

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH MENGGUNAKAN LAYANAN *MOBILE BANKING* DI BANK SYARIAH INDONESIA DI BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU TULUNGAGUNG SUDIRMAN

Reza Gusti Aqilla*¹⁾, Deny Yudiantoro²⁾

1. Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Indonesia
2. Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Indonesia

Article Info

Kata Kunci: Teknologi Informasi, Kemanfaatan, Kepercayaan, Minat Nasabah, Mobile Banking

Keywords: Information Technology, Benefits, Trust, Customers Interest, Mobile Banking

Article history:

Received 30 January 2023
Revised 6 February 2023
Accepted 4 March 2023
Available online 1 June 2023

DOI :

<https://doi.org/10.29100/jupi.v8i2.3836>

* Corresponding author.

Corresponding Author

E-mail address:

rezadeful@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh teknologi informasi, kemanfaatan, dan kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan mobile banking di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung Sudirman. Metodologi yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan adalah nasabah pengguna mobile banking di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung Sudirman sebanyak 100 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji f, uji t, dan koefisien determinasi dengan bantuan SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan teknologi Informasi, kemanfaatan, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan mobile banking di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung Sudirman.

ABSTRACT

This study purposed to analyze and prove the effect of information technology, benefits, and trust on customers interest in using mobile banking at the Bank Syariah Indonesia Tulungagung Sudirman Branch Office. The methodology used is a quantitative approach. The sample used was of customers who use mobile banking at the Bank Syariah Indonesia Tulungagung Sudirman Branch Office as many as 100 respondents. The data uses in this study are primary data obtained using a questionnaire. Analysis of the data used is the validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, f test, t test, and the coefficient of determination with the help of SPSS version 25. The result of this study show that partially of simultaneously the information technology, benefits, and trust have a positive and significant effect on customers interest in using mobile banking service at the Bank Syariah Indonesia Tulungagung Sudirman Branch Office.

I. PENDAHULUAN

SEIRING berjalannya waktu, teknologi banyak mengalami perubahan di zaman modern ini. Teknologi informasi yang termasuk mengalami perubahan. Teknologi informasi merupakan salah satu terminologi yang dapat digunakan dalam beberapa sektor [1], salah satunya sektor perbankan. Sektor perbankan lekat dengan semangat kompetitif dalam memberikan pelayanan prima yang digunakan untuk mendukung proses operasional bisnis. Hal tersebut dikarenakan kebutuhan akan kepuasan nasabah yang biasanya membutuhkan layanan yang praktis, aman, nyaman, dan 24 jam [2]. Kepuasan nasabah akan tercipta ketika nasabah merasakan manfaat suatu produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan nasabah [3].

Dengan perkembangan teknologi informasi, bank menyediakan layanan yang memudahkan nasabah dalam memproses transaksinya dengan menyediakan layanan *mobile banking*. Kemudahan yang didapatkan nasabah ketika menggunakan *mobile banking*, yaitu nasabah tidak perlu datang ke ATM, hanya membutuhkan *handphone* dan jaringan internet, bisa digunakan selama 24 jam dan dimana saja. Sehingga semakin mudah, cepat, dan nyaman penggunaan aplikasi mobile banking, maka semakin tinggi minat nasabah untuk menggunakannya [4]. Berdasarkan

hasil riset MARS Indonesia (2008), menjelaskan setidaknya terdapat 3 alasan utama nasabah menggunakan layanan *mobile banking*, yaitu (1) praktis karena tidak perlu datang ke bank/ATM (46,5%), (2) transaksi menjadi lebih cepat (32,7%), (3) mempermudah untuk cek saldo melalui handphone (17,8%) [5]. Adapun teori Davis (1989), menyatakan jika teknologi informasi mudah di mengerti, mudah digunakan dan meringankan perkerjaan maka akan meyakinkan pengguna untuk menggunakan teknologi tersebut [6].

Layanan *mobile banking* memberikan banyak manfaat kepada penggunanya berupa fitur-fitur layanan dalam melakukan transaksi perbankan, seperti cek saldo, transfer uang, melakukan pembayaran berbagai macam tagihan dan dapat melakukan transaksi non finansial lainnya. Semakin banyak manfaat yang didapatkan nasabah, maka semakin tinggi minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* [7]. Adapun teori Davis dan Venkatesh (2000) menyatakan bahwa sebuah sistem bermanfaat bagi penggunanya jika sistem tersebut dapat meningkatkan kinerja, meningkatkan produktivitas, meningkatkan efektivitas, dan bermanfaat bagi penggunanya [8].

Dalam menyediakan layanan *mobile banking*, perbankan harus memberikan rasa aman dan nyaman ketika nasabah menggunakan layanan *mobile banking*. Nasabah akan lebih memilih aplikasi *mobile banking* yang memiliki sistem keamanan yang baik, dengan enkripsi data dan penggunaan teknologi keamanan lainnya. Hal tersebut dikarenakan kepercayaan merupakan prinsip utama dalam sektor perbankan dimana bank harus selalu menjaga kepercayaan nasabah [9]. Adapun teori Jogiyanto (2007) menyatakan penerimaan teknologi oleh pengguna tidak luput dari kepercayaan pengguna terhadap teknologinya [10].

Hingga saat ini, Bank Syariah Indonesia terus berupaya meningkatkan jumlah nasabah pengguna BSI *Mobile*. Per Juni 2022, nasabah pengguna BSI *Mobile* mencapai 4,07 juta, jumlah tersebut meningkat sebesar 81% secara yoy. Peningkatan tersebut dipengaruhi oleh perubahan perilaku nasabah yang mulai memilih menggunakan layanan BSI *Mobile*. Hal ini juga berdampak positif pada peningkatan transaksi BSI *Mobile* per Juni 2022 mencapai 117,72 juta transaksi dan berkontribusi memberikan *fee based income* sebesar Rp. 119 miliar [11].

Salah satu Bank Syariah Indonesia yang terletak Ruko Kepatihan No. 7 dan 8, Jl. Panglima Sudirman No. 51, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung, Provinsi Jawa Timur, per 22 September 2022 memiliki jumlah nasabah pengguna *mobile banking* sebanyak 3721 nasabah, jumlah tersebut lebih banyak dibandingkan dengan jumlah nasabah yang belum menggunakan *mobile banking* yang hanya berjumlah 1784 nasabah [12].

Berdasarkan data yang diperoleh dari website Bank Syariah Indonesia[11] dan wawancara salah satu *teller* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung Sudirman[12] dapat diketahui bahwa daya minat nasabah Bank Syariah Indonesia untuk menggunakan layanan *mobile banking* relatif tinggi.

Disamping daya minat nasabah yang relatif tinggi tentunya juga memiliki potensi yang dapat menyebabkan masalah besar bagi pengguna layanan transaksi elektronik perbankan khususnya pada layanan *mobile banking* yang bisa terkena *cyber crime*. Salah satu kasus pembobolan akun *mobile banking* yang terjadi pada bulan Desember 2022. Dimana pelaku berhasil membobol *mobile banking* nasabah dan mengambil saldo dari *mobile banking* nasabah sebesar Rp. 120 juta. Pelaku melakukan kejahatannya dengan menyebarkan link aplikasi melalui pesan Whatsapp, jika nasabah mengeklik link aplikasi tersebut, maka pelaku dapat membobol *mobile banking* nasabah[13]. Kejahatan ini dapat menyebabkan turunnya minat nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking*, karena dalam jurnal Asti dan Widhi (2018), menjelaskan jika bank tidak segera memanfaatkan teknologi secara maksimal maka akan kehilangan 30% dari total nasabahnya[14]. Maka dari itu bank harus dapat menjaga kepercayaannya agar minat nasabah tetap terjaga dan meningkat.

Schiffman (2008), menjelaskan minat nasabah tercipta karena adanya pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, penyajian produk, dan evaluasi [15]. Minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya adalah persepsi nasabah terhadap aplikasi *mobile banking*[16]. Adapun teori dari Venkatesh, dkk. (2003) menyatakan bahwa adanya hubungan langsung dan signifikan antara minat pemanfaatan teknologi informasi terhadap penggunanya [17].

Beberapa hasil penelitian dari setiap faktor-faktor yang menjadi variabel dalam penelitian ini , seperti penelitian yang dilakukan oleh Nurul (2022) terkait faktor teknologi informasi memperoleh hasil bahwa faktor teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* [18]. Sedangkan, penelitian yang dilakukan Rudiansyah (2021) memperoleh hasil bahwa faktor teknologi informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan internet banking [19]. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Cindye (2022) juga memperoleh hasil bahwa faktor teknologi informasi tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*[20].

Penelitian lain terkait faktor kemanfaatan yang telah dilakukan oleh Fahrul dan Ziyad (2019) memperoleh hasil bahwa faktor kemanfaatan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* [21]. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Okky dan Rini (2021) memperoleh hasil bahwa faktor kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* [16].

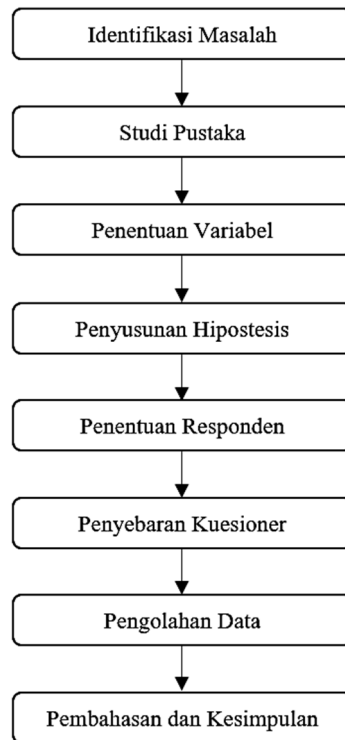
Penelitian yang telah dilakukan oleh Mario (2018) terkait faktor kepercayaan memperoleh hasil bahwa faktor kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* [22].

Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Okky dan Rini (2021) memperoleh hasil bahwa faktor kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* [16].

Berdasarkan uraian fenomena dan analisis gap atas penelitian yang pernah dilakukan, peneliti tertarik untuk menguji kembali apakah faktor teknologi informasi, faktor kemanfaatan, faktor kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*, faktor-faktor tersebut akan menjadi vairabel dalam penelitian ini. Dengan adanya penelitian ini diharapkan menjadi acuan pihak bank sebagai penyedia layanan *mobile banking* untuk terus meningkatkan dan menjaga kualitas layanan *mobile banking*.

II. METODE PENELITIAN

Tahapan Penelitian



Gambar 1 : Tahapan Penelitian

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman yang terletak di Ruko Kepatihan No. 7 dan 8, Jl. Panglima Sudirman No. 51, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung, Provinsi Jawa Timur. Adapun waktu penelitian, dilaksanakan pada tanggal 19 Desember 2022 sampai dengan selesai.

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Adapun jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yang diperoleh langsung dari nasabah pengguna *mobile banking* di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian dalam penelitian ini yaitu nasabah pengguna *mobile banking* di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu tulungagung Sudirman yang berjumlah 3721 per Juni 2022. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini dihitung menggunakan rumus *slovin* dan diperoleh jumlah sampel sebanyak 97 responden, dibulatkan menjadi 100 responden.

Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada nasabah pengguna *mobile banking* di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman. Pengukuran setiap butir-butir pernyataan dalam kuesioner menggunakan skala *likert*. Adapun teknik analisis data yang digunakan untuk menguji data dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis berganda, uji hipotesis simultan (f), uji hipotesis parsial (t), dan koefisien determinasi (R^2). Analisis ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS Versi 25.

Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini, yaitu: (1) variabel terikat (*dependent variable*): teknologi informasi (X_1), kemanfaatan (X_2), dan kepercayaan (X_3), (2) variabel bebas (*independt variable*): minat nasabah (Y).

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Uji validitas ditujukan untuk mengukur tingkat validitas setiap instrumen variabel yang terdapat dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil uji validitas variabel teknologi informasi, kemanfaatan, kepercayaan bahwa dari jumlah data sebanyak 100 sampel dapat diketahui nilai r tabel sebesar 0,1966 dengan taraf signifikansi 0,05. Berikut hasil uji validitas dari setiap variabel.

Tabel 1
HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL TEKNOLOGI INFORMASI (X_1)

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	13.6500	1.765	.728	.810
X1.2	13.5700	1.783	.805	.780
X1.3	13.6800	1.816	.651	.844
X1.4	13.4900	1.949	.642	.844

Berdasarkan tabel 1 diketahui nilai dari *Corrected Item-Total Correlation* (r-hitung) pada masing-masing item pernyataan variabel teknologi informasi memiliki nilai sebesar $X_{1.1}$ (0,728), $X_{1.2}$ (0,805), $X_{1.3}$ (0,651), $X_{1.4}$ (0,642). Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap pernyataan variabel teknologi informasi memiliki nilai lebih besar dari r tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator pernyataan variabel teknologi informasi valid.

Tabel 2
HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL KEMANFAATAN (X_2)

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	13.1800	1.927	.498	.742
X2.2	13.2000	1.677	.686	.646
X2.3	13.3500	1.543	.655	.656
X2.4	13.2500	1.826	.442	.776

Berdasarkan tabel 2 diketahui nilai dari *Corrected Item-Total Correlation* (r-hitung) pada masing-masing item pernyataan variabel kemanfaatan memiliki nilai sebesar $X_{2.1}$ (0,498), $X_{2.2}$ (0,686), $X_{2.3}$ (0,655), $X_{2.4}$ (0,442). Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap pernyataan variabel kemanfaatan memiliki nilai lebih besar dari r tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator pernyataan variabel kemanfaatan valid.

Tabel 3
HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL KEPERCAYAAN (X_3)

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	12.4800	2.212	.492	.773
X3.2	12.5200	1.989	.663	.689
X3.3	12.5500	1.826	.727	.650
X3.4	12.5800	2.084	.483	.784

Berdasarkan tabel 3 diketahui nilai dari *Corrected Item-Total Correlation* (r-hitung) pada masing-masing item pernyataan variabel kepercayaan memiliki nilai sebesar $X_{3.1}$ (0,492), $X_{3.2}$ (0,663), $X_{3.3}$ (0,727), $X_{3.4}$ (0,483). Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap pernyataan variabel kepercayaan memiliki nilai lebih besar dari r tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator pernyataan variabel kepercayaan valid.

Tabel 4
 HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL MINAT NASABAH (Y)

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	12.7600	1.841	.538	.758
Y2	12.8500	1.624	.635	.709
Y3	12.9100	1.658	.653	.702
Y4	12.9600	1.635	.550	.757

Berdasarkan tabel 4 diketahui dari *Corrected Item-Total Correlation* (r-hitung) pada masing-masing item pernyataan variabel minat nasabah memiliki nilai sebesar $Y_{4.1}$ (0,538), $Y_{4.2}$ (0,635), $Y_{4.3}$ (0,653), $Y_{4.4}$ (0,550). Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap pernyataan variabel minat nasabah memiliki nilai lebih besar dari r tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator pernyataan variabel minat nasabah valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur atau indikator yang digunakan dalam penelitian ini tetap konsisten. Berdasarkan hasil uji reliabilitas diperoleh hasil pada variabel teknologi informasi nilai *Cronbach alpha* sebesar 0,859, variabel kemanfaatan sebesar 0,764, variabel kepercayaan 0,781, dan variabel minat nasabah sebesar 0,785 yang mana nilai-nilai dari setiap variabel lebih besar dari 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator pernyataan pada variabel teknologi informasi, variabel kemanfaatan, variabel kepercayaan, dan variabel minat nasabah realiable, sehingga indikator tersebut layak untuk digunakan penelitian.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan untuk menentukan apakah variabel pengganggu, residual, maupun model regresi yang diteliti terdistribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov*. Berdasarkan hasil uji normalitas dengan menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov* memperoleh nilai *Asymp. Sig.* sebesar $0,202 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal.

Hasil uji autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah regresi linear terdapat korelasi antar pengganggu pada periode sebelumnya. Berdasarkan hasil uji *runs test* memperoleh nilai dari *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar $0,421 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak terjadi autokorelasi antar residual.

Hasil uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Berdasarkan output hasil uji multikolinearitas memperoleh nilai *tolerance* dari variabel independen memiliki nilai diatas 0,010, serta memiliki nilai VIF < 10 . Sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi masalah multikolinearitas.

Hasil uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ditujukan untuk menguji model regresi apakah terjadi ketidaksamaan varian dari residual penelitian satu dengan penelitian yang lain. Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan uji *glejser* diperoleh nilai signifikansi variabel teknologi informasi (X_1) $0,249 > 0,05$, nilai signifikansi variabel kemanfaatan (X_2) $0,164 > 0,05$, dan nilai signifikansi variabel kepercayaan (X_3) $0,800 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan data dalam penelitian ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas atau data tersebut homogenitas.

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

TABEL 5
 HASIL UJI REGRESI LINEAR BERGANDA
 Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.257	.854		-3.814	.000
	Teknologi Informasi	.242	.057	.235	4.271	.000
	Kemanfaatan	.694	.069	.582	10.095	.000
	Kepercayaan	.237	.069	.212	3.461	.001

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Uji regresi linear berganda dalam penelitian ini ditujukan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Berdasarkan tabel *coefficients* pada tabel 5 persamaan dari regresi yang terbentuk adalah sebagai berikut:

$$Y = -3,257 + 0,242 X_1 + 0,694 X_2 + 0,237 X_3 + e$$

Berikut penjelasan terkait persamaan regresi yang telah dirumuskan oleh peneliti:

Konstanta (a) = -3,257 merupakan nilai konstan, apabila nilai dan variabel independen bernilai nol, maka variabel Minat Nasabah sebesar -3,257

Teknologi Informasi (X_1) = 0,242 apabila variabel lain diasumsikan bernilai nol, dimana variabel teknologi informasi mengalami kenaikan sebesar 1% maka variabel Minat Nasabah akan mengalami kenaikan sebesar 0,242.

Kemanfaatan (X_2) = 0,694 apabila variabel lain diasumsikan bernilai nol, dimana variabel kemanfaatan mengalami kenaikan sebesar 1%, maka variabel Minat Nasabah akan mengalami kenaikan sebesar 0,694.

Kepercayaan (X_3) = 0,237 apabila variabel lain diasumsikan bernilai nol, dimana variabel kepercayaan mengalami kenaikan sebesar 1%, maka variabel Minat Nasabah akan mengalami kenaikan sebesar 0,237.

Standar error (e) merupakan definisi dari tingkat kesalahan pengganggu.

Hasil Uji Hipotesis

Hasil uji parsial (Uji t)

Uji hipotesis secara parsial dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh variabel teknologi informasi, kemanfaatan, dan kepercayaan secara terpisah terhadap variabel minat nasabah.

TABEL 6
HASI Uji PARSIAL

Variabel Penelitian	T_{hitung}	Sig. t
Teknologi Informas	4,271	0,000
Kemanfaatan	10,095	0,000
Kepercayaan	3,461	0,001

Berdasarkan output hasil uji parsial pada tabel 6 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi teknologi informasi adalah sebesar 0,000, kemanfaatan adalah sebesar 0,000, dan variabel kepercayaan sebesar 0,001 yang mana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel teknologi informasi, kemanfaatan, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah.

Hasil uji simultan (Uji f)

Uji hipotesis secara simultan dalam penelitian ini bertujuan mengukur besar pengaruh variabel teknologi informasi, kemanfaatan, dan kepercayaan secara bersamaan terhadap variabel minat nasabah.

TABEL 7
HASI Uji SIMULTAN
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	206.989	3	68.996	192.264	.000 ^a
	Residual	34.451	96	.359		
	Total	241.440	99			

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Teknologi Informasi, Kemanfaatan

b. Dependent Variable: Minat Nasabah

Berdasarkan hasil uji simultan pada tabel 7 dapat diketahui bahwa nilai dari F statistik sebesar 192,264 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel teknologi informasi, kemanfaatan, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat nasabah.

Hasil uji koefisien determinasi (Adjusted R²)

Uji koefisien determinasi dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen (teknologi informasi, kemanfaatan, dan kepercayaan).

TABEL 8
HASI Uji KOEFESIEN DETERMINASI
Model Summary^b

Model	R		Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
	R	R Square			R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
dimension0 1	.926 ^a	.857	.853	.59905	.857	192.264	3	96	.000	1.948

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Teknologi Informasi, Kemanfaatan

b. Dependent Variable: Minat Nasabah

Berdasarkan hasil uji model *Summary* pada tabel 8 dapat diketahui nilai dari *Adjusted R Square* yakni sebesar 0,853 atau sebesar 85,3%. Hal ini berarti variabel teknologi informasi, kemanfaatan, dan kepercayaan, mampu menjelaskan variabel minat nasabah sebesar 85,3%, yang mana sisanya 14,7% sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan.

Pembahasan

Pengaruh teknologi informasi (X_1) terhadap minat nasabah (Y)

Berdasarkan tabel 6 *Coefficients* menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} variabel teknologi informasi sebesar -3,814 dan t_{tabel} sebesar 1,96. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $(3,814) > (1,96)$, dan nilai signifikansi variabel teknologi informasi sebesar 0,000 dan nilai taraf signifikansi sebesar 0,05 sehingga $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil perhitungan uji T menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial variabel teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung Sudirman.

Hasil penelitian ini menandakan bahwa nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung Sudirman dapat merasakan kemudahan ketika menggunakan teknologi *mobile banking*. Seperti teori yang dikemukakan oleh Davis (1989) bahwa teknologi informasi mudah dimengerti, mudah digunakan dan meringankan pekerjaan maka akan meyakinkan pengguna untuk menggunakan teknologi tersebut. Hasil uji dalam penelitian ini sependapat dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Nurul (2022) dimana variabel teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah [18].

Pengaruh kemanfaatan (X_2) terhadap minat nasabah (Y)

Berdasarkan tabel 6 *Coefficients* menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} variabel kemanfaatan sebesar 4,271 dan t_{tabel} sebesar 1,96. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $(4,271) > (1,96)$, dan nilai signifikansi variabel kemanfaatan sebesar 0,000 dan nilai taraf signifikansi sebesar 0,05. Nilai Sig. $< \alpha$ yaitu $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil perhitungan uji T menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial variabel kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung Sudirman.

Hasil penelitian ini menandakan bahwa nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung Sudirman dapat merasakan manfaat ketika menggunakan *mobile banking*. Seperti teori yang dikemukakan oleh Davis dan Venkatesh (2000) menyatakan bahwa sebuah sistem bermanfaat bagi penggunaannya jika sistem tersebut dapat meningkatkan kinerja, meningkatkan produktivitas, meningkatkan efektivitas, dan bermanfaat bagi penggunaannya. Hasil uji dalam penelitian ini sependapat dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Okky dan Rini (2021) dimana variabel kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah [16].

Pengaruh kepercayaan (X_3) terhadap minat nasabah (Y)

Berdasarkan tabel 6 *Coefficients* menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} variabel kepercayaan sebesar 10,095 dan t_{tabel} sebesar 1,96. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $(10,095) > (1,96)$, dan nilai signifikansi variabel kepercayaan sebesar 0,001 dan nilai taraf signifikansi sebesar 0,05. Nilai Sig. $< \alpha$ yaitu $0,001 < 0,05$. Berdasarkan hasil perhitungan uji T menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung Sudirman.

Hasil penelitian ini menandakan bahwa nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung Sudirman percaya akan keamanan sistem *mobile banking* dan kerahasiaan akunnya. Seperti teori yang dikemukakan oleh Jogiyanto (2007) menyatakan penerimaan teknologi oleh pengguna tidak luput dari kepercayaan pengguna terhadap teknologinya. Hasil uji dalam penelitian ini sependapat dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Okky dan Rini (2021) dimana variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* [16].

Pengaruh teknologi Informasi (X_1), kemanfaatan (X_2), dan kepercayaan (X_3) terhadap minat nasabah (Y)

Berdasarkan tabel 7 *Anova* diperoleh F_{hitung} sebesar 192,264 dan nilai probabilitas (Sig.) sebesar 0,000. Nilai F_{hitung} $(19,264) > (2,70)$, dan pada nilai Sig. $(0,000) < \alpha$ $(0,05)$. Berdasarkan hasil perhitungan uji F menunjukkan bahwa maka H_0 ditolak atau diterima H_a , artinya variabel teknologi informasi, kemanfaatan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah. Maka jika faktor teknologi informasi, kemanfaatan, dan kepercayaan mengalami peningkatan maka minat nasabah akan naik. Sebaliknya jika faktor teknologi informasi, kemanfaatan, dan kepercayaan mengalami penurunan maka minat nasabah juga menurun. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Venkatesh, dkk. [8] menyatakan bahwa adanya hubungan langsung dan signifikan antara minat pemanfaatan teknologi informasi terhadap penggunaannya

IV. KESIMPULAN

Setelah melakukan penelitian mengenai pengaruh teknologi informasi, kemanfaatan, dan kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung Sudirman, maka dapat disimpulkan bahwa, Teknologi Informasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan

terhadap minat nasabah menggunakan layanan mobile banking di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung Sudirman. Kemanfaatan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan mobile banking di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung Sudirman. Kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan mobile banking di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung Sudirman. Teknologi Informasi, kemanfaatan, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan mobile banking di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung Sudirman.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] L.A. Abdillah, dkk., *Aplikasi Teknologi Informasi: Konsep dan Penerapan*, 1 ed. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- [2] W. Ode *et al.*, "Persepsi Komunikasi Layanan Digital Bank Perception of Digital Bank Service Communication," hal. 55–75, 2020.
- [3] D. Yudiantoro dan D. Setiawan, "Pengaruh Shariah Relationship Marketing Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Word of Mouth Nasabah Bank Jatim Syaria'h Kediri," *An-Nisbah J. Ekon. Syariah*, vol. 07, no. 01, hal. 273–301, 2020.
- [4] A. F. Iriani, "Minat Nasabah dalam Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo," *Din. J. Islam. Manag. Bussines*, vol. 2, no. 2, hal. 99–111, 2018.
- [5] Marsnewsletter, "Alasan Utama Nasabah Menggunakan Mobile Banking," *Mars Research Specialist*, 2010. <https://marsnewsletter.wordpress.com/2010/01/13/alasan-utama-nasabah-menggunakan-mobile-banking/> (diakses 19 November 2022).
- [6] F. D. Davis, "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology.," *MS Quarterly (online)*, 1989. <https://doi.org/10.2307/249008> (diakses 20 September 2022).
- [7] S. Handayani dan M. Anitasari, "Karakteristik Pengguna Mobile Banking di Kota Bengkulu," *EKOMBIS Rev. J. Ilm. Ekon. dan Bisnis*, vol. 10, no. S1, hal. 353–366, 2022, doi: 10.37676/ekombis.v10is1.2002.
- [8] F. D. D. V. Venkatesh, "A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies," *Management Science*, 2000. <https://www.jstor.org/stable/2634758> (diakses 21 September 2022).
- [9] A. P. Putera, "Prinsip Kepercayaan Sebagai Fondasi Utama Kegiatan Perbankan," *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune*, 2020. <https://core.ac.uk/download/pdf/287221099.pdf> (diakses 21 September 2022).
- [10] J. H. Mustakini, *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset, 2007.
- [11] BSI (Bank Syariah Indonesia), "Semester I 2022, Laba Bersih BSI Naik 41, 31%," 26 Agustus 2022. <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/semester-i-2022-laba-bersih-bsi-naik-4131#:~:text=Per Juni 2022%2C user pengguna,Mobile%2C ATM maupun Internet Banking> (diakses 22 September 2022).
- [12] R. Gusti Aqilla, "Wawancara jumlah nasabah pengguna mobile banking di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman," Tulungagung, 19 September 2022.
- [13] I. Defiantti, "Social Engineering Model Baru, Kejahatan Siber Bobol Pengguna Mobile Banking," *Liputan 6*, 12 Desember 2022. <https://www.liputan6.com/news/read/5151097/social-engineering-model-baru-kejahatan-siber-bobol-pengguna-mobile-banking> (diakses 22 September 2022).
- [14] A. Marlina dan W. A. Bimo, "Digitalisasasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank," *Inovator*, vol. 7, no. 1, hal. 14, 2018, doi: 10.32832/innovator.v7i1.1458.
- [15] L. Schiffman, dan L.L. Kanuk, *Perilaku Konsumen*, 7 ed. Jakarta: Indeks, 2008.
- [16] O. Natalia, dan R. Tesniwati, "The Effect Of Perception Of Trust, Perception Of Ease Of Use, Perception Of Benefits, Perception Of Risk And Perception Of Service Quality On Interest In Using Mobile Banking Bank Independent In Bekasi City," *Int. J. Sci. Technol. Manag.*, vol. 2, no. 5, hal. 1722–1730, 2021, doi: 10.46729/ijstm.v2i5.344.
- [17] D. V. Venkatesh, "User acceptance of information Technology:Toward a Unified View," *MIS Quarterly*, 2003. <https://doi.org/10.2307/30036540> (diakses 20 September 2022).
- [18] N. Khotimah, "PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI, RISIKO, DAN HANDLING COMPLAINT TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (Studi Kasus BSI KCP Ratulangi Kota Palopo)," hal. 65, 2022.
- [19] R. Putra, "Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Resiko, dan Handling Complaint Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus di PT. Bank SUMUT KCSy H.M. Yamin)," Univeristas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2021.
- [20] C. Vitaloka, "PENGARUH PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI, FITUR LAYANAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN LAYANAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN MUAMALAT DIGITAL ISLAMIC NETWORK PADA BANK MUAMALAT KCU PALEMBANG," Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2022.
- [21] dan M. Z. F. Rozi, "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank BTN," *Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan*, 2019. <http://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/jsmk> (diakses 21 September 2022).
- [22] M. Ledesman, "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking," UIN Raden Intan Lampung, 2018.