan SPSS.25

Berdasarkan tabel di atas dapat diuraikan hal-hal berikut:

$$Y = 5,837 + 0,427X_1 + 0,062X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Minat menggunakan E-Banking

X₁ = Pemahaman

X₂ = Kepercayaan

Interpretasi Persamaan Regresi

a. Konstanta (α) = 5,837

Nilai konstanta sebesar 5,837 menunjukkan bahwa apabila variabel Pemahaman dan Kepercayaan dianggap bernilai 0, maka nilai Minat menggunakan E-Banking diperkirakan sebesar 5,837.

b. Koefisien Regresi Pemahaman (X₁) = 0,427

Nilai koefisien sebesar 0,427 berarti bahwa setiap peningkatan 1 satuan Pemahaman, dengan asumsi variabel Kepercayaan tetap, akan meningkatkan Minat menggunakan E-Banking sebesar 0,427 satuan. Koefisien ini bernilai positif, sehingga menunjukkan hubungan yang searah.

c. Koefisien Regresi Kepercayaan (X_2) = 0,062

Nilai koefisien sebesar 0,062 berarti bahwa setiap peningkatan 1 satuan Kepercayaan, dengan asumsi variabel Pemahaman tetap, akan meningkatkan Minat menggunakan E-Banking sebesar 0,062 satuan. Hubungannya juga bersifat positif, namun pengaruhnya relatif kecil.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Secara Parsial (statistik-t)

Pengujian hipotesis dengan uji statistik-t adalah untuk melihat pengaruh variabel bebas (independent) terhadap variabel terikat (dependent) secara parsial dilakukan dengan uji statistic-t ini. Berikut disajikan hasil hipotesis dengan uji statistik-t pada penelitian ini.

Tabel 4. 8
Uji Secara Parsial (statistik-t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.837	4.599		1.269	.209
	Pemahaman	.427	.053	.725	8.050	.000
	Kepercayaan	.062	.138	.041	.454	.652
a. Dependent Variable: Minat						

Sumber: Data diolah dengan SPSS.25

Berdasarkan hasil uji t (parsial) diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh Pemahaman terhadap Minat

Variabel Pemahaman (X_1) memiliki nilai t hitung sebesar 8,050 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Pemahaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menggunakan E-Banking. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat pemahaman

masyarakat mengenai E-Banking, maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk menggunakan E-Banking.

2. Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat

Variabel Kepercayaan (X_2) memiliki nilai t hitung sebesar 0,454 dengan nilai signifikansi 0,652. Karena $0,652 > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_2 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat menggunakan E-Banking. Meskipun koefisien regresinya bernilai positif, pengaruh tersebut tidak cukup kuat secara statistik.

Berdasarkan hasil uji t , dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel Pemahaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menggunakan E-Banking, sedangkan variabel Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat menggunakan E-Banking. Dengan demikian, hanya hipotesis pertama (H_1) yang diterima, sedangkan hipotesis kedua (H_2) ditolak.

b. Uji Secara Simultan (Statistik-f).

Menurut Hardius (2020) menyatakan bahwa uji secara simultan (ssstatisticf) diperuntukan guna melakukan uji hipotesis koefisien (slope) regresi secara bersamaan. Adapun cara pengujian baik dalam regresi yaitu dengan menggunakan suatu tabel yang disebut dengan tabel analysis of variance (ANOVA). Berikut disajikan hasil hipotesis dengan uji statistik-f pada penelitian ini.

Tabel 4. 9
Uji Secara Simultan (statistik-f)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	453.555	2	226.777	37.128	.000 ^b
	Residual	378.691	62	6.108		
	Total	832.246	64			
a. Dependent Variabel: Minat						
b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Pemahaman						

Sumber: Data diolah dengan SPSS.25

Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 37,128 dengan nilai Sig. sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Pemahaman (X_1) dan Kepercayaan (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat (Y) masyarakat menggunakan M-Banking. Dengan demikian, Dapat Di Simpulkan bahwa variabel pemahaman dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap Minat menggunakan *Mobile Banking*.

5. Uji Koefisien Determinasi (R).

Koefisien determinasi R^2 pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Berikut disajikan hasil uji koefisien determinasi pada penelitian ini.

Tabel 4. 10
Uji Koefisien Determinasi R

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.738 ^a	.545	.530	2.471
a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Pemahaman				

Sumber: Data diolah dengan SPSS.25

Berdasarkan hasil di atas, diperoleh nilai R sebesar 0,738, R Square sebesar 0,545, Adjusted R Square sebesar 0,530, dan Std. Error of the Estimate sebesar 2,471. Nilai R sebesar 0,738 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Pemahaman (X_1) dan Kepercayaan (X_2) terhadap Minat (Y) berada pada kategori kuat, karena berada pada interval

0,60–0,799. Hal ini berarti bahwa secara bersama-sama variabel pemahaman dan kepercayaan memiliki hubungan yang kuat dengan minat masyarakat menggunakan *M-Banking*.

Sementara itu, nilai R Square (Koefisien Determinasi) sebesar 0,545 menunjukkan bahwa 54,5% variasi atau perubahan pada variabel Minat masyarakat menggunakan *M-Banking*. dapat dijelaskan oleh variabel Pemahaman dan Kepercayaan. Sedangkan 45,5% sisanya dijelaskan oleh Variabel lain.

C. Pembahasan.

Berdasarkan perhitungan dan analisis yang di lakukan mengenai pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen maka dapat di analisis sebagai berikut :

1. Pengaruh Pemahaman terhadap Minat Menggunakan *M-Banking*

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial (uji t), diperoleh nilai t hitung sebesar 8,050 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi yang telah ditetapkan yaitu 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pemahaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan M-Banking. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman masyarakat mengenai M-Banking, maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk menggunakan layanan tersebut.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa pemahaman merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi perilaku masyarakat dalam menerima perkembangan teknologi perbankan. Masyarakat yang memahami fungsi, manfaat, prosedur penggunaan, serta keamanan M-Banking akan lebih mudah menerima layanan tersebut dibandingkan masyarakat yang belum memiliki pengetahuan yang memadai. Sebaliknya, apabila masyarakat belum memahami cara penggunaan M-Banking,

mereka cenderung memilih melakukan transaksi secara konvensional dengan datang langsung ke kantor bank, ATM, atau menggunakan jasa AgenLink.

Berdasarkan hasil observasi dan penyebaran kuesioner di Jorong Silayang Julu Kecamatan Ranah Batahan Kabupaten Pasaman Barat, ditemukan bahwa sebagian besar responden telah memiliki rekening bank karena digunakan sebagai rekening penerimaan gaji dari perusahaan tempat mereka bekerja. Akan tetapi, kepemilikan rekening tersebut belum diikuti dengan penggunaan M-Banking. Sebagian masyarakat mengaku belum memahami cara mengaktifkan M-Banking, belum mengetahui fitur-fitur yang tersedia, dan masih merasa kesulitan dalam mengoperasikan aplikasi. Kondisi tersebut menyebabkan masyarakat lebih memilih melakukan transaksi secara langsung karena dianggap lebih mudah dan sudah menjadi kebiasaan.

Responden yang memiliki tingkat pemahaman yang baik menunjukkan kecenderungan memiliki minat yang lebih tinggi untuk menggunakan *M-Banking*. Mereka memahami bahwa *M-Banking* dapat digunakan untuk mengecek saldo, melakukan transfer dana, membayar tagihan listrik, PDAM, BPJS, membeli pulsa dan paket data, melakukan pembayaran menggunakan QRIS, hingga melihat riwayat transaksi tanpa harus datang ke kantor bank. Kemudahan tersebut membuat masyarakat merasa bahwa *M-Banking* mampu menghemat waktu, biaya transportasi, serta tenaga dalam melakukan transaksi keuangan.

Sebaliknya, responden yang memiliki tingkat pemahaman rendah masih menganggap bahwa penggunaan M-Banking cukup rumit. Mereka khawatir salah menekan menu, salah memasukkan nomor rekening tujuan, atau mengalami kegagalan transaksi. Kurangnya pemahaman tersebut mengakibatkan masyarakat belum memiliki keyakinan untuk memanfaatkan layanan *M-Banking* secara optimal. Oleh karena itu, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan pemahaman masyarakat merupakan langkah penting dalam meningkatkan penggunaan *M-Banking*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Benjamin S. Bloom yang menyatakan bahwa pemahaman merupakan kemampuan seseorang untuk menjelaskan, menginterpretasikan, dan menerapkan informasi yang telah diperoleh dalam kehidupan sehari-hari. Bloom membagi tingkat pemahaman menjadi tiga kategori, yaitu paham, tidak cukup paham, dan tidak paham. Semakin tinggi tingkat pemahaman seseorang terhadap suatu informasi, maka semakin besar kemampuannya dalam menerapkan informasi tersebut pada situasi nyata.

Dalam penelitian ini, teori Bloom terlihat jelas pada perilaku masyarakat. Responden yang berada pada kategori "paham" cenderung mengetahui manfaat *M-Banking* dan mampu mengoperasikan aplikasi sehingga memiliki minat yang tinggi untuk menggunakannya. Sebaliknya, responden yang berada pada kategori "tidak cukup paham" atau "tidak paham" masih mengalami kesulitan dalam memahami prosedur penggunaan *M-Banking* sehingga minat menggunakannya relatif rendah. Hal ini membuktikan bahwa pemahaman merupakan dasar terbentuknya minat seseorang dalam menggunakan suatu teknologi.

Selain teori Bloom, hasil penelitian ini juga sesuai dengan Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Fred D. Davis (1989). Dalam teori TAM dijelaskan bahwa penerimaan seseorang terhadap suatu teknologi dipengaruhi oleh persepsi mengenai manfaat (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Ketika seseorang memahami cara kerja suatu teknologi dan mengetahui manfaat yang diperoleh, maka akan muncul keinginan untuk menggunakan teknologi tersebut.

Dalam konteks penelitian ini, masyarakat yang memahami manfaat *M-Banking*, seperti kemudahan bertransaksi kapan saja dan di mana saja, efisiensi waktu, serta kemudahan memperoleh layanan perbankan, memiliki minat yang lebih tinggi untuk menggunakan *M-Banking*. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat teori TAM bahwa pemahaman

terhadap teknologi merupakan salah satu faktor yang mendorong penerimaan dan penggunaan teknologi oleh masyarakat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Kartika yang berjudul "*Pengaruh Pengetahuan Nasabah terhadap Minat Menggunakan Layanan M-Banking di PT. Bank Tabungan Negara Parepare*". Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *M-Banking* dengan nilai t hitung sebesar 8,732 yang lebih besar daripada t tabel sebesar 1,660. Artinya, semakin tinggi pengetahuan atau pemahaman nasabah mengenai *M-Banking*, maka semakin tinggi pula minat untuk menggunakan layanan tersebut.

Selain itu, hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Silva Tasin yang berjudul "*Pengaruh Pemahaman Masyarakat Tentang Bank Syariah terhadap Minat Menjadi Nasabah*". Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pemahaman masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dengan nilai t hitung sebesar 9,630 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Meskipun objek penelitian berbeda, yaitu minat menjadi nasabah bank syariah, hasil tersebut memperlihatkan bahwa pemahaman tetap menjadi faktor penting dalam membentuk minat seseorang terhadap suatu produk atau layanan perbankan.

Penelitian ini juga memiliki kesesuaian dengan penelitian Priestiani Putri Rahayu yang menyatakan bahwa faktor-faktor yang berkaitan dengan penerimaan teknologi, seperti tingkat kegunaan, kemudahan, kepercayaan, dan kenyamanan, berpengaruh terhadap minat menggunakan *M-Banking*.

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini memperkuat teori Benjamin S. Bloom dan Technology Acceptance Model (TAM) serta mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kartika, Silva Tasin, dan Priestiani Putri Rahayu. Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa pemahaman merupakan faktor yang sangat menentukan dalam meningkatkan minat masyarakat menggunakan *M-Banking*. Oleh karena itu, bank syariah perlu meningkatkan program

edukasi, sosialisasi, dan pendampingan penggunaan *M-Banking* agar masyarakat memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai manfaat, cara penggunaan, serta keamanan layanan tersebut sehingga minat masyarakat untuk menggunakan *M-Banking* semakin meningkat.

2. Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan *M-Banking*

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial (uji t), diperoleh nilai t hitung sebesar 0,451 dengan nilai signifikansi sebesar 0,654. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 ($0,654 > 0,05$). Dengan demikian, H_0 diterima dan H_2 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan M-Banking. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat terhadap M-Banking belum mampu meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan layanan tersebut.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan bukan merupakan faktor utama yang memengaruhi minat masyarakat menggunakan M-Banking di Jorong Silayang Julu, Kecamatan Ranah Batahan, Kabupaten Pasaman Barat. Walaupun sebagian besar responden telah mempercayai bank sebagai lembaga keuangan yang aman dalam menyimpan dana, kepercayaan tersebut belum sepenuhnya diikuti dengan keinginan untuk menggunakan layanan M-Banking. Artinya, masyarakat masih memiliki keraguan terhadap penggunaan teknologi perbankan digital meskipun mereka telah menjadi nasabah bank.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara selama penelitian, sebagian besar responden mengungkapkan bahwa mereka masih merasa khawatir terhadap berbagai risiko yang mungkin terjadi ketika menggunakan M-Banking. Kekhawatiran tersebut meliputi kemungkinan terjadinya penipuan secara online (*online scam*), pembobolan rekening (*account hacking*), pencurian data pribadi, kesalahan dalam melakukan transfer, maupun gangguan jaringan internet yang menyebabkan transaksi gagal. Kondisi tersebut membuat sebagian masyarakat lebih memilih

melakukan transaksi secara langsung melalui ATM, kantor bank, ataupun melalui agen AgenLink karena dianggap lebih aman dan lebih mudah dipahami.

Selain itu, faktor kebiasaan juga menjadi salah satu penyebab mengapa kepercayaan belum mampu meningkatkan minat masyarakat. Sebagian besar responden telah terbiasa melakukan transaksi secara konvensional sejak lama sehingga mereka merasa lebih nyaman datang langsung ke bank dibandingkan menggunakan aplikasi M-Banking. Kebiasaan tersebut menyebabkan masyarakat belum memiliki dorongan yang kuat untuk beralih ke layanan digital, walaupun sebenarnya mereka telah mempercayai bank sebagai lembaga yang mengelola dana mereka.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa kepercayaan masyarakat terhadap bank berbeda dengan kepercayaan terhadap teknologi M-Banking. Masyarakat percaya bahwa dana yang mereka simpan di bank aman, tetapi mereka belum sepenuhnya yakin bahwa transaksi melalui aplikasi M-Banking juga aman. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap institusi perbankan belum tentu diikuti dengan kepercayaan terhadap sistem teknologi yang digunakan oleh bank.

Berdasarkan kondisi tersebut, dapat dipahami bahwa rendahnya pengaruh kepercayaan terhadap minat masyarakat bukan disebabkan oleh rendahnya kredibilitas bank, tetapi lebih disebabkan oleh kurangnya pengalaman masyarakat dalam menggunakan M-Banking serta masih rendahnya literasi digital. Banyak responden yang belum pernah mencoba menggunakan M-Banking sehingga mereka belum memiliki pengalaman yang dapat meningkatkan keyakinan terhadap keamanan dan kemudahan layanan tersebut.

Hasil penelitian ini dapat dikaitkan dengan teori kepercayaan yang dikemukakan oleh Kusmayadi (2007) yang menyatakan bahwa kepercayaan merupakan keyakinan seseorang bahwa pihak lain akan memberikan apa yang diharapkan serta mampu memenuhi janji yang telah diberikan. Dalam konteks M-Banking, kepercayaan berarti keyakinan

nasabah bahwa bank mampu menjaga keamanan transaksi, melindungi data pribadi nasabah, serta memberikan pelayanan yang dapat diandalkan.

Menurut Ba dan Pavlou (2002), kepercayaan merupakan penilaian seseorang terhadap pihak lain dalam melakukan transaksi pada kondisi yang penuh ketidakpastian. Seseorang akan bersedia menggunakan suatu teknologi apabila yakin bahwa teknologi tersebut mampu memberikan keamanan dan mengurangi risiko yang mungkin terjadi.

Selanjutnya, Hartono (2007) menjelaskan bahwa kepercayaan terhadap teknologi informasi merupakan keyakinan pengguna terhadap kemampuan teknologi dalam memberikan manfaat sesuai harapan. Penerimaan teknologi tidak hanya dipengaruhi oleh kecanggihan teknologi itu sendiri, tetapi juga oleh tingkat kepercayaan pengguna terhadap keamanan dan keandalannya.

Apabila dikaitkan dengan hasil penelitian ini, teori tersebut belum sepenuhnya terbukti. Meskipun masyarakat telah memiliki tingkat kepercayaan tertentu terhadap bank, kepercayaan tersebut belum cukup kuat untuk mendorong minat menggunakan M-Banking. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat masih memerlukan bukti nyata mengenai keamanan sistem M-Banking sebelum mereka benar-benar berminat menggunakan layanan tersebut.

Hasil penelitian ini juga dapat dijelaskan melalui Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan oleh Icek Ajzen (1991). Dalam teori TPB dijelaskan bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi mengenai kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Dalam penelitian ini, walaupun sebagian masyarakat memiliki sikap positif terhadap bank, mereka masih merasa belum mampu menggunakan M-Banking dengan baik karena keterbatasan pengetahuan, pengalaman, dan kemampuan menggunakan teknologi. Akibatnya, kepercayaan yang dimiliki belum berkembang menjadi minat untuk menggunakan M-Banking.

Selain itu, apabila dikaitkan dengan Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Fred D. Davis (1989), kepercayaan merupakan faktor eksternal yang dapat memperkuat persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan suatu teknologi. Namun dalam penelitian ini, faktor kepercayaan belum mampu meningkatkan minat masyarakat karena masyarakat belum sepenuhnya memahami manfaat dan cara penggunaan M-Banking. Dengan kata lain, pemahaman masyarakat lebih berperan dibandingkan kepercayaan dalam membentuk minat menggunakan M-Banking.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Priestiani Putri Rahayu yang berjudul *"Pengaruh Tingkat Kegunaan, Tingkat Kemudahan, Tingkat Kepercayaan, dan Tingkat Kenyamanan terhadap Minat Penggunaan M-Banking (Studi Empiris pada Mahasiswa di Yogyakarta)."* Penelitian tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan M-Banking. Semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap keamanan dan keandalan M-Banking, semakin tinggi pula minat untuk menggunakan layanan tersebut. Penelitian tersebut juga mendukung Technology Acceptance Model (TAM) yang menyatakan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi manfaat, kemudahan, dan kepercayaan pengguna terhadap teknologi.

Perbedaan hasil penelitian ini kemungkinan disebabkan oleh karakteristik responden. Penelitian Priestiani Putri Rahayu dilakukan pada mahasiswa yang memiliki tingkat pendidikan, literasi digital, dan intensitas penggunaan teknologi yang relatif tinggi. Sementara itu, penelitian ini dilakukan pada masyarakat Jorong Silayang Julu yang memiliki latar belakang pendidikan, usia, pengalaman, dan kemampuan menggunakan teknologi yang lebih beragam. Oleh karena itu, kepercayaan belum menjadi faktor utama yang memengaruhi minat masyarakat menggunakan M-Banking.

Sebaliknya, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Dara Saputri yang berjudul "*Pengaruh Kemudahan, Daya Guna, Kenyamanan, Kepercayaan terhadap Minat Nasabah Pengguna M-Banking pada PT Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tanjung Karang.*" Penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan M-Banking, sedangkan kenyamanan merupakan faktor yang berpengaruh signifikan.

Kesamaan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan tidak selalu menjadi faktor utama dalam meningkatkan minat penggunaan M-Banking. Dalam kondisi tertentu, masyarakat lebih mempertimbangkan faktor lain seperti pemahaman, kemudahan penggunaan, kenyamanan, pengalaman menggunakan teknologi, dan kemampuan mengoperasikan aplikasi dibandingkan hanya rasa percaya terhadap bank.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini belum mampu membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan *M-Banking*. Namun demikian, kepercayaan tetap merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh pihak bank. Bank syariah perlu terus meningkatkan keamanan sistem, memberikan jaminan perlindungan data nasabah, memperkuat edukasi mengenai keamanan transaksi digital, serta meningkatkan sosialisasi kepada masyarakat agar rasa percaya terhadap *M-Banking* semakin meningkat. Apabila kepercayaan tersebut didukung oleh pemahaman yang baik mengenai cara penggunaan M-Banking, maka minat masyarakat untuk menggunakan layanan tersebut diperkirakan akan meningkat.

3. Pengaruh Pemahaman dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan M-Banking.

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan (uji F), diperoleh nilai F hitung sebesar 37,128 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai *signifikansi* tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi yang telah ditetapkan yaitu 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_3 diterima,

sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pemahaman dan kepercayaan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan M-Banking.

Selain itu, berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R Square) diperoleh nilai R Square sebesar 0,545 atau 54,5%. Hal ini menunjukkan bahwa variasi minat masyarakat dalam menggunakan M-Banking mampu dijelaskan oleh variabel pemahaman dan kepercayaan sebesar 54,5%, sedangkan 45,5% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini, seperti persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, kualitas layanan, risiko yang dirasakan, pengaruh sosial, kualitas jaringan internet, pengalaman menggunakan teknologi, serta faktor-faktor lainnya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun secara parsial hanya variabel pemahaman yang berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan M-Banking, namun ketika variabel pemahaman dan kepercayaan dianalisis secara bersama-sama keduanya mampu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa dalam meningkatkan minat masyarakat menggunakan M-Banking tidak cukup hanya mengandalkan satu faktor saja, tetapi diperlukan kombinasi antara pemahaman yang baik mengenai penggunaan M-Banking dan kepercayaan terhadap sistem maupun lembaga perbankan yang menyediakan layanan tersebut.

Berdasarkan kondisi di lapangan, masyarakat di Jorong Silayang Julu Kecamatan Ranah Batahan Kabupaten Pasaman Barat pada umumnya telah memiliki rekening bank, Akan tetapi, kepemilikan rekening belum sepenuhnya diikuti dengan penggunaan *M-Banking*. Sebagian masyarakat masih lebih memilih melakukan transaksi melalui ATM, kantor bank, atau agen AgenLink karena merasa lebih aman dan sudah terbiasa menggunakan cara tersebut.

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa pemahaman merupakan faktor yang paling dominan dalam membentuk minat masyarakat

menggunakan M-Banking. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji parsial yang menunjukkan bahwa pemahaman memiliki nilai signifikansi 0,000, sedangkan kepercayaan memiliki nilai signifikansi 0,654. Walaupun demikian, keberadaan variabel kepercayaan tetap memberikan kontribusi ketika dianalisis secara bersama-sama dengan pemahaman, sehingga model regresi yang dibentuk mampu menjelaskan lebih dari setengah variasi minat masyarakat.

Temuan ini memberikan gambaran bahwa masyarakat akan lebih berminat menggunakan *M-Banking* apabila mereka memahami cara penggunaan aplikasi, manfaat yang diperoleh, serta memiliki keyakinan bahwa transaksi yang dilakukan aman dan dapat dipercaya. Oleh karena itu, peningkatan pemahaman masyarakat perlu diikuti dengan upaya membangun kepercayaan melalui peningkatan kualitas sistem keamanan, pelayanan, serta sosialisasi mengenai perlindungan data nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Fred D. Davis (1989). Dalam teori TAM dijelaskan bahwa penerimaan seseorang terhadap suatu teknologi dipengaruhi oleh persepsi mengenai manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi mengenai kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Semakin besar manfaat dan kemudahan yang dirasakan seseorang, maka semakin tinggi pula minat untuk menggunakan teknologi tersebut.

Dalam penelitian ini, variabel pemahaman berkaitan erat dengan persepsi kemudahan penggunaan. Masyarakat yang memahami cara menggunakan *M-Banking* akan menganggap layanan tersebut mudah digunakan sehingga mendorong timbulnya minat untuk menggunakannya. Sementara itu, variabel kepercayaan berperan sebagai faktor eksternal yang memperkuat penerimaan teknologi. Walaupun kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan secara parsial, ketika dikombinasikan dengan pemahaman kedua variabel tersebut mampu meningkatkan minat masyarakat menggunakan M-Banking. Dengan demikian, hasil penelitian

ini mendukung konsep dasar TAM bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling melengkapi.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan teori Benjamin S. Bloom mengenai pemahaman. Bloom menjelaskan bahwa seseorang yang telah memahami suatu konsep akan mampu menjelaskan, menginterpretasikan, serta menerapkan konsep tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Dalam penelitian ini, masyarakat yang memahami fungsi dan manfaat M-Banking lebih mudah menerima teknologi tersebut sehingga memiliki minat yang lebih tinggi dibandingkan masyarakat yang belum memahaminya.

Selain itu, hasil penelitian ini dapat dijelaskan melalui teori kepercayaan yang dikemukakan oleh Hartono (2007) yang menyatakan bahwa kepercayaan terhadap teknologi informasi dibentuk oleh keyakinan pengguna mengenai keamanan, keandalan, dan kemampuan teknologi dalam memberikan manfaat sesuai harapan. Oleh karena itu, walaupun kepercayaan secara individu belum cukup kuat memengaruhi minat masyarakat, keberadaannya tetap menjadi faktor penting yang mendukung penerimaan M-Banking apabila disertai dengan pemahaman yang baik.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Priestiani Putri Rahayu yang berjudul "Pengaruh Tingkat Kegunaan, Tingkat Kemudahan, Tingkat Kepercayaan, dan Tingkat Kenyamanan terhadap Minat Penggunaan M-Banking (Studi Empiris pada Mahasiswa di Yogyakarta)." Penelitian tersebut menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan variabel kegunaan, kemudahan, kepercayaan, dan kenyamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan M-Banking. Penelitian tersebut juga menyimpulkan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan kemudahan sesuai dengan konsep Technology Acceptance Model (TAM).

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Ahmad Sahri Romadon yang berjudul "Pengaruh Kemudahan terhadap Keputusan Menggunakan M-Banking pada BNI 46 KC Karangayu Semarang dengan Minat Nasabah dan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi." Penelitian

tersebut menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan teknologi mampu meningkatkan minat dan kepercayaan nasabah sehingga berdampak pada keputusan menggunakan M-Banking. Walaupun model penelitian berbeda, keduanya menunjukkan bahwa faktor-faktor yang berkaitan dengan penerimaan teknologi secara bersama-sama memengaruhi penggunaan M-Banking.

Selain itu, hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Dara Saputri yang menunjukkan bahwa secara simultan variabel kemudahan, daya guna, kepercayaan, dan kenyamanan berpengaruh terhadap minat menggunakan M-Banking meskipun secara parsial tidak semua variabel memberikan pengaruh yang signifikan. Penelitian Dara Saputri memperoleh nilai F hitung sebesar 5,878 dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, yang menunjukkan bahwa seluruh variabel secara bersama-sama memengaruhi minat nasabah menggunakan M-Banking. Kondisi tersebut memiliki kesamaan dengan penelitian ini, yaitu meskipun kepercayaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan, secara simultan bersama pemahaman tetap memberikan pengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan M-Banking.

Di samping itu, hasil penelitian ini juga memperkuat penelitian Kartika yang menyatakan bahwa pengetahuan nasabah berpengaruh positif terhadap minat menggunakan M-Banking dan penelitian Silva Tasin yang menunjukkan bahwa pemahaman masyarakat berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Kedua penelitian tersebut menegaskan bahwa semakin tinggi pemahaman seseorang terhadap suatu produk atau layanan perbankan, maka semakin tinggi pula minat untuk menggunakan produk tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini memperkuat teori Technology Acceptance Model (TAM) yang dikemukakan oleh Fred D. Davis (1989), teori pemahaman Benjamin S. Bloom, serta teori kepercayaan Hartono (2007). Selain itu, hasil penelitian ini juga mendukung sebagian besar penelitian terdahulu,

khususnya penelitian Kartika, Priestiani Putri Rahayu, Ahmad Sahri Romadon, Dara Saputri, dan Silva Tasin, yang menyatakan bahwa faktor-faktor yang berkaitan dengan pemahaman, kemudahan, dan kepercayaan memiliki peranan penting dalam meningkatkan minat masyarakat menggunakan *M-Banking*.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, bank syariah disarankan untuk lebih meningkatkan program edukasi kepada masyarakat mengenai manfaat dan cara penggunaan *M-Banking*, disertai dengan peningkatan keamanan sistem, perlindungan data nasabah, serta sosialisasi mengenai keamanan transaksi digital. Dengan meningkatnya pemahaman dan kepercayaan masyarakat secara bersamaan, diharapkan minat masyarakat dalam menggunakan *M-Banking* akan semakin meningkat sehingga pemanfaatan layanan perbankan digital dapat berlangsung secara lebih optimal.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh pemahaman dan kepercayaan terhadap minat masyarakat menggunakan M-Banking pada masyarakat Jorong Silayang Julu Kecamatan Ranah Batahan Kabupaten Pasaman Barat, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pemahaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan M-Banking. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 8,050 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Semakin baik pemahaman masyarakat mengenai manfaat, cara penggunaan, dan keamanan M-Banking, maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk menggunakannya. Hasil ini sejalan dengan teori Technology Acceptance Model (TAM) dan penelitian Kartika serta Silva Tasin.
2. Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan M-Banking. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 0,451 dan signifikansi $0,654 > 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa kepercayaan masyarakat belum mampu meningkatkan minat menggunakan M-Banking secara langsung. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Dara Saputri, namun berbeda dengan penelitian Priestiani Putri Rahayu dan Ahmad Sahri Romadon.
3. Pemahaman dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan M-Banking. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 37,128 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai R Square sebesar 0,545 menunjukkan bahwa 54,5% minat masyarakat dapat dijelaskan oleh variabel pemahaman dan kepercayaan, sedangkan 45,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, pemahaman dan kepercayaan secara bersama-sama berperan dalam meningkatkan minat masyarakat menggunakan M-Banking, meskipun pemahaman merupakan variabel yang paling dominan

B. Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa implikasi yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan, baik secara teoritis maupun praktis, yaitu sebagai berikut.

1. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan M-Banking, sehingga memperkuat Technology Acceptance Model (TAM) yang dikemukakan oleh Fred D. Davis (1989). Teori tersebut menjelaskan bahwa penerimaan suatu teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan dan manfaat yang dirasakan pengguna. Semakin tinggi pemahaman masyarakat mengenai manfaat dan cara penggunaan M-Banking, maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk menggunakannya.

Di sisi lain, variabel kepercayaan tidak berpengaruh signifikan secara parsial, sehingga menunjukkan bahwa kepercayaan saja belum cukup untuk meningkatkan minat masyarakat menggunakan *M-Banking* tanpa didukung oleh pemahaman yang baik. Dengan demikian, penelitian ini memberikan tambahan bukti empiris bahwa pemahaman merupakan faktor yang lebih dominan dibandingkan kepercayaan dalam meningkatkan minat masyarakat menggunakan M-Banking pada lokasi penelitian.

2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini memberikan implikasi bagi pihak bank, khususnya bank syariah, agar lebih meningkatkan edukasi dan sosialisasi mengenai penggunaan M-Banking kepada masyarakat. Edukasi dapat dilakukan melalui pelatihan, pendampingan penggunaan aplikasi, penyebaran informasi mengenai fitur-fitur M-Banking, serta memberikan penjelasan mengenai manfaat dan keamanan transaksi digital.

Selain itu, bank juga perlu terus meningkatkan sistem keamanan transaksi, menjaga kerahasiaan data nasabah, serta memberikan pelayanan yang cepat dan responsif agar kepercayaan masyarakat terhadap layanan

M-Banking semakin meningkat. Dengan meningkatnya pemahaman dan didukung oleh sistem keamanan yang baik, diharapkan minat masyarakat untuk menggunakan M-Banking akan terus meningkat.

2. Implikasi bagi Masyarakat

Bagi masyarakat, hasil penelitian ini menunjukkan pentingnya meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mengenai M-Banking agar dapat memanfaatkan layanan perbankan secara lebih efektif, efisien, dan aman. Dengan memahami cara penggunaan, manfaat, dan sistem keamanan M-Banking, masyarakat dapat melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja tanpa harus datang ke kantor bank atau ATM, sehingga dapat menghemat waktu dan biaya.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh pemahaman dan kepercayaan terhadap minat masyarakat menggunakan M-Banking, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah

Bank syariah diharapkan lebih aktif memberikan edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat mengenai manfaat, fitur, cara penggunaan, serta keamanan M-Banking. Selain itu, bank perlu terus meningkatkan kualitas sistem keamanan dan pelayanan agar masyarakat merasa lebih yakin dan nyaman dalam menggunakan layanan M-Banking.

2. Bagi Masyarakat

Masyarakat diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mengenai M-Banking dengan mengikuti sosialisasi yang diadakan oleh pihak bank atau mencari informasi melalui media yang terpercaya. Dengan pemahaman yang baik, masyarakat dapat memanfaatkan layanan M-Banking secara lebih optimal untuk mendukung aktivitas transaksi keuangan sehari-hari.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang diduga memengaruhi minat menggunakan M-Banking, seperti persepsi kemudahan, persepsi manfaat, risiko, kualitas layanan, pengaruh sosial, atau literasi digital. Selain itu, penelitian dapat dilakukan pada wilayah atau jumlah responden yang lebih luas agar hasil penelitian lebih beragam dan dapat digeneralisasikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adib, H. S. 2019. "Teknik Pengembangan Instrumen Penelitian Ilmiah Di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam. Sains Dan Teknologi."
- Adnana, Ridwanb, and Fildzah. 2016. "Pengaruh Ukuran Bank , Dana Pihak Ketiga , Capital Adequacy Ratio , Dan Loan To Deposit Ratio Terhadap Penyaluran Kredit Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015." *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis* Vol. 3(2):49–64.
- Agustina, Ruslinda, Rizki Amalia Afriana, and Arisa Safrina. 2018. "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Pt Bank Bukopin Tbk Banjarmasin." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 11(2):255–68.
- Andiansari, Chasanah Novambar. 2020. "No Title Akad Mudharabah Dalam Perspektif Fikih Dan." *Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam* 3(2):42–54.
- Arikunto, A. 2010. *Metode Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asnuri, Lisa, Asyari, and Anwar Sholihin. 2024. "PPengaruh Attitude, Subjektive Norms Dan Perceived Behavior Control Terhadap Minat Masyarakat Dalam Menggunakan Jasa Pembiayaan Murabahah Bank Syariah." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10(01):578–86.
- Ekasari, Y. K. 2018. "Pengaruh Biaya Pendidikan Dan Kinerja Guru Terhadap Pencapaian Siswa (Analisis Deskriptif Pada Sma Negeri Di Kabupaten Purwakarta." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 1(1).
- Ervinda, Olivia Privana, Agung &. Setyawan, and Citrawati Tyasmiarni. 2021. "Analisis Kesalahan Siswa Dalam Menulis Kata Baku Dan Tidak Baku Pada Mata Pelajaran Bahasa Indonesia." *MEMACE: Jurnal Linguistik, Pendidikan Bahasa Indonesia, Dan Asing* 11(2):55–59. doi: 10.55681/memace.v1i2.947.
- FAHRIAL. 2018. "Peranan Bank Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional." *Ensiklopedia of Journal* 1(1):179–84.
- Firmansyah, Deri. 2022. "Teknik Pengambilan Sampel Umum Dalam Metodologi Penelitian : Literature Review General Sampling Techniques in Research Methodology : Literature Review." 1(2):85–114.
- Firsti, Zakia Indri, Gerry, and Hamdani Putra. 2022. "Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Konsentrasi Pasar Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2016-2020." *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi*

Dan Kewirausahaan 2(2):236.

Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Lbm SPSS* 23. Universitas Diponegoro.

Gujarti, D. 2006. *Ekonometrika Dasar*. Penerbit Erlangga.

Gustianto, Bobby, Librina Tria Putri, and Muhammad Salis. 2022. "Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Cv. Naisha Madu Nusantara." *Jurnal Riset Manajemen Indonesia* 4(1):54–64.

Hadyan Farizi Syaefullah. n.d. "No TitlePengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking." 1–18.

Hermawan, Larasati Dewi, Kokom Komariah, and R. Deni Muhammad Danial. 2020. "ISSN : 2337-3067 ANALISIS MINAT MENGGUNAKAN BRI MOBILE (Survei Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk . Kota Sukabumi) Fakultas Ilmu Administrasi Dan Humaniora Universitas Muhammadiyah PENDAHULUAN Pertumbuhan Teknologi Informasi Berkembang S." *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 9(6):525–38.

Hibur, George Noveril, Ronald P. C. Fanggidae, Merlyn Kurniawati, and Yohanes R. Benu. n.d. "Pengaruh Technology Acceptance Model (Tam) Terhadap Minat Beli Di Marketplace Facebook (Studi Pada Generasi Milenial Di Kota Kupang) The Effect of Technology Acceptance Model on Buying Interest in the Marketplace Facebook (Study on the Millennial Gen." *Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial* 169–87.

Hidayati, Nurul Azmi. 2011. "Pengaruh Sikap, Kontrol Perilaku Persepsian, Pengalaman Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Internet Banking."

Indah, Dewi Rosa. 2016. "Pengaruh E-Banking Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah p Ada PT . Bank BNI ' 46 Cabang Langsa." *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 5(2):545–54.

Jailani, M. Syahrani, and Firdaus Jeka. 2023. "Populasi Dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) Dalam Pendekatan Praktis." 7:26320–32.

Janah, Febriana Roikhatul, and Siti Nurul Hidayati. 2025. "Analisis Pemahaman Konsep IPA Siswa SMP Di Surabaya." *Urnal Pendidikan MIPA* 15:204–9.

- Jati, L. Jatmiko, Susilo Talidobel, and Putri Amalia Wardi. 2025. "PENGARUH Transaksi Perbankan Elektronik (Electronic Banking) Terhadap Pengguna Aplikasi *M-Banking* (M-Banking) Bank Central Asia." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 2(4):10–16.
- Jogianto. 2007. "Sistem Informasi Keprilakuan." *ANDI*.
- Khotimah, Isra Dewi Husnul, Rabiah Nasution, Zulpan, Hariati Tri, Ahmad, and Rusli. 2025. "Teori Populasi Dan Pengambilan Sampel." 14(<https://jurnal.literasikitaindonesia.com/index.php/literasiologi/issue/view/60>):1–9.
- Khuzaimah, Ninik, and Sigit Hermawan. 2018. "Pengaruh Tingkat Pemahaman Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak." *Journal of Islamic Accounting and Tax* 1(1):37–48.
- Lestari, Adinda Puja, and Dian Yusri. 2024. "Pemahaman Masyarakat Dalam Menggunakan E-Banking Pada PT. Bank Syari'ah Indonesia KCP Pangkalan Brandan (Studi Kasus Kelurahan Pekan Besitang Kecamatan Besitang)." *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 3(1):700–711.
- Lutfiani, Ulfa, Nina Ramadhani W, Ruslaini, and Ulil Albab. 2024. "Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Layanan *M-Banking* : Studi Kasus BSI Kota Bandar Lampung." *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa* 09(02):461–69. doi: 10.37366/jespb.v9i02.1923.
- Maharsi, Sri. 2006. "Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Dan Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Internet Banking Di Surabaya." *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1):35–51.
- Muhammad Ferils, and Jamaludin Kamarudin. 2022. "Analisis Minat Menggunakan *M-Banking*." 1(1):91–100. doi: 10.29264/jakt.v19i1.10711.
- Mukhtisar, and Ismail Rasyid Ridla Tariga Evriyenni. n.d. "Menggunakan *M-Banking* (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee." 56–72.
- Mukhtisar, Ismail Rasyid Ridla Tarigan, and Evriyenni. n.d. "Menggunakan *M-Banking* (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee." 56–72.
- Muslimin, Dian, Zumhur Alamin, Defirra Alizunna, Risna Nur Ainia, Firza Agung Prakoso, Randitha Missouri, Masita, Karmila Pare Allo, Derry Nugraha, Agus Milu Susetyo, and Helen Dian Fridayani. 2024. *Metodologi Penelitian: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan Campuran*. Cv Lauk Puyu Press.

- Nandavita, Alva Yenica. 2021. "Analisis Pengaruh Kepercayaan Nasabah Terhadap Risiko Menggunakan Layanan E-Banking." 28–38.
- Nita, Amanda, and Muhammad Nazieh Ibadillah. 2023. "M-Banking." *Jurnal Al-Fatih Global Mulia* 5(1):31–44.
- Nurdin, Nurdin, Rukma Ningrum, Bachmid Sofyan, and Jali Abdul. 2020. "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Menggunakan M-Banking Di Terhadap Minat Nasabah Bank Mega Syariah Cabang Palu." *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 3(1).
- Ojk. 2015. "Bijak Ber-Electronic Banking."
- Otoritas, Komisioner Dewan Jasa. 2023. "Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia."
- Perkasa, Ahmad Teguh, and Akie Rusaktiva Rustam. n.d. "No Title Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Kepercayaan Wajib Pajak Terhadap Minat Menggunakan E-Filing Sebagai Sarana Pelaporan Pajak (Study Kasus Di PT Pelabuhan Indonesia III Cabang Benoa)."
- Permadi, Lalu Adi, and Baiq Handayani Rinuastuti. 2020. "Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital OVO." 6:54–61.
- Pramana, I. Gede Yogi&, and Ni Made Rastini. 2016. "The Impact of Service Quality on Customer Trust Customer Loyalty at Bank Mandiri Veteran Branch in Denpasar, Bali." *E-Jurnal Manajemen Unud* 5(1):706–33.
- Pratiwi, Zulanda, and Adhi Prakosa. 2021. "Pengaruh Media Sosial , Event Pariwisata , Dan Fasilitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung." *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis* 11(1):74–94.
- Priambodo, Singgih, and Bulan Prabawani. 2016. "Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang) Pendahuluan Kajian Teori Perilaku Konsumen."
- Raihan, Iqbal, and Muhammad Arifin Lubis. 2024. "Pengaruh Penggunaan M-Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Pada Bank Muamalat KCP Stabat." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 5(9):4513–28. doi: 10.47467/elmal.v5i9.5124.

- Riduan, A. A. Miftah, and M. Taufik Ridho. 2024. "Pengaruh Tingkat Pemahaman Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Syariah (Studi Masyarakat Desa Karang Berahi Kecamatan Pamenang Kabupaten Merangin)." *Jurnal Pajak Dan Analisis Ekonomi Syariah* 1(4):10–18.
- Rizkianidaa, Rima, Endang Wuryandini, Sri Suneki, and Diah Rahayu Tunjungsar. 2023. "Penerapan Model Project Based Learning Pada Kurikulum Merdeka Dalam Meningkatkan Pemahaman Konsep Ips Pada Siswa Kelas IV SD Negeri Pandeanlamper 1 Rima." *Jurnal Pendidikan Dan Konseling* 5(2):1450–56.
- Rizky, Yasa Nina, Nyoman Wahyuni Putra, and Made Arie. 2018. "PADA UMKM Di Kecamatan Buleleng." (2):191–202.
- Rusdianti, Endang, Sri Purwantini, and Paulus Wardoyo. 2017. "Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Bni E Banking." *Jurnal Dinamika Sosial Budaya* 18(2):226–40. doi: 10.26623/jdsb.v18i2.572.
- Saputra, Hardika. n.d. "Kemampuan Pemahaman Matematis."
- Sari, Nora Helda, and Muhammad Iqbal Fasa. 2024. "Pemahaman Nasabah Tentang Digital Banking Dan Implikasinya Bagi Kinerja Perbankan Syariah Customer Understanding of Digital Banking and Its Implications for Sharia Banking Performance." *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara* 1(5):7759–64.
- Sehangunaung, G. A. 2023. "Analisis Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Aplikasi Lazada Di Kota Manado." 11(3).
- Septiani, Irma, Albertus Djoko Lesmono, and Arif Harimukti. 2020. "Analisis Minat Belajar Siswa Menggunakan Model Problem Based Learning Dengan Pendekatan Stem Pada Materi Vektor Di Kelas X Mipa 3 Sman 2 Jember." *Jurnal Pembelajaran Fisika* 9(2):64–70.
- Sitanggang, SAndri Sahata, Tiara Aprilliany Nurrochman, Retta Syafira, Ivaldy Khalifah Nas Halim, Putri Salsabina, and Affi Zain Aisy. 2022. "Analisis Yang Mempengaruhi Penggunaan M-Banking Bagi Nasabah Bni Andri." *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 7(30):559–66.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, Cv.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Manajemen Pendekatan: Kualitatif, Kuantitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan Dan Penelitian Evaluasi*. Alfabeta.

- Sulle, Yonatan. 2022. "Pengaruh Kepercayaan , Kualitas Pelayanan Dan Kasus Pada Bank Papua Cabang Kapi)." 2(1):101–9.
- Surya, Adiatma Firdaus, Herman Sjahrudin, Zulfikry Sukarno, and Andi Tenriola. 2021. "Pengaruh Dimensi Bauran Pemasaran Terhadap Minat." *Niagawan* 10(1):10–20.
- Syahputri, Addini Zahra, Fay Della Fallenia, and Ramadani Syafitri. 2023. "Kerangka Berpikir Penelitian Kuantitatif." *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran* 2(1):160–66.
- Trimulato, Zakiah Saidah Fitri, and Bnu Qizam. 2022. "Linkage Bank Syariah Dan Fintech Syariah Penyaluran Pembiayaan Berbasis Digital Dan Risiko Pembiayaan." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8(02):1257–69.
- Udi, Fakhruddin, and Saepudin Didin. 2018. "Integrasi Dalam Sistem Pembelajaran Di Pesantren." 7(1):94–113.
- Walandouw, Gaby I. M., Peggy A. Mekel, and Agus S. Soegoto. 2014. "Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan Nasabah Bertransaksi E-Banking Melalui Kartu Debit Taplus Bni." *Jurnal EMBA* 2(2):1261–71.
- Wijaya, Alviandra Hikmahtiar, and Banu Witono. 2025. "Terhadap Minat Menggunakan *M-Banking* Pada Nasabah Bank Jateng Kantor Cabang Sukoharjo." *Edunomika* 09(03):1–9.
- Wulandari, Siti. 2017. "Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Asuransi Jiwa." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 6.
- Yuliawan, Ely, Ahmad Sofyan, and Ilham. 2023. "Minat Siswa Dalam Mengikuti Pembelajaran PJOK Di SMA Negeri 1 Tanjung Jabung TUmur." *Jurnal Cerdas Sifa Pendidikan* 12(2):123–33.
- Zubaidi, Kazza Savanah. 2025. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital: Studi Literatur Review." 4(April):776–83.

LAMPIRAN

Lampiran 2.Tabulasi Data Kuisisioner

A. Berdasarkan variabel pemahaman (X1)

[illegible]

[illegible]

3															
5 4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	66
5 5	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	50
5 6	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	60
5 7	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	52
5 8	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	66
5 9	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	62
6 0	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	54
6 1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
6 2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	58
6 3	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	61
6 4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	65
6 5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	59

B. Berdasarkan variabel Kepercayaan (X2)

NO	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.TTL
1	4	4	5	4	4	5	4	4	34
2	4	4	3	4	4	4	3	4	30
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	5	4	4	5	4	4	34
5	3	4	4	3	4	4	3	4	29
6	4	4	4	4	4	4	4	4	32
7	5	4	4	5	4	4	4	5	35
8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
9	4	4	3	5	4	5	5	4	34
10	4	4	3	4	4	4	4	4	31
11	4	3	4	3	4	4	3	4	29
12	4	4	4	4	4	4	3	4	31
13	3	4	3	4	3	4	4	3	28
14	4	5	4	4	4	4	4	4	33
15	4	4	4	4	4	4	4	4	32
16	5	4	5	4	5	4	5	4	36

17	4	4	4	4	4	4	4	4	32
18	4	4	4	4	4	4	4	4	32
19	5	4	4	4	4	4	4	4	33
20	4	4	4	4	4	3	4	4	31
21	4	4	4	4	4	4	4	4	32
22	4	4	4	4	4	4	4	4	32
23	5	4	4	3	4	4	4	4	32
24		3	4	3	4	3	4	3	27
25	4	4	3	4	4	3	4	4	30
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
27	4	4	4	4	3	4	4	4	31
28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
39	4	4	4	4	4	4	4	4	32
30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
31	4	4	4	4	4	4	4	4	32
32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
33	4	4	4	4	4	4	4	4	32
34	4	4	4	4	4	4	4	4	32
35	4	5	4	5	5	5	4	5	37
36	4	4	4	4	4	4	4	4	32
37	4	3	4	4	3	4	4	3	29
38	4	3	4	3	4	4	3	4	29
39	4	4	4	4	4	4	4	4	32
40	4	5	5	4	3	5	4	5	35
41	5	5	4	4	4	5	4	5	36
42	3	4	4	4	4	4	4	4	31
43	3	4	4	4	4	4	4	4	31
44	5	4	4	4	4	4	4	4	33
45	5	4	4	4	4	4	4	5	34
46	4	4	4	4	4	4	4	4	32
47	5	5	4	5	4	5	5	4	37
48	3	4	3	3	4	4	4	4	29
49	5	4	4	4	5	4	4	5	35
50	4	5	4	5	4	5	4	5	36
51	4	4	4	4	4	4	4	4	32
52	5	4	5	4	5	4	5	4	36
53	4	4	4	4	4	4	4	4	32
54	5	4	5	5	4	5	4	5	37
55	5	4	5	4	4	4	5	4	35
56	4	5	4	4	5	4	5	4	35
57	4	3	4	4	3	4	4	4	30
58	5	5	4	5	4	4	4	5	36
59	5	4	4	5	4	4	5	4	35
60	4	4	4	3	4	4	4	3	30

61	4	4	4	4	4	4	4	4	32
62	4	4	4	5	4	5	4	4	34
63	4	5	4	4	5	4	5	4	35
64	5	5	4	5	4	5	5	4	37
65	4	4	5	4	4	5	4	4	34

C. Berdasarkan variabel Minat (Y)

NO	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y.TTL
1	4	4	5	4	4	5	4	4	34
2	4	4	4	4	3	5	4	4	32
3	3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	5	4	4	5	4	4	34
5	3	4	4	3	4	4	3	4	29
6	4	4	4	4	4	4	4	4	32
7	5	4	5	4	4	4	4	5	35
8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
9	5	5	4	4	3	4	4	5	34
10	3	4	4	4	4	4	4	4	31
11	5	5	5	5	5	5	5	5	40
12	3	3	3	4	4	4	4	4	29
13	4	4	4	4	4	4	4	4	32
14	3	3	3	3	2	4	3	3	24
15	4	4	4	4	4	4	4	4	32
16	5	4	5	4	5	4	5	4	36
17	4	4	4	4	4	4	4	5	33
18	4	4	4	4	4	4	4	4	32
19	4	4	4	4	4	4	4	4	32
20	4	4	4	4	3	4	4	5	32
21	4	4	4	4	4	4	4	4	32
22	4	4	4	4	3	4	4	4	31
23	4	4	4	4	3	4	3	4	30
24	5	5	4	5	5	4	5	5	39
25	5	5	5	5	5	5	5	5	40
26	4	4	4	4	4	4	3	4	31
27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
39	4	4	4	4	4	4	4	4	32
30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
31	4	4	4	4	4	4	4	4	32
32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
33	4	5	5	5	5	4	4	4	36
34	4	4	4	4	4	4	4	4	32
35	4	4	5	5	4	5	4	4	35
36	4	4	4	4	4	4	4	4	32
37	4	3	4	4	3	4	4	3	29

38	4	3	4	3	4	4	3	4	29
39	4	4	4	4	4	4	4	4	32
40	4	5	5	4	3	4	4	5	34
41	5	4	4	4	4	5	5	4	35
42	4	4	4	4	4	3	4	4	31
43	4	3	4	3	3	4	3	4	28
44	4	4	4	4	4	4	4	4	32
45	4	3	3	3	2	3	4	4	26
46	3	3	2	4	3	3	2	3	23
47	5	5	4	5	4	5	5	4	38
48	4	4	4	4	4	4	4	4	32
49	4	4	4	4	4	3	4	5	32
50	4	5	4	5	4	5	4	5	36
51	3	3	4	3	3	4	3	4	27
52	5	4	5	4	5	4	5	4	36
53	4	4	4	4	4	4	4	4	32
54	5	5	4	5	5	4	5	5	38
55	3	4	4	3	4	3	4	3	28
56	4	4	5	4	4	5	4	4	34
57	4	3	4	4	4	3	4	4	30
58	5	4	5	5	4	5	5	4	37
59	4	5	4	5	4	4	5	4	35
60	4	4	4	4	3	4	4	4	31
61	4	5	4	4	4	4	3	4	32
62	4	4	4	4	4	4	4	4	32
63	4	5	4	4	5	4	4	5	35
64	5	5	4	5	4	5	5	4	37
65	4	4	5	4	4	5	4	4	34

Lampora 3. Uji Validitas

A. Uji Validitas Pemahaman (X1)

Lampora 3. Uji Validitas

A. Uji Validitas Pemahaman (X1)

[illegible]

[illegible]

X1.12	Pearson Correlation	.450*	.296	.487**	.559**	.307	.126	.310	.317	.354	.574**	.410*	1	.478**	.518**	.622**
	Sig. (2-tailed)	.013	.113	.006	.001	.099	.506	.095	.088	.055	.001	.024		.008	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.13	Pearson Correlation	.581*	.398*	.658**	.691**	.584**	.629**	.649**	.514**	.414*	.357	.475**	.478**	1	.826**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.001	.029	.000	.000	.001	.000	.000	.004	.023	.053	.008	.008		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.14	Pearson Correlation	.541*	.340	.662**	.727**	.521**	.672**	.606**	.714**	.361	.412*	.539**	.518**	.826**	1	.872**
	Sig. (2-tailed)	.002	.066	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.050	.024	.002	.003	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.TT L	Pearson Correlation	.651*	.523**	.781**	.829**	.648**	.663**	.776**	.738**	.602**	.625**	.718**	.622**	.844**	.872**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).																
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).																

B. UJI VALIDITAS KEPERCAYAAN (X2)

Correlations										
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.TTL
X2.1	Pearson Correlation	1	.707**	.561**	.610**	.521**	.356	.623**	.491**	.797**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.003	.053	.000	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.707**	1	.434*	.577**	.491**	.236	.572**	.421*	.726**
	Sig. (2-tailed)	.000		.017	.001	.006	.209	.001	.021	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.561**	.434*	1	.458*	.394*	.598**	.635**	.495**	.740**
	Sig. (2-tailed)	.001	.017		.011	.031	.000	.000	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.610**	.577**	.458*	1	.718**	.341	.565**	.617**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.011		.000	.066	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.521**	.491**	.394*	.718**	1	.361	.515**	.574**	.775**
	Sig. (2-tailed)	.003	.006	.031	.000		.050	.004	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	.356	.236	.598**	.341	.361	1	.537**	.395*	.623**

	Sig. (2-tailed)	.053	.209	.000	.066	.050		.002	.031	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.7	Pearson Correlation	.623**	.572**	.635**	.565**	.515**	.537**	1	.639**	.824**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.001	.004	.002		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.8	Pearson Correlation	.491**	.421*	.495**	.617**	.574**	.395*	.639**	1	.760**
	Sig. (2-tailed)	.006	.021	.005	.000	.001	.031	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.TT L	Pearson Correlation	.797**	.726**	.740**	.822**	.775**	.623**	.824**	.760**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).										
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).										

C. UJI VALIDITAS MINAT (Y)

[illegible]

Y1.6	Pearson Correlation	.513**	.304	.490**	.679**	.792**	1	.693**	.382*	.834**
	Sig. (2-tailed)	.004	.103	.006	.000	.000		.000	.037	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y1.7	Pearson Correlation	.633**	.443*	.344	.528**	.525**	.693**	1	.418*	.788**
	Sig. (2-tailed)	.000	.014	.063	.003	.003	.000		.022	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y1.8	Pearson Correlation	.645**	.528**	.228	.554**	.211	.382*	.418*	1	.633**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.226	.001	.263	.037	.022		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y1.TTL	Pearson Correlation	.804**	.672**	.603**	.857**	.757**	.834**	.788**	.633**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).										
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).										

Lampiran 4. Uji Reliabilitas

Vaeiabel	Minimal Cronbach Alpha	Cronbach Alpha	keterangan
X1	0.06	0,923	Reliabel
X2		0,892	Reliabel
Y		0,883	Reliabel

Lampiran 5. Uji Asumsi klasik

A. Uji normalisasi

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Pemahaman	.114	65	.035	.979	65	.347
kepercayaan	.213	65	.000	.949	65	.009
Minat	.185	65	.000	.948	65	.008

a. Lilliefors Significance Correction

B. Uji multikolieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.837	4.599		1.269	.209		
	Pemahaman	.427	.053	.725	8.050	.000	.906	1.104
	kepercayaan	.062	.138	.041	.454	.652	.906	1.104
a. Dependent Variabel: Minat								

C. Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.283	3.685		.620	.538		
	Pemahaman	.066	.042	.204	1.564	.123	.906	1.104
	kepercayaan	-.146	.110	-.172	-1.319	.192	.906	1.104
a. Dependent Variabel: ABS_RES								

Lampiran 6. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.837	4.599		1.269	.209		
	Pemahaman	.427	.053	.725	8.050	.000	.906	1.104
	kepercayaan	.062	.138	.041	.454	.652	.906	1.104
a. Dependent Variabel: Minat								

Lampiran 7. Uji Hipotesis

A. Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.837	4.599		1.269	.209
	Pemahaman	.427	.053	.725	8.050	.000
	Kepercayaan	.062	.138	.041	.454	.652

a. Dependent Variabel: Minat

B. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	453.555	2	226.777	37.128	.000 ^b
	Residual	378.691	62	6.108		
	Total	832.246	64			
a. Dependent Variabel: Minat						
b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Pemahaman						

Analisis 8.Koefisien Determinanasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.738 ^a	.545	.530	2.471
a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Pemahaman				

Lampiran 9. R Tabel

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7078	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Lampiran 10. T Tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 - 120)

df \ P _t	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.39	0.10	0.858	0.82	0.810	0.892
81	0.67753	1.29200	1.66386	1.98969	2.37527	2.63790	3.16392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98952	2.37509	2.63772	3.16362
83	0.67746	1.29193	1.66342	1.98936	2.37492	2.63754	3.16333
84	0.67742	1.29177	1.66320	1.98921	2.37476	2.63738	3.16311
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98907	2.37460	2.63721	3.16289
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98893	2.37444	2.63705	3.16272
87	0.67732	1.29138	1.66256	1.98879	2.37428	2.63689	3.16257
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98872	2.37412	2.63673	3.16244
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98858	2.37396	2.63657	3.16234
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98845	2.37380	2.63641	3.16227
91	0.67720	1.29087	1.66177	1.98832	2.37364	2.63624	3.16222
92	0.67717	1.29062	1.66159	1.98819	2.37347	2.63608	3.16219
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98805	2.37331	2.63592	3.16219
94	0.67711	1.29062	1.66125	1.98792	2.37315	2.63576	3.17211
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98779	2.37299	2.63560	3.17225
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98766	2.37282	2.63544	3.17231
97	0.67703	1.29036	1.66071	1.98752	2.37266	2.63528	3.17239
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98747	2.37250	2.63512	3.17249
99	0.67698	1.29018	1.66039	1.98732	2.37234	2.63496	3.17260
100	0.67695	1.29007	1.66022	1.98717	2.37218	2.63480	3.17274
101	0.67693	1.28988	1.66006	1.98703	2.37202	2.63464	3.17289
102	0.67690	1.28997	1.65989	1.98688	2.37186	2.63448	3.17295
103	0.67688	1.28982	1.65979	1.98673	2.37170	2.63432	3.17305
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98658	2.37154	2.63416	3.17315
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98642	2.37138	2.63400	3.17325
106	0.67681	1.28959	1.65935	1.98627	2.37122	2.63384	3.17335
107	0.67679	1.28952	1.65922	1.98612	2.37106	2.63368	3.17345
108	0.67677	1.28944	1.65906	1.98597	2.37090	2.63352	3.17351
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98581	2.37074	2.63336	3.17359
110	0.67673	1.28933	1.65882	1.98566	2.37058	2.63320	3.17365
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98551	2.37042	2.63304	3.17372
112	0.67669	1.28918	1.65857	1.98535	2.37026	2.63288	3.17378
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98519	2.37010	2.63272	3.17382
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98504	2.36994	2.63256	3.17386
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98488	2.36978	2.63240	3.17390
116	0.67661	1.28888	1.65810	1.98473	2.36962	2.63224	3.17394
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98457	2.36946	2.63208	3.17398
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98441	2.36930	2.63192	3.17402
119	0.67656	1.28871	1.65779	1.98425	2.36914	2.63176	3.17406
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.98409	2.36898	2.63160	3.17410

Catatan: Probabilitas yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung.

Lampiran 11. F Tabel

Tabel Persentase Distribusi F untuk Probabilitas = 0,05															
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.15	3.10	3.07	3.05	3.03	3.02	3.01	3.00	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93
92	3.14	3.09	3.06	3.04	3.02	3.01	3.00	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92
93	3.14	3.09	3.06	3.04	3.02	3.01	3.00	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92
94	3.14	3.09	3.06	3.04	3.02	3.01	3.00	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92
95	3.14	3.09	3.06	3.04	3.02	3.01	3.00	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92
96	3.14	3.09	3.06	3.04	3.02	3.01	3.00	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92
97	3.14	3.09	3.06	3.04	3.02	3.01	3.00	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92
98	3.14	3.09	3.06	3.04	3.02	3.01	3.00	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92
99	3.14	3.09	3.06	3.04	3.02	3.01	3.00	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92
100	3.14	3.09	3.06	3.04	3.02	3.01	3.00	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92
101	3.14	3.09	3.06	3.04	3.02	3.01	3.00	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92
102	3.13	3.08	3.05	3.03	3.01	3.00	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92	2.91
103	3.13	3.08	3.05	3.03	3.01	3.00	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92	2.91
104	3.13	3.08	3.05	3.03	3.01	3.00	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92	2.91
105	3.13	3.08	3.05	3.03	3.01	3.00	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92	2.91
106	3.13	3.08	3.05	3.03	3.01	3.00	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92	2.91
107	3.13	3.08	3.05	3.03	3.01	3.00	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92	2.91
108	3.13	3.08	3.05	3.03	3.01	3.00	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92	2.91
109	3.13	3.08	3.05	3.03	3.01	3.00	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92	2.91
110	3.13	3.08	3.05	3.03	3.01	3.00	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92	2.91
111	3.13	3.08	3.05	3.03	3.01	3.00	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92	2.91
112	3.13	3.08	3.05	3.03	3.01	3.00	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92	2.91
113	3.13	3.08	3.05	3.03	3.01	3.00	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92	2.91
114	3.12	3.07	3.04	3.02	3.00	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92	2.91	2.90
115	3.12	3.07	3.04	3.02	3.00	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92	2.91	2.90
116	3.12	3.07	3.04	3.02	3.00	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92	2.91	2.90
117	3.12	3.07	3.04	3.02	3.00	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92	2.91	2.90
118	3.12	3.07	3.04	3.02	3.00	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92	2.91	2.90
119	3.12	3.07	3.04	3.02	3.00	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92	2.91	2.90
120	3.12	3.07	3.04	3.02	3.00	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92	2.91	2.90
121	3.12	3.07	3.04	3.02	3.00	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92	2.91	2.90
122	3.12	3.07	3.04	3.02	3.00	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92	2.91	2.90
123	3.12	3.07	3.04	3.02	3.00	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92	2.91	2.90
124	3.12	3.07	3.04	3.02	3.00	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92	2.91	2.90
125	3.12	3.07	3.04	3.02	3.00	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92	2.91	2.90
126	3.12	3.07	3.04	3.02	3.00	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92	2.91	2.90
127	3.12	3.07	3.04	3.02	3.00	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92	2.91	2.90
128	3.12	3.07	3.04	3.02	3.00	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92	2.91	2.90
129	3.11	3.07	3.03	3.01	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92	2.91	2.90	2.89
130	3.11	3.07	3.03	3.01	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92	2.91	2.90	2.89
131	3.11	3.07	3.03	3.01	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92	2.91	2.90	2.89
132	3.11	3.06	3.03	3.01	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92	2.91	2.90	2.89
133	3.11	3.06	3.03	3.01	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92	2.91	2.90	2.89
134	3.11	3.06	3.03	3.01	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92	2.91	2.90	2.89
135	3.11	3.06	3.03	3.01	2.99	2.98	2.97	2.96	2.95	2.94	2.93	2.92	2.91	2.90	2.89

Lampiran 12. penyebaran kuersioner







Lampiran 12. penyebaran angket





Lampiran 13 Email responden



