

**PENGARUH PERSEPSI RISIKO, KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI
TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP MINAT NASABAH
MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING* (Studi Kasus Pada Nasabah Bank
BNI Syariah Yogyakarta)**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH:

RIZKI PANGESTI

14820051

DOSEN PEMBIMBING:

Drs. AKHMAD YUSUF KHOIRUDDUN, S.E., M.Si.

NIP. 19661119 199203 1 002

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2018**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1777.5/Un.02/DEB/PP.00.9/05/2018

Tugas Akhir dengan judul: PENGARUH PERSEPSI RISIKO, KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (STUDI KASUS PADA NASABAH BANK BNI SYARIAH YOGYAKARTA)

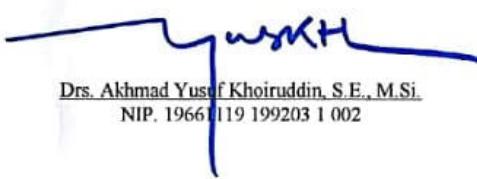
yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Rizki Pangesti
Nomor Induk Mahasiswa : 14820051
Telah diujikan pada : Jumat, 11 Mei 2018
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

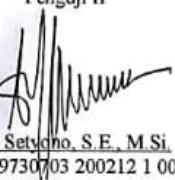
TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang


Drs. Ahmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si.
NIP. 19661119 199203 1 002

Penguji I

Dian Nuriyah Solissn, S.H.I., M.Si.
NIP. 19840216 200912 2 004

Penguji II

Joko Setyono, S.E., M.Si.
NIP. 19730703 200212 1 003





Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga FM-UINSK-BM-05-03/RO

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudari Rizki Pangesti

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga

Di Yogyakarta.

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama	:	Rizki Pangesti
NIM	:	14820051
Judul Skripsi	:	Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan dan Persepsi Teknologi Informasi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BNI Syariah Yogyakarta)

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam program studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 3 Mei 2018

Pembimbing



Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si.
NIP. 19661119 199203 1 002

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Rizki Pangesti
NIM : 14820051
Jurusan/ Prodi : Perbankan Syariah / Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan dan Persepsi Teknologi Informasi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BNI Syariah Yogyakarta”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi, dan dipergunakan sebagaimana perlunya

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 2 Mei 2018

Penyusun,



Rizki Pangesti
NIM. 14820051

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai *civitas* akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizki Pangesti

NIM : 14820051

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan dan Persepsi Teknologi Informasi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BNI Syariah Yogyakarta)”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Yogyakarta

Pada tanggal : 2 Mei 2018

Yang menyatakan



(Rizki Pangesti)

MOTTO

“Segala sesuatu yang bisa kau bayangkan adalah nyata”

(Pablo Picasso)

“Bermimpilah seakan kau akan hidup selamanya

Hiduplah seakan kau akan mati hari ini”

(James Dean)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT dan shalawat serta salam tercurahkan kepada

Nabi Muhammad SAW

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Kedua orang yang paling saya cintai yaitu Ayahanda Dodo dan Ibunda Siti Khoiriyah yang selalu bekerja keras agar impian mereka menjadikan anaknya seorang sarjana terwujud dan terimakasih telah memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan, maaf atas segala sikap, tingkah laku serta tutur kata yang salah.

Nenek A'ah, terimakasih telah memberikan doa dan dukungan untuk
menyelesaikan skripsi ini.

Almarhumah Khusna Nur Aini, seorang kakak yang sangat mencintai adiknya,
ssemoga kita bisa bertemu dan berkumpul lagi di Jannah nantinya.

Dan terimakasih atas doa dan motivasinya, teman-teman seperjuangan Perbankan

Syariah 2014

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif		Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
س	Śā'	ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	j	je
ه	Hā'	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ز	Żāl	ż	zet (dengan titik di atas)

ر	Rā'	r	er
ز	Zāi	z	zet
س	Sīn	s	es
ش	Syīn	sy	es dan ye
ص	Ṣād	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Tā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	g	ge
ف	Fā'	f	ef
ق	Qāf	q	qi
ك	Kāf	k	ka
ل	Lām	l	el
م	Mīm	m	em
ن	Nūn	n	en
و	Wāwu	w	w

ـ	Hā'	h	ha
ـ	Hamzah	'	apostrof
ـ	Yā'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة عَدَّة	Ditulis Ditulis	<i>Muta 'addidah</i> <i>'iddah</i>
------------------	--------------------	---------------------------------------

C. *Tā' marbūtah*

Semua *tā' marbūtah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حَكْمَة عَلَّة كَرَامَةُ الْأُولَيَاءُ	ditulis ditulis ditulis	<i>Hikmah</i> <i>'illah</i> <i>karāmah al-auliyā'</i>
--	-------------------------------	---

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

---	Fathah	ditulis	A
---	Kasrah	ditulis	i
---	Dammah	ditulis	u

فعل	Fathah	ditulis	fa'ala
ذكر	Kasrah	ditulis	zukira
يذهب	Dammah	ditulis	yažhabu

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif جاھلیۃ	Ditulis ditulis	Ā jāhiliyyah
2. fathah + yā' mati تَنْسِی	ditulis ditulis	ā tansā
3. Kasrah + yā' mati کَرِیم	ditulis ditulis	ī karīm
4. Dammah + wāwu mati فَرْوَض	ditulis ditulis	ū farwāṣ

		<i>furūd</i>
--	--	--------------

F. Vokal Rangkap

1. fathah + yā' mati بِينَكُمْ	Ditulis ditulis ditulis ditulis	<i>Ai</i> <i>bainakum</i> <i>au</i> <i>qaul</i>
2. fathah + wāwu mati قول		

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أَنْتُمْ أَعْدَتْ لَنْ شَكْرَتْمَ	Ditulis ditulis ditulis	<i>a'antum</i> <i>u'idat</i> <i>la'in syakartum</i>
--	-------------------------------	---

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”

القرآن القياس	Ditulis Ditulis	<i>al-Qur'ān</i> <i>al-Qiyās</i>
-------------------------	--------------------	-------------------------------------

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السماء	Ditulis	<i>as-Samā</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذوى الفروض	Ditulis	<i>zāwi al-furūd</i>
أهل السنة	ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga tercurah kepada baginda Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya yang telah memberikan petunjuk dan membeimbang umatnya ke jalan yang diridhai Allah SWT.

Alhamdulillah berkat rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir/skripsi dengan judul **“Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan dan Persepsi Teknologi Informasi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BNI Syariah Yogyakarta)”** dengan baik. Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir/skripsi ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi penulisan, penyusunan, maupun isinya. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan pengetahuan, kemampuan, dan pengalaman yang penulis miliki. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat penulis harapkan.

Tugas akhir/skripsi ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian tugas akhir/skripsi ini, diantaranya kepada:

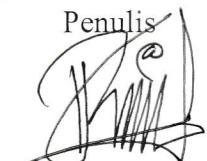
1. Prof. Drs. KH. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Joko Setyono, S.E., M. Si. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

4. Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu, membimbing, mengarahkan, memberi motivasi, kritik, saran dan masukan dalam proses penelitian ini.
5. Seluruh Dosen Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan selama menempuh pendidikan di kampus tercinta ini.
6. Seluruh pegawai dan staf TU Program Studi, Jurusan, dan Fakultas di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah membantu proses belajar di lingkungan kampus tercinta ini.
7. Seluruh staf pegawai Bank BNI Syariah Yogyakarta yang telah memberikan izin penelitian dan membantu dalam pelaksanaan penelitian.
8. Ayah Dodo, Ibu Siti Khoiriyah, dan seluruh keluarga yang selalu memberikan do'a, dukungan, motivasi, kasih sayang dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
9. Keluarga besar Perbankan Syariah B angkatan 2014, yang telah berjuang bersama-sama dalam proses kegiatan perkuliahan dan saling membantu serta memberikan dukungan dan semangat dalam proses penyelesaian Skripsi ini.
10. Sahabat-sahabat seperjuangan (Noni, Fietra, Atika, Erika, Vinda, dan Arum) yang telah berjuang bersama-sama dalam proses kegiatan perkuliahan dan saling membantu serta memberikan dukungan dan semangat dalam proses penyelesaian Skripsi ini.
11. Chalid Aditya, selaku teman dekat sekaligus penyemangat yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
12. Sahabatku Nita Apriliana serta Keluarga besar KKN Angakatan 93, Giligan, Rejoso, Jogonalan, Klaten (Putri, Arifina, Fatiha, Rihza, Sugi, Nuril, Hakim, dan Hanif dan Misbah) yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam proses penyelesaian Skripsi ini.

13. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Semoga Allah SWT memberikan berkah, rahmat, dan hidayah-Nya serta membalas semua jasa-jasa mereka yang telah banyak membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini. Besar harapan bagi penulis atas kritik, saran, dan masukan yang pembaca berikan untuk perbaikan selanjutnya. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat kepada penulis khususnya kepada pembaca pada umumnya. Amin.

Yogyakarta, 2 Mei 2018

Penulis

Rizki Pangesti

NIM. 14820051

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR	ii
HALAMAN SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xviii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
ABSTRAK	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan dan Kegunaan.....	11
D. Sistematika Pembahasan	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Teori	14
1. Perilaku Konsumen	14
2. Perilaku Konsumen Perspektif Islam	15
3. <i>Mobile Banking</i>	19
4. Jasa	20
a. Pengertian Jasa	20
b. Karakteristik Jasa	23
5. Minat	25
6. Persepsi	29
7. Risiko	31
8. Kepercayaan	34
9. Teknologi Informasi	38
B. Telaah Pustaka	41
C. Pengembangan Hipotesis	46
D. Kerangka Berfikir	51
BAB III METODE PENELITIAN	52

A. Jenis dan Sumber Data Penelitian	52
B. Tempat dan Waktu Penelitian	53
C. Populasi dan Sampel Penelitian	53
D. Data dan Teknik Pengumpulan	55
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	57
F. Teknik Analisis Data	61
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	61
2. Uji Asumsi Klasik	62
a. Uji Multikolinearitas	62
b. Uji Heterokedastisitas	63
c. Uji Normalitas	64
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	64
4. Pengujian Hipotesis	65
a. Koefisien Determinasi (R^2)	65
b. Uji F	66
c. Uji t	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	68
A. Gambaran Umum Perusahaan	68
1. Sejarah Bank BNI Syariah	68
2. Visi dan Misi BNI Syariah	69
3. Produk dan Layanan	70
4. Fitur Layanan <i>Mobile Banking</i>	71
B. Analisis Deskriptif	74
1. Hasil Penyebaran Kuesioner	74
2. Karakteristik Responden	74
C. Uji Validitas dan Reabilitas	83
1. Uji Validitas	83
2. Uji Reliabilitas	84
D. Uji Asumsi Klasik	85
1. Uji Multikolinieritas	85
2. Uji Heteroskedastisitas	85
3. Uji Normalitas	87
E. Uji Regresi Linier Berganda	88
F. Uji Hipotesis	90
1. Koefisien Determinasi (R^2)	90
2. Uji Statistik Simultan (Uji Statistik F)	92
3. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)	93
G. Pembahasan Hasil Penelitian	95
BAB V PENUTUP	106
A. Kesimpulan.....	106
B. Keterbatasan	107
C. Saran	108
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN.....	I

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Ringkasan Penelitian Terdahulu	44
Tabel 3.1 : Skala Pengukuran	56
Tabel 3.2 : Operasional Variabel Penelitian	57
Tabel 4.1 : Transaksi Non Keuangan dan Keuangan	71
Tabel 4.2 : Analisis Statistik Deskriptif	75
Tabel 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	77
Tabel 4.4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Status	78
Tabel 4.5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	79
Tabel 4.6 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	80
Tabel 4.7 : Karakteristik Responden Berdasarkan Perangkat Yang Sering Digunakan	81
Tabel 4.8 : Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Penghasilan Per Bulan	82
Tabel 4.9 : Hasil Uji Validitas	83
Tabel 4.10 : Hasil Uji Reliabilitas	84
Tabel 4.11 : Hasil Uji Multikolinieritas	85
Tabel 4.12 : Hasil Uji Normalitas	87
Tabel 4.13 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda	88
Tabel 4.14 : Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	91
Tabel 4.15 : Hasil Uji F	92
Tabel 4.16 : Hasil Uji t	94

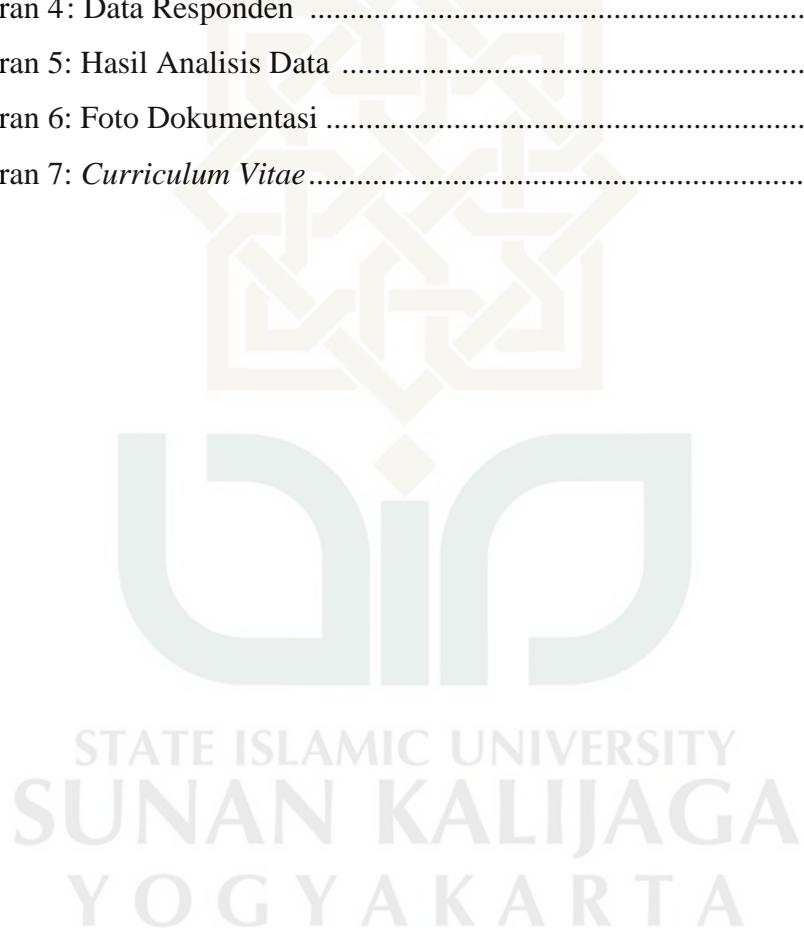
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Kerangka Berfikir	51
Gambar 4.1: Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	75
Gambar 4.2: Hasil Uji Heteroskedastisitas	85



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Terjemahan Al-Quran Dan Hadits	I
Lampiran 2: Kuesioner Penelitian	II
Lampiran 3: Data Kuesioner	VII
Lampiran 4: Data Responden	XIV
Lampiran 5: Hasil Analisis Data	XVIII
Lampiran 6: Foto Dokumentasi	XXIII
Lampiran 7: <i>Curriculum Vitae</i>	XXV



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, dan Persepsi Teknologi Informasi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BNI Syariah Yogyakarta). Penelitian ini menggunakan data primer yang diambil dari nasabah sebagai responden pada BNI Syariah Yogyakarta. Metode pengolahan data yang digunakan adalah analisis kuantitatif uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linier berganda dengan menggunakan perangkat lunak *Statistical Product Moment and Service Solution (SPSS) For Windows*. Hasil pengujian regresi menunjukkan bahwa secara simultan variabel Persepsi Risiko, Kepercayaan dan Persepsi Teknologi Informasi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking*. Sedangkan secara parsial variabel Persepsi Risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking*. Sedangkan variabel Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Teknologi Informasi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking*.

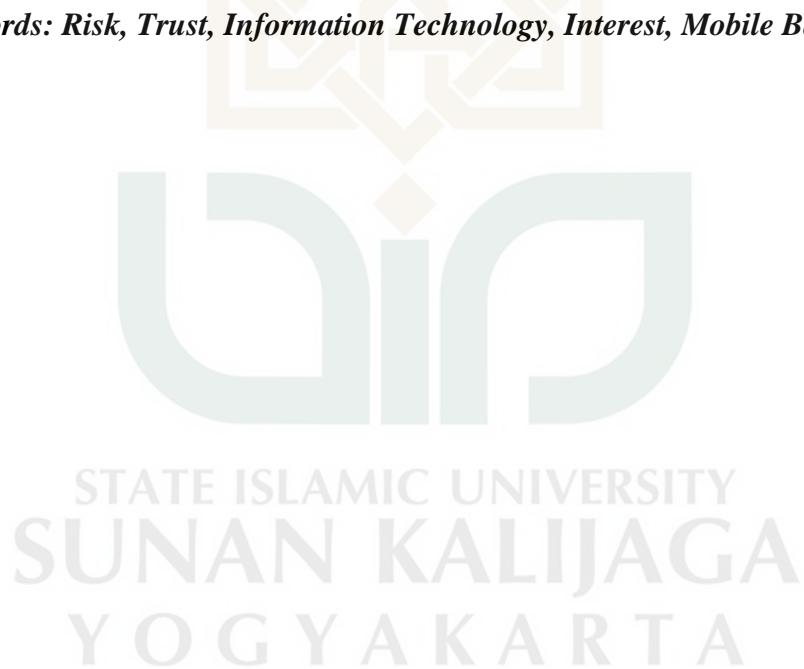
Kata Kunci: risiko, kepercayaan, teknologi informasi, minat, *Mobile Banking*.



ABSTRACT

The purpose of this research is to find out and analyzed the effects of Risk Perception, Trust, and Perception of Information Technology on the interest of Customers Using Mobile Banking (Case Study at BNI Syariah Yogyakarta Customer Bank). This research uses primary data taken from customers as responden in BNI Syariah Yogyakarta. Data processing method used are validity and reliability test, classic assumption test, and multiple linier regression analisys using Statistics Product Moment and Service Solution (SPSS) for windows. The results showed that simultaneously Risk Perception, Trust, and Perception of Information Technology have significant influrnce to customer interest using Mobile Banking. While partially Risk Perception variables do not significantly influence the interest of customers using Mobile Banking. Variables where Perceptions og Trust and Perception of Information Technology significantly influence the interest of customers using Mobile Banking.

Keywords: *Risk, Trust, Information Technology, Interest, Mobile Banking*



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi semakin canggih dan diminati oleh masyarakat luas. Teknologi dengan menggunakan media perangkat seluler serta internet semakin canggih dengan berbagai fitur-fiturnya yang ditawarkan oleh para pembuat media komunikasi tersebut. Pemanfaatan dari teknologi informasi ini menjadi salah satu kebutuhan untuk mendukung perkembangan bisnis di sektor perbankan. Dalam pemanfaatan teknologi informasi ini juga harus diperhatikan, hal ini untuk meminimalkan risiko operasional, agar perbankan mampu beroperasi lebih efisien.

Kehadiran sistem *online* yang ditangani oleh teknologi komputer dan teknologi komunikasi memungkinkan nasabah mengambil uang dari kantor cabang dari bank yang sama yang berada dimana saja. Pada perkembangan selanjutnya, sistem seperti ini juga dilengkapi dengan mesin-mesin ATM (Anjungan Tunai Mandiri atau *Automatic Teller Machine*), yang memungkinkan nasabah mengambil uang tanpa tergantung jam kerja bank. Ekspansi ATM juga dilakukan dengan membuat ATM bersama yang memungkinkan nasabah sebuah bank bisa mengambil uang di ATM bank lain (Kadir dan Terra, 2005: 22).

Menurut hasil survei McKinsey.Co. Konsumen digital banking di Asia, termasuk Indonesia, akan melonjak tajam dari 670 juta orang pada tahun 2016 menjadi 1,7 miliar juta orang pada 2020. Proyeksi lembaga riset asala Amerika Serikat (AS) itu tentu bukan tanpa dasar. Seiring berkembangnya teknologi informasi (TI) dan komunikasi, pelanggan jasa keuangan khususnya perbankan, mulai lebih sering menggunakan perangkat digital, seperti komputer, *smartphone* atau komputer tablet ketika memanfaatkan layanan perbankan. Walhasil, perkembangan dunia digital yang begitu pesat dalam beberapa tahun terakhir membuat perbankan mulai berbenah diri meningkatkan perlatan TI dalam memacu roda bisnisnya. Bahkan, sejumlah bank berani jor-joran mengucurkan dana investasi untuk menggenjot bisnis *digital banking* (<https://www.bnisyariah.co.id/>, Setiawan, dkk).

Sebuah sistem layanan yang dirasa cukup rumit biasanya pengguna tidak akan sering menggunakannya, sedangkan tolak ukur penerimaan sebuah sistem selalu dilihat dari penggunaanya. Dalam memberikan jasa-jasa mereka kepada pelanggan atau nasabah tentu memerlukan pengembangan produk dalam teknologi informasi. Oleh karena itu, untuk memenuhi tuntutan dari perkembangan teknologi informasi, salah satunya adalah penggunaan *Mobile Banking (M-Banking)*.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengungkapkan, secara data dan pengguna *E-Banking* cukup meyakinkan. Di mana jumlah pengguna *E-Banking* (SMS banking, phone banking, mobile banking, dan internet banking) meningkat 270%, dari 13,6 juta nasabah pada 2012 menjadi 50,4

juta nasabah pada 2016 (<http://eknis.sindonews.com>, Hafid Fuad). Jumlah tersebut meningkat seiring adanya perubahan perilaku dan kebutuhan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital untuk melakukan aktivitas perbankan.

Salah satu pengembangan teknologi *mobile* yang digunakan dalam domain komersial yaitu *Mobile banking*. *Mobile Banking* ini mengkombinasikan teknologi informasi dan aplikasi bisnis secara bersama. Dengan adanya *Mobile Banking* nasabah dapat menggunakan layanan perbankan 24 jam sehari tanpa harus mendatangi kantor cabang maupun ke ATM untuk transaksi personal. *Mobile Banking* tidak akan berjalan jika tidak didukung oleh suatu alat sebagai media dalam penggunaannya. Media komunikasi yang digunakan adalah ponsel atau telepon seluler.

Menurut Heri (1998) dalam Dwimastia (2014), Minat adalah suatu fungsi jiwa untuk dapat mencapai sesuatu yang merupakan kekuatan di dalam dan tampak di luar sebagai gerak-gerik. Dalam menjalankan fungsinya Minat berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Manusia memberi penilaian dan menentukan sesudah memilih dan mengambil keputusan. Perubahan minat memilih dan mengambil keputusan disebut keputusan hati. Minat muncul dari masing-masing individu ketika dihadapkan pada beberapa pilihan akan benda, aktivitas atau hal tertentu untuk kemudian menentukan satu sebagai pilihannya. Seorang nasabah yang menginginkan bertransaksi menggunakan *Mobile Banking*, secara pasti memiliki minat yang tinggi pada hal tersebut.

Banyak Penelitian sebelumnya yang meneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Minat menggunakan teknologi. Salah satunya penelitian yang dilakukan oleh Yofebinda, Fitrial dan Dassy Haryani (2013) berjudul Pengaruh Penerimaan Teknologi, Kepercayaan dan Risiko Terhadap Niat Nasabah Bank Untuk Menggunakan *Internet Banking* (Studi Kasus: Nasabah Bank Mandiri Cab. Padang) dari hasil penelitian tersebut Risiko berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *Internet Banking* dan penelitian yang dilakukan oleh Rahayu (2015) yang berjudul Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* dengan Menggunakan Kerangka *technology Acceptance Model* (TAM) Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta dari hasil penelitian tersebut persepsi kredibilitas berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *Mobile Banking*.

Minat untuk menggunakan teknologi sangat berkaitan dengan sikap pengguna. Orang akan tertarik untuk mengakses teknologi apabila mereka merasa suka dengan apa yang dilakukan. Dalam pelayanan perbankan terdapat beberapa model yang digunakan untuk mengetahui penerimaan seseorang terhadap sistem teknologi informasi. Salah satu model tersebut adalah *Technology Acceptable Model* (TAM). TAM pertama kali diperkenalkan oleh Davis F.D pada tahun 1989. TAM sendiri merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui sikap penerimaan penggunaan terhadap hadirnya teknologi. Model TAM yang dikembangkan Davis F.D tahun 1989 dan merupakan salah satu model yang paling banyak digunakan dalam penelitian teknologi informasi, perilaku akuntansi, dan psikologi

(Jogiyanto, 2007). Model ini merupakan pengembangan dari teori Icek Azjen dan Martin Fishbein mengenai penerimaan teknologi informasi yaitu teori tindakan beralasan (*Treori of Reasoned Action* atau TRA). Model TRA mengemukakan bahwa penerimaan teknologi informasi dipengaruhi oleh minat perilaku (Susanti, 2015: 3).

Sikap suka atau tidak suka seseorang terhadap penerimaan suatu teknologi tidak hanya dilihat dari kemudahan dan kebermanfaatan yang ditawarkan saja, namun dilihat dari segi keamanan dan risiko yang ditimbulkan dengan diterapkannya *Mobile Banking* yang berbasis teknologi informasi. Hal ini disebabkan karena dalam bertransaksi menggunakan layanan *Mobile Banking*, para pihak yang melakukan kegiatan hanya berhubungan melalui jaringan *public* elektronik yang berbasis internet, sehingga hal tersebut dapat menimbulkan konsekuensi bahwa bertransaksi menggunakan *Mobile Banking* terdapat risiko yang akan tanggung oleh pengguna. Sedangkan nasabah yang berpikir dalam hal kemajuan transaksi di masa datang dan mementingkan efektivitas dalam pekerjaannya akan cenderung berpikiran bahwa *Mobile Banking* akan menambah kemudahan dalam meningkatkan efektivitas pekerjaannya dan merasakan adanya tambahan manfaat dari penggunaan layanan *Mobile Banking*.

Menurut Suryani (2013: 86), Risiko yang dipersepsikan (*perceived risk*) didefinisikan sebagai ketidakpastian yang dihadapi konsumen ketika mereka tidak mampu melihat kemungkinan yang akan terjadi akibat keputusan pembelian yang dilakukan. Sebelum menggunakan suatu teknologi seseorang

tentu akan mempertimbangkan risiko dari penggunaan tersebut. Penelitian mengenai pengaruh persepsi risiko terhadap minat dilakukan oleh Fadli dan Fachruddin (2016) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa persepsi risiko mempunyai pengaruh yang negatif terhadap minat penggunaan *Internet Banking*. Hal ini dikarena adanya kekhawatiran tentang adanya penipuan atau pencurian identitas yang dapat dilakukan oleh pihak yang bertanggungjawab. Akan tetapi hasil yang berbeda diungkapkan dalam penelitian Yofebinda, Fitrial dan Haryani (2013) yang mengungkapkan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif terhadap minat.

Adanya layanan *Mobile Banking* tentunya memberikan kegunaan bagi para penggunanya dan akan diterima dengan baik. Namun disamping keuntungan yang ditawarkan layanan tersebut, transaksi menggunakan *Mobile Banking* tentunya memberikan beberapa permasalahan, misalnya adanya ketakutan jika tertipu, biaya yang besar, ataupun permasalahan yang lainnya. Berbagai permasalahan tersebut dapat menimbulkan sikap ketidakpercayaan nasabah terhadap produk *Mobile Banking*. Dengan demikian, masalah kepercayaan penting dalam menjaga keberlangsungan transaksi. Nasabah yang belum berfikir modern, akan mengurungkan minatnya untuk menggunakan *Mobile Banking*. Mereka menganggap bahwa dengan menggunakan layanan tersebut akan membutuhkan biaya, rumit serta mudah tertipu. Sehingga nasabah memilih untuk antri di bank daripada memanfaatkan produk *Mobile Banking*. Hal tersebut dapat terjadi karena sebagian nasabah belum memiliki rasa kepercayaan pada sistem atau jaminan

keamanan dan kerahasiaan yang diberikan oleh perbankan pada layanan *Mobile Banking*-nya. Sedangkan sebagian nasabah yang memiliki rasa kepercayaan terhadap bank yang meluncurkan layanan *Mobile Banking* tersebut tidak akan khawatir dalam menggunakan layanan tersebut, sehingga mereka berpikir akan lebih sedikit risiko yang akan ditimbulkan dari layanan tersebut.

Menurut Luarn dan Lin, Kepercayaan adalah sejumlah keyakinan spesifik terhadap integritas, *benevolence*, *competency* dan *predictability* (Jogiyanto, 2007: 147). Penelitian mengenai pengaruh kepercayaan terhadap minat dalam penggunaan *Mobile Banking* telah banyak dilakukan, salah satunya dilakukan oleh Tirtana dan Sari (2014) yang mengemukakan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang positif terhadap penggunaan *Mobile Banking*. Artinya, bahwa nasabah percaya bahwa pihak bank dapat dipercaya, mengedepankan kepentingan nasabah, menjadi nama baik dan berkomitmen tinggi, percaya informasi yang diberikan, serta perhatian terhadap kondisi nasabah, apabila nasabah menggunakan *Mobile Banking*.

Peranan teknologi informasi pada aktivitas manusia era saat ini sangat besar. Teknologi informasi telah menjadi fasilitator utama bagi kegiatan-kegiatan manusia. Dengan adanya teknologi ini, berbagai kemudahan dapat dirasakan manusia. Persepsi teknologi informasi didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerja (Davis, 1989).

Pemanfaatan teknologi menunjukkan keputusan individu untuk menggunakan atau tidak menggunakan teknologi dalam menyelesaikan serangkaian tugasnya. Dalam hal ini adalah pemanfaatan dari layanan *Mobile Banking* dimana pemanfaatan ini mencerminkan pilihan dari nasabah untuk menerima sistem, atau tidak menerima sistem. Untuk nasabah yang tingkat kesibukannya tinggi menganggap bahwa fasilitas *Mobile Banking* sangat dibutuhkan dan tergolong penting karena sangat membantu mereka dalam melakukan suatu transaksi ditengah aktivitas dan kesibukan mereka. Dengan adanya layanan tersebut, memudahkan nasabah untuk melakukan kegiatan transaksi perbankan karena para nasabah dapat mengakses layanan kapan saja dan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh nasabah tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan. Hal tersebutlah yang mendorong minat nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking*.

Salah satu bank yang menawarkan jasa *Mobile Banking* adalah bank BNI Syariah. Bank ini selalu berusaha untuk memudahkan pelayanan bagi para nasabahnya terutama dalam hal transaksi. Selain itu, dalam www.antaranews.com (Editor PR Wire) mengungkapkan bahwa BNI syariah meraih dua kategori penghargaan diantaranya *WOW Service Excellence* kategori *Best Sharia Bank* tingkat nasional dan Jabodetabek yang kembali dilaksanakan oleh Markplus Inc. Penghargaan ini merupakan bentuk apresiasi kepada merek-merek nasional dalam memasarkan mereknya kepada pasar yang lebih luas. *WOW SEA Award* ini bertujuan untuk mengukur kualitas pelayanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan kepada pelanggan dimana

layanan merupakan salah satu bagian yang tidak terpisahkan dari keberhasilan sebuah *brand*/merek perusahaan. Perubahan era digital mendorong seluruh institusi berinovasi meningkatkan layanan dari segala aspek baik dari sisi produk, teknologi maupun peningkatan kualitas SDM.

Pada tahun 2017, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 143,26 juta jiwa. Angka tersebut meningkat dibandingkan pada tahun sebelumnya, yakni 2016 yang tercatat mencapai 132,7 juta jiwa. Data tersebut merupakan hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Sekretaris Jenderal APJII Henri Kasyfi Soemartono menjelaskan, jumlah pengguna internet pada tahun 2017 tersebut mencakup 54,68 persen dari total populasi Indonesia yang mencapai 262 juta orang. (www.ekonomi.kompas.com pada tanggal 19 Februari 2018).

Berdasarkan informasi tersebut terlihat bahwa masyarakat Indonesia sebagian besar telah menggunakan internet dan selalu meningkat jumlah penggunanya dari tahun ke tahun. Pengguna *Mobile Banking* juga terus meningkat dan semakin bertambahnya minat nasabah untuk menggunakan layanan *Mobile Banking* dengan meningkatnya jumlah penggunaan internet menggunakan smartphone. Namun, beberapa waktu belakangan ini, para nasabah perbankan tanah air cukup diresahkan dengan maraknya aksi pencurian dan pemalsuan data nasabah yang dalam beberapa kasus banyak merugikan nasabah (www.ekonomi.kompas.com pada tanggal 4 Maret 2017).

Dengan tingginya penggunaan *Mobile Banking* dan risiko yang ada ini menarik untuk dilakukan suatu penelitian untuk menganalisis faktor-faktor

apa saja yang mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan *Mobile Banking*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis minat menggunakan dan persepsi khalayak khususnya nasabah BNI Syariah ditinjau dari segi persepsi risiko, persepsi kepercayaan dan persepsi teknologi informasi pada layanan *Mobile Banking*. Hal ini dapat memberikan gambaran bagi industri perbankan khususnya Bank BNI Syariah untuk menjaga konsistensi dan keunggulan kompetitif dalam memberikan fasilitas *Mobile Banking* di masa yang akan datang.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI RISIKO, PERSEPSI KEPERCAYAAN, DAN PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (STUDI KASUS PADA NASABAH BANK BNI SYARIAH YOGYAKARTA)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*?

3. Apakah persepsi teknologi informasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan dan menganalisis pengaruh risiko terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.
2. Untuk menjelaskan dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.
3. Untuk menjelaskan dan menganalisis pengaruh teknologi informasi terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti
 - a. Untuk mengasah kemampuan peneliti dalam menjawab permasalahan nyata dalam kehidupan sehari-hari, terutama yang terkait dengan persepsi risiko, kepercayaan dan persepsi teknologi informasi terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.
 - b. Untuk meningkatkan dan memperluas, serta mengembangkan pemahaman keilmuan peneliti.
2. Bagi akademisi
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi yang berkaitan dengan masalah persepsi risiko, kepercayaan dan persepsi

teknologi informasi terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai motivasi untuk melakukan penelitian di masa mendatang.
3. Bagi praktisi
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak bank untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

D. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini disajikan untuk memberikan gambaran keseluruhan isi penelitian. Adapun sistematika pembahasan yang terdapat dalam penelitian ini terdiri dari lima bab, masing-masing uraian dapat dijelaskan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi kerangka teoritis, telaah pustaka, hipotesis penelitian dan kerangka berfikir.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang jenis dan sumber data penelitian, populasi dan sampel variabel penelitian, data dan teknik pengumpulan, definisi operasional variabel penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang deskripsi obyek penelitian, analisis data dan interpretasi hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan hasil penelitian dan saran-saran,

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian mengenai Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, dan Persepsi Teknologi Informasi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi Risiko berpengaruh tidak signifikan terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* pada Nasabah bank BNI Syariah, maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Terbukti nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada tingkat signifikansi 5% yaitu sebesar $-0,972 > 2,002$ dengan nilai signifikansi 0,335 dan dengan dibuktikan dengan nilai koefisien dari risiko sebesar -0,080. Hal tersebut menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking*. Artinya, risiko ketika menggunakan layanan *Mobile Banking* yang tawarkan oleh pihak bank BNI Syariah Yogyakarta tidak mempengaruhi minat nasabah menggunakan *Mobile Banking*.
2. Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* pada Nasabah bank BNI Syariah Yogyakarta, H_1 diterima dan H_0 ditolak. Terbukti nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada tingkat signifikansi 5% yaitu sebesar $2,427 > 2,002$. Dan dibuktikan dengan nilai koefisien dari kepercayaan sebesar 0,253 menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 satuan kepercayaan akan menaikan variabel Minat

Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* sebesar 0,253 satuan. Hal ini menunjukkan semakin meningkatnya varabel kepercayaan akan mengakibatkan Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* juga akan tinggi, begitu pula dengan Kepercayaan yang semakin rendah maka Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* akan menurun.

3. Persepsi Teknologi Informasi berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* pada Nasabah bank BNI Syariah Yogyakarta, H_1 diterima dan H_0 ditolak. Terbukti dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada tingkat signifikansi 5% yaitu sebesar $5,703 > 2,002$ menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 satuan persepsi teknologi informasi akan menaikan variabel Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* sebesar 5,703 satuan. Hal ini menunjukkan semakin meningkatnya variabel persepsi teknologi informasi akan mengakibatkan Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* juga akan tinggi, begitu pula dengan persepsi teknologi informasi yang semakin rendah maka Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* akan menurun.

B. Keterbatasan

1. Dalam pengumpulan data, penelitian ini menggunakan kuesioner. Oleh karena itu, data yang dikumpulkan hanya menggambarkan persepsi atau pendapat para nasabah bank BNI Syariah Yogyakarta terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* dan peneliti tidak bisa mengontrol

jawaban responden yang tidak menunjukkan keadaan yang sesungguhnya.

2. Responden penelitian ini terbatas pada nasabah bank BNI Syariah yang berada di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Keterbatasan ini kemungkinan akan mengurangi generalisasi dari hasil penelitian ini.
3. Temuan hasil penelitian ini membuktikan bahwa selain persepsi risiko, kepercayaan dan persepsi teknologi informasi terdapat faktor-faktor lain yang digunakan dalam studi mengenai minat nasabah menggunakan *Mobile Banking* di Bank BNI Syariah Yogyakarta. Persepsi risiko, kepercayaan dan persepsi teknologi informasi memberikan sumbangan sebesar 58,1% variabel yang mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*, sedangkan sisanya 41,9% dapat dipengaruhi variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

C. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan populasi yang berbeda dan sampel yang digunakan sebaiknya lebih banyak daripada penelitian ini, sehingga penelitian lanjutan tersebut semakin memberikan gambaran yang lebih spesifik. Variabel yang digunakan sebaiknya juga lebih banyak daripada penelitian ini, seperti variabel jaringan internet,

kemudahan, kegunaan dan manfaat agar lebih spesifik mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *Mobile Banking*.

2. Bagi Bank BNI Syariah sebaiknya lebih aktif memberikan informasi mengenai layanan *Mobile Banking* kepada masyarakat, sehingga mereka dapat mengetahui berbagai fitur layanan yang disediakan oleh pihak Bank dan menarik minat nasabah menggunakan *Mobile Banking*.
3. Bagi nasabah sebaiknya lebih mencari informasi mengenai layanan *Mobile Banking* mengenai dampak risiko dan kemudahan ketika menggunakan *Mobile Banking*.



DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, Gunawan. 2014. *Manajemen Pemasaran (Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran)*. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Amanah, Aiisyah. 2014. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Yogyakarta)*. Skripsi. Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Yogyakarta.
- Andriyanto, Yaufi. 2014. *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel (Studi Kasus Pada Nasabah CIMB NIAGA Daerah Istimewa Yogyakarta)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Anto, Hendrie. 2003. *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*. Yogyakarta: Ekosonia.
- Arifin, Zainal. 2012. *Penelitian Pendidikan: Metode dan Paradigma Baru*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Buchari, Alma. 2004. *Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Crow & Crow. 1980. *Psikologi Pendidikan*. Surabaya: Bina Ilmu.
- Fadhli, Muhammad dan Rudy Fachruddin. 2016. *Pengaruh Persepsi Nasabah Atas Risiko, Kepercayaan, Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Internet Banking (Studi Empiris pada Nasabah Bank Umum di Kota Banda Aceh)*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA). Volume 1 No. 2.
- Farizi, Hadyan dan Syaefullah. 2014. *Pengaruh Persepsi kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking*. Universitas Brawijaya.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fitrizal, Yofebinda dan Dassy Haryani. 2013. “*Pengaruh Penerimaan Teknologi Kepercayaan dan Risiko Terhadap Niat Nasabah Bank Untuk Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus: Nasabah Bank Mandiri Cab. Padang)*”. Jurnal UPI YPTK Padang.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Universitas Diponegoro.

- _____. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 20. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gilang Rizky Amijaya. 2010. “*Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking*”. Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Harlan, Dwimastia. 2014. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsi Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking Pada UMKM Di Kota Yogyakarta*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Jogiyanto. 2008. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Kadir, A. 2003. *Pengenalan sistem informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Kadir, Abdul dan Terra Ch. 2005. *Pengenalan Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kasmir. 2004. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kerlinger, Fred N. 2008. *Asas-asas Penelitian Behavioral*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Kotler dan Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1, edisi ke-8. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. terj : Hendra Teguh dan Ronny Antonius Rusly, Edisi 9, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT Prenhalindo.
- Lubis, Arfan Ikhsan. 2009. *Akuntansi Keperilakuan*. Jakarta: Salemba empat.
- Mufligh, Muhammad. 2006. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Murti, Bening Roosma. 2017. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BNI Syariah KCP Bantul)*. Skripsi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Nurastuti, Wiji. 2011. *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- O'Brien, James A. (2005). *Introduction to Information System*. 12th Edition. McGraw Hill Companies Inc, New York.

- Pranidana, Sauca Ananda. 2009. *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank BCA Untuk Menggunakan Klik-BCA*. Skripsi. Universitas Diponegoro.
- Rahayu, Imam Sugih. 2015. *Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) studi kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta*. JESI Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia. Vol. V No. 3 Desember.
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Measuring Costumer Satisfaction, teknik mengukur dan strategi meningkatkan kepuasan pelanggan plus analisis kasus PLN-JP*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Saputro, Brian Dwi dan Sukirno. 2013. *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking*. Jurnal Nominal. Volume II No. 1.
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods for Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- _____. 2011. *Research Methods for Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Shihab, M. Quraish. 2000. *Tafsir Al-Mishbah*, Cetakan Ke-V. Jakarta: Lentera Hati.
- _____. 2002. *Tafsir Al-Mishbah*. Jakarta: Lentera Hati.
- Sugiyono. 2001. *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan XXI. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Praktik Riset Perilaku Konsumen (Teori, Kuesioner, Alat dan Analisis Data)*. Yogyakarta: CAPS.
- Suryani, Tatik. 2012. *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Susanti, Anik. 2015. *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi risiko dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking*. Skripsi. Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Yogyakarta.

- Swastha D. Basu dan T. Hani Handoko. 2013. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE
- Tirtana, Irwan dan Shinta Permata Sari. 2014. *Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking*. Syariah Paper Accounting FEB-UMS, 25 Juni. ISBN: 978-602-70429-2-6.
- Umar, Husein. 2003. Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka.
- Winayu, Nunik Yuli. 2013. *Pengaruh Kepercayaan, Perceived Ease Of Use dan Perceived Usefulness terhadap Minat Menggunakan E-comerce FJBKaskus*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

WEB

- <https://ekbis.sindonews.com/read/1172393/178/pengguna-e-banking-meningkat-tajam-1484822191>. 2017. Editor Hafid Fuad.
- <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/02/19/161115126/tahun-2017-pengguna-internet-di-indonesia-mencapai-14326-juta-orang>. 2018. Editor Sakina Rakhma Diah Setiawan. Akses pada 3 April 2018, Pukul 13.11.
- <https://news.detik.com/berita/d-3499375/polisi-tangkap-sindikat-pembobol-rekening-rp-12-m-di-palembang>. 2017. Editor Mei Amelia R. Akses pada 3 April 2018, Pukul 16.00.
- <https://www.bnisyariah.co.id/id-id/perusahaan/tentangbnisyariah/sejarah>. Akses pada 9 April 2018, Pukul 12.00.
- <https://www.bnisyariah.co.id/id-id/ebanking/mobilebanking>
- <https://dailysocial.id/post/mobile-banking-indonesia> . Akses pada 28 April 2018, Pukul 12.09, Editor Amir Karimuddin.
- <https://www.bnisyariah.co.id/en-us/home/news/announcement/ArticleID/450/Genjot-digital-banking-bankrogoh-modal-triliunan>. Akses pada 24 Mei 2018 Pukul 19.20, Editor Dikky Setiawan, Galvan Yudistira dan Nina dwiantika.

LAMPIRAN 1

TERJEMAHAN AL-QURAN DAN HADITS

1. Al-Baqarah : 265

Artinya: “*Dan perumpamaan orang-orang yang membelanjakan hartanya karena mencari keridhaan Allah dan untuk keteguhan jiwa mereka, seperti sebuah kebun yang terletak di dataran tinggi yang disiram oleh hujan lebat, maka kebun itu menghasilkan buahnya dua kali lipat. Jika hujan lebat tidak menyiraminya, maka hujan gerimis (pun memadai). Dan Allah Maha melihat apa yang kamu perbuat*”.

2. Al-Luqman (31): 34

Artinya: “*Sesungguhnya Allah, hanya pada sisi-Nya sajalah pengetahuan tentang Hari Kiamat; dan Dialah Yang menurunkan hujan, dan mengetahui apa yang ada dalam rahim. Dan tiada seorangpun yang dapat mengetahui (dengan pasti) apa yang akan diusahakannya besok. Dan tiada seorangpun yang dapat mengetahui di bumi mana dia akan mati. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal*”.

3. Az-Zukhruf (43): 32

Artinya: “*Apakah mereka yang bagi-bagi rahmat Rabbmu Kami telah menentukan antara mereka penghidupan mereka dalam kehidupan dunia, dan Kami telah meninggikan sebahagian mereka atas sebahagian yang lain beberapa derajat, agar sebahagian mereka dapat mempergunakan sebahagian yang lain. Dan rahmat Rabbmu lebih baik dari apa yang mereka kumpulkan*”.

LAMPIRAN 2

KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum, Wr.Wb

Terima kasih atas partisipasi Anda menjadi salah satu responden dan secara sukarela mengisi kuesioner ini. Kuesioner salah satu instrument penelitian yang dilakukan oleh:

Nama : Rizki Pangesti
NIM : 14820051
Program Studi : (S1) Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Perguruan Tinggi : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Judul Penelitian : **Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan dan Persepsi Teknologi Informasi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BNI Syariah Yogyakarta)**

Untuk memenuhi tugas penyelesaian Skripsi Program Sarjana. Saya sangat menghargai kejujuran Anda dalam mengisi kuesioner ini dan menjamin kerahasiaan Anda. Demikian kuesioner ini diberikan, atas kerjasama dan bantuan Anda, saya ucapkan terima kasih.

Wa'allaikumsallam, Wr. Wb.

Hormat saya,

Rizki Pangesti

Petunjuk Pengisian:

Pada Pertanyaan di bawah ini, responden dimohon untuk mengisi pertanyaan-pertanyaan berikut dengan keadaan/kondisi yang sebenarnya.

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
3. Umur :
 - a. < 17 tahun
 - b. 17 - 25 tahun
 - c. 26 - 35 tahun
 - d. 36 - 45 tahun
 - e. > 45 tahun
4. Status :
 - a. Kawin
 - b. Belum Kawin
5. Pekerjaan Anda :
 - a. Wiraswasta
 - b. PNS
 - c. Mahasiswa/i
 - d. Ibu Rumah Tangga
 - e. Lainnya.....
6. Pendidikan Terakhir :
 - a. SD/ Sederajat
 - b. SMP/Sederajat
 - c. SMA/sederajat
 - d. S1
 - e. Lainnya.....
7. Perangkat yang biasa digunakan untuk mengakses internet :
 - a. Handphone
 - b. Laptop
 - c. Tab
 - d. Komputer
 - e. Lainnya.....
8. Rata-rata penghasilan yang Anda terima setiap bulan :
 - a. ≤ Rp. 1.000.000
 - b. Rp. 1.001.000 – Rp. 3.000.000
 - c. Rp. 3.001.000 – Rp. 6.000.000
 - d. > Rp. 6.000.000

Petunjuk Pengisian :

Silahkan anda pilih jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi yang ada dengan jalan memberikan tanda centang (✓) pada pilihan jawaban yang tersedia.

Keterangan:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

1. Persepsi Risiko

No	Keterangan	Tanggapan Responden			
		STS	TS	S	SS
1.	<i>Mobile Banking</i> rawan adanya pencurian data				
2.	Bertransaksi menggunakan <i>Mobile Banking</i> rawan pencurian nomor PIN				
3.	Pengoperasian <i>Mobile Banking</i> membutuhkan biaya yang besar				
4.	Rahasia pribadi (PIN) <i>Mobile Banking</i> mudah di curi ataupun di bajak orang				
5.	Kode pengenal (<i>user ID</i>) <i>Mobile Banking</i> rawan pembobolan dan penipuan				

2. Kepercayaan

No	Keterangan	Tanggapan Responden			
		STS	TS	S	SS
1.	Bank memiliki pengendalian cukup baik untuk melindungi data pribadi dan keuangan saya				
2.	Saya tidak khawatir memberikan informasi keuangan bila bertransaksi melalui layanan <i>Mobile Banking</i>				

3.	Kerahasiaan data pribadi saya terjamin dalam transaksi menggunakan layanan <i>Mobile Banking</i>				
4.	kerahasiaan data dalam layanan <i>Mobile Banking</i> akan terjaga karena transaksi dilakukan sendiri				
5.	Saya yakin semua data yang diproses melalui <i>Mobile Banking</i> tidak akan disalahgunakan oleh pihak bank				

3. Persepsi Teknologi Informasi

No	Keterangan	Tanggapan Responden			
		STS	TS	S	SS
1.	Kecepatan transaksi dengan <i>Mobile Banking</i> sangat tinggi				
2.	<i>Mobile Banking</i> memiliki banyak manfaat bagi nasabah				
3.	Transaksi yang dilakukan dengan menggunakan <i>Mobile Banking</i> sangat efektif				
4.	<i>Mobile Banking</i> sangat mendukung aktivitas saya				
5.	Menggunakan <i>Mobile Banking</i> membuat saya lebih mudah dalam mengerjakan tugas/pekerjaan saya yang berhubungan dengan transaksi perbankan				

4. Minat Nasabah

No	Keterangan	Tanggapan Responden			
		STS	TS	S	SS
1.	Saya berminat menggunakan layanan <i>Mobile Banking</i> saat bertransaksi				
2.	Saya berminat untuk menggunakan layanan <i>Mobile Banking</i> karena mendapat rekomendasi dari rekan-rekan.				
3.	Saya akan sering mencoba menggunakan layanan <i>Mobile Banking</i> pada saat				

	bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan, seperti transfer uang, membayar tagihan listrik, membeli pulsa dan lain lain				
4.	Saya berminat menggunakan layanan <i>Mobile Banking</i> jika memang sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan saya di masa yang akan datang				
5.	<i>Mobile Banking</i> sangat hemat waktu dan tenaga, sehingga cocok digunakan untuk masa depan				



LAMPIRAN 3

DATA KUESIONER

a. Variabel Persepsi Risiko (X_1)

No	Persepsi Risiko					Total
	1	2	3	4	5	
1	2	2	3	3	2	12
2	3	3	3	3	2	14
3	2	2	3	2	2	11
4	3	3	4	3	3	16
5	3	3	4	3	3	16
6	2	2	3	2	2	11
7	2	1	3	2	2	10
8	2	2	4	3	3	14
9	3	3	4	3	3	16
10	2	2	3	2	2	11
11	1	1	3	2	1	8
12	2	2	3	1	3	11
13	2	2	3	2	2	11
14	2	2	3	2	2	11
15	1	1	3	1	3	9
16	2	1	2	2	2	9
17	1	4	1	4	1	11
18	1	2	3	2	2	10
19	2	2	3	2	3	12
20	2	3	2	3	2	12
21	1	2	3	1	1	8
22	3	3	4	3	3	16
23	2	2	3	2	2	11
24	2	3	2	3	3	13
25	2	1	3	1	2	9
26	2	2	3	2	2	11
27	2	2	2	2	2	10
28	1	1	4	1	1	8
29	2	3	2	3	3	13
30	2	2	2	3	2	11
31	2	1	2	2	2	9
32	1	2	3	2	2	10
33	2	2	3	2	2	11

34	3	3	3	2	3	14
35	2	2	3	2	2	11
36	2	4	4	4	4	18
37	2	3	3	3	3	14
38	2	3	3	4	4	16
39	2	2	3	3	2	12
40	3	2	3	3	3	14
41	2	3	3	2	3	13
42	2	3	4	2	2	13
43	2	3	3	2	2	12
44	2	2	3	3	2	12
45	2	3	3	2	2	12
46	2	2	3	3	3	13
47	2	2	3	3	3	13
48	2	2	1	2	2	9
49	3	2	3	3	3	14
50	2	2	3	2	2	11
51	4	4	3	4	3	18
52	4	4	4	4	4	20
53	3	3	3	3	3	15
54	3	3	3	3	3	15
55	3	2	4	2	2	13
56	2	2	3	2	2	11
57	1	1	4	1	1	8
58	3	3	3	2	2	13
59	3	3	4	2	3	15
60	4	4	4	4	4	20

b. Variabel Kepercayaan (X₂)

No	Kepercayaan					Total
	1	2	3	4	5	
1	3	3	3	3	3	15
2	3	2	3	3	3	11
3	2	3	3	3	2	13
4	3	3	3	4	4	17
5	4	4	4	4	4	20
6	3	2	2	3	3	13
7	2	1	2	2	2	9
8	4	3	3	3	3	16
9	4	3	3	4	4	18
10	3	3	2	2	3	13

11	4	4	4	4	4	20
12	3	4	3	3	3	16
13	2	1	3	2	2	10
14	3	3	2	3	3	14
15	4	3	3	2	3	15
16	4	4	4	3	4	19
17	4	4	4	4	4	20
18	4	4	4	4	4	20
19	3	2	3	3	3	14
20	4	2	4	4	4	18
21	3	1	1	2	3	10
22	4	4	4	4	4	20
23	3	3	2	2	4	14
24	4	2	2	2	2	12
25	3	3	2	2	3	13
26	3	2	3	3	3	14
27	3	2	3	2	2	12
28	3	3	3	3	3	15
29	3	3	4	4	3	17
30	4	3	3	3	3	16
31	3	3	4	4	4	18
32	3	3	2	3	4	15
33	3	2	3	3	2	13
34	3	3	4	2	3	15
35	3	3	3	3	3	15
36	3	1	3	3	1	11
37	3	3	3	3	3	15
38	3	2	3	3	4	15
39	3	3	3	3	3	15
40	3	2	3	3	3	14
41	3	2	2	3	3	13
42	2	2	2	3	2	11
43	3	3	2	3	2	13
44	3	2	2	3	3	13
45	3	2	2	3	1	11
46	3	3	3	3	3	15
47	3	3	3	3	3	15
48	3	3	3	3	3	15
49	3	3	3	3	3	15
50	3	3	3	3	2	14
51	3	3	4	3	4	17

52	4	3	4	4	4	19
53	3	3	3	4	3	16
54	4	2	3	3	3	15
55	4	3	3	3	3	16
56	3	3	3	3	3	15
57	4	1	4	4	4	17
58	3	2	3	3	3	14
59	3	2	2	3	3	13
60	4	4	4	4	4	20

c. Variabel Persepsi Teknologi Informasi (X₃)

No	Persepsi Teknologi Informasi					Total
	1	2	3	4	5	
1	3	4	4	4	4	19
2	3	3	2	3	2	13
3	2	3	1	1	1	8
4	4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	4	20
6	3	3	3	3	3	15
7	3	3	3	3	3	15
8	3	4	4	4	4	19
9	4	4	4	4	4	20
10	2	4	3	3	3	15
11	4	4	4	4	4	16
12	3	3	2	4	3	15
13	3	3	2	2	2	12
14	3	4	4	4	4	19
15	4	4	4	3	3	18
16	4	4	4	4	4	20
17	4	3	2	4	3	16
18	4	4	4	3	4	19
19	3	4	4	4	4	19
20	4	4	3	4	4	19
21	4	4	4	4	4	20
22	4	4	4	4	4	20
23	4	4	4	3	3	18
24	4	4	4	4	3	19
25	4	4	4	3	4	19
26	2	3	3	3	3	14
27	2	3	2	3	3	13
28	4	4	4	3	4	19

29	4	4	4	4	4	20
30	4	4	4	3	3	18
31	4	4	4	4	4	20
32	4	4	4	4	4	20
33	3	3	3	3	3	15
34	4	3	2	3	3	15
35	3	3	3	3	3	15
36	3	2	3	2	3	13
37	3	3	3	3	3	15
38	3	4	3	3	3	16
39	4	4	4	4	4	20
40	3	3	3	3	3	15
41	3	3	3	3	3	15
42	3	3	3	3	3	15
43	2	3	2	2	4	13
44	2	3	3	3	3	14
45	2	3	2	3	4	14
46	3	3	3	3	3	15
47	3	3	3	3	3	15
48	3	3	3	3	3	15
49	3	3	3	3	3	15
50	3	3	3	3	3	15
51	4	3	4	3	3	17
52	4	3	3	4	4	18
53	4	4	4	3	3	18
54	3	3	3	3	3	15
55	4	3	3	4	3	17
56	3	3	3	3	3	15
57	4	4	4	4	4	20
58	3	3	3	3	3	15
59	2	3	3	3	3	14
60	4	4	4	4	3	19

d. Variabel Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* (Y)

No	Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking					Total
	1	2	3	4	5	
1	3	3	3	3	3	15
2	3	3	3	3	3	15
3	2	2	3	2	1	10
4	4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	4	20

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

47	3	3	3	3	3	15
48	4	4	3	3	3	17
49	3	3	3	3	3	15
50	3	3	3	3	3	15
51	3	2	2	3	4	14
52	3	2	3	3	4	15
53	3	3	3	3	4	16
54	3	2	2	3	3	13
55	3	3	3	3	4	16
56	2	2	2	3	3	12
57	4	4	4	4	4	20
58	3	3	3	3	3	15
59	2	3	3	3	3	14
60	4	3	3	3	4	17



LAMPIRAN 4

DATA RESPONDEN

NO	JENIS KELAMIN	Umur	STATUS	PEKERJAAN	PENDIDIKAN TERAKHIR	PERANGKAT YANG DIGUNAKAN	RATA-RATA PENGHASILAN PER BULAN
1	Perempuan	17 - 25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	SMA/Sederajat	Handphone	≤ Rp. 1.000.000
2	Laki-laki	17 - 25 Tahun	Belum Kawin	BUMN	D3	Handphone	> Rp. 6.000.000
3	Laki-laki	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	SMA/Sederajat	Handphone	≤ Rp. 1.000.000
4	Laki-laki	17-25 Tahun	Kawin	Swasta	SMA/Sederajat	Handphone	> Rp. 6.000.000
5	Perempuan	17-25 Tahun	Belum Kawin	Wiraswata	S1	Handphone	> Rp. 6.000.000
6	Perempuan	26-35 Tahun	Belum Kawin	Karyawan swasta	S1	Handphone	Rp. 3.001.000 - Rp. 6.000.000
7	Perempuan	17-25 Tahun	Belum Kawin	Swasta	SMA/Sederajat	Handphone	Rp. 1.001.000 - Rp. 3.000.000
8	Perempuan	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	SMA/Sederajat	Handphone	≤ Rp. 1.000.000
9	Perempuan	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	SMA/Sederajat	Handphone	≤ Rp. 1.000.000
10	Perempuan	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	SMA/Sederajat	Handphone	≤ Rp. 1.000.000
11	Laki-laki	26-35 Tahun	Belum Kawin	Honorer	SMA/Sederajat	Handphone	Rp. 1.001.000 - Rp. 3.000.000
12	Laki-laki	26-35 Tahun	Kawin	Honorer	SMA/Sederajat	Handphone	Rp. 1.001.000 - Rp. 3.000.000
13	Perempuan	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	D3	Handphone	≤ Rp. 1.000.000
14	Laki-laki	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	S1	Handphone	≤ Rp. 1.000.000
15	Laki-laki	26-35	Kawin	Honorer	SMA/Sederajat	Handphone	Rp.

		Tahun					1.001.000 - Rp. 3.000.000
16	Laki-laki	17-25 Tahun	Belum Kawin	Swasta	SMA/Sederajat	Handphone	Rp. 1.001.000 - Rp. 3.000.000
17	Perempuan	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	SMA/Sederajat	Handphone	≤ Rp. 1.000.000
18	Perempuan	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	SMA/Sederajat	Handphone	≤ Rp. 1.000.000
19	Perempuan	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	SMA/Sederajat	Handphone	≤ Rp. 1.000.000
20	Perempuan	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	S1	Handphone	≤ Rp. 1.000.000
21	Perempuan	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	S1	Handphone	≤ Rp. 1.000.000
22	Perempuan	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	S1	Handphone	≤ Rp. 1.000.000
23	Laki-laki	17-25 Tahun	Belum Kawin	Swasta	SMA/Sederajat	Handphone	Rp. 3.001.000 - Rp. 6.000.000
24	Perempuan	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	SMA/Sederajat	Handphone	≤ Rp. 1.000.000
25	Perempuan	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	SMA/Sederajat	Handphone	≤ Rp. 1.000.000
26	Laki-laki	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	SMA/Sederajat	Handphone	Rp. 1.001.000 - Rp. 3.000.000
27	Perempuan	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	S1	Handphone	Rp. 1.001.000 - Rp. 3.000.000
28	Perempuan	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	S1	Handphone	≤ Rp. 1.000.000
29	Perempuan	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	SMA/Sederajat	Handphone	Rp. 3.001.000 - Rp. 6.000.000
30	Perempuan	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	S1	Handphone	≤ Rp. 1.000.000
31	Perempuan	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	S1	Handphone	Rp. 1.001.000 - Rp. 3.000.000

32	Laki-laki	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	SMA/Sederajat	Handphone	≤ Rp. 1.000.000
33	Perempuan	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	SMA/Sederajat	Handphone	≤ Rp. 1.000.000
34	Laki-laki	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	SMA/Sederajat	Handphone	≤ Rp. 1.000.000
35	Perempuan	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	SMA/Sederajat	Handphone	≤ Rp. 1.000.000
36	Laki-laki	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	SMA/Sederajat	Handphone	≤ Rp. 1.000.000
37	Perempuan	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	SMA/Sederajat	Handphone	Rp. 1.001.000 - Rp. 3.000.000
38	Laki-laki	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	SMA/Sederajat	Handphone	Rp. 1.001.000 - Rp. 3.000.000
39	Perempuan	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	SMA/Sederajat	Handphone	≤ Rp. 1.000.000
40	Perempuan	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	SMA/Sederajat	Handphone	Rp. 1.001.000 - Rp. 3.000.000
41	Perempuan	17-25 Tahun	Kawin	Mahasiswa/i	S1	Handphone	> Rp. 6.000.000
42	Perempuan	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	SMA/Sederajat	Handphone	Rp. 1.001.000 - Rp. 3.000.000
43	Perempuan	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	SMA/Sederajat	Handphone	Rp. 1.001.000 - Rp. 3.000.000
44	Perempuan	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	SMA/Sederajat	Handphone	Rp. 1.001.000 - Rp. 3.000.000
45	Perempuan	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	S1	Handphone	Rp. 3.001.000 - Rp. 6.000.000
46	Perempuan	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	SMA/Sederajat	Handphone	≤ Rp. 1.000.000
47	Perempuan	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	SMA/Sederajat	Handphone	≤ Rp. 1.000.000
48	Perempuan	26-35	Kawin	PNS	S1	Handphone	Rp.

		Tahun						3.001.000 - Rp. 6.000.000
49	Perempuan	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	SMA/Sederajat	Handphone	> Rp. 6.000.000	
50	Perempuan	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	S1	Handphone	≤ Rp. 1.000.000	
51	Laki-laki	26-35 Tahun	Belum Kawin	Wiraswata	SMA/Sederajat	Handphone	Rp. 1.001.000 - Rp. 3.000.000	
52	Laki-laki	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	SMA/Sederajat	Handphone	≤ Rp. 1.000.000	
53	Laki-laki	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	S1	Handphone	≤ Rp. 1.000.000	
54	Perempuan	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	S1	Handphone	Rp. 1.001.000 - Rp. 3.000.000	
55	Perempuan	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	SMA/Sederajat	Handphone	≤ Rp. 1.000.000	
56	Perempuan	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	S1	Handphone	≤ Rp. 1.000.000	
57	Perempuan	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	SMA/Sederajat	Handphone	≤ Rp. 1.000.000	
58	Perempuan	17-25 Tahun	Belum Kawin	Mahasiswa/i	S1	Handphone	Rp. 1.001.000 - Rp. 3.000.000	
59	Laki-laki	17-25 Tahun	Belum Kawin	Wiraswata	S1	Handphone	Rp. 3.001.000 - Rp. 6.000.000	
60	Laki-laki	26-35 Tahun	Kawin	PNS	S1	Handphone	Rp. 3.001.000 - Rp. 6.000.000	

LAMPIRAN 5

HASIL ANALISIS DATA

1. Uji Validitas dan Reabilitas

a. Uji Validitas

Variabel Persepsi Risiko

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL_X1
	Pearson Correlation	1	,575**	,327*	,526**	,619**	,818**
X1.1	Sig. (2-tailed)		,000	,011	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60
	Pearson Correlation	,575**	1	,129	,712**	,547**	,819**
X1.2	Sig. (2-tailed)	,000		,325	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60
	Pearson Correlation	,327*	,129	1	,004	,306*	,448**
X1.3	Sig. (2-tailed)	,011	,325		,975	,017	,000
	N	60	60	60	60	60	60
	Pearson Correlation	,526**	,712**	,004	1	,582**	,784**
X1.4	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,975		,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60
	Pearson Correlation	,619**	,547**	,306*	,582**	1	,823**
X1.5	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,017	,000		,000
	N	60	60	60	60	60	60
	Pearson Correlation	,818**	,819**	,448**	,784**	,823**	1
TOTAL_X1	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60

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

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Variabel Kepercayaan

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL_X2
	Pearson Correlation	1	,418**	,474**	,440**	,530**	,711**
X2.1	Sig. (2-tailed)		,001	,000	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60
	Pearson Correlation	,418**	1	,464**	,403**	,504**	,756**
X2.2	Sig. (2-tailed)	,001		,000	,001	,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60
	Pearson Correlation	,474**	,464**	1	,622**	,492**	,783**
X2.3	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60

X2.4	Pearson Correlation	,440**	,403**	,622**	1	,521**	,755**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000		,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60
X2.5	Pearson Correlation	,530**	,504**	,492**	,521**	1	,789**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	60	60	60	60	60	60
	Pearson Correlation	,711**	,756**	,783**	,755**	,789**	1
TOTAL_X2	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	60	60	60	60	60	60

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

Variabel Teknologi Informasi

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL_X3
	Pearson Correlation	1	,563**	,637**	,573**	,426**	,771**
X3.1	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,001	,000
	N	60	60	60	60	60	60
	Pearson Correlation	,563**	1	,747**	,584**	,582**	,813**
X3.2	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60
	Pearson Correlation	,637**	,747**	1	,597**	,644**	,872**
X3.3	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60
	Pearson Correlation	,573**	,584**	,597**	1	,686**	,813**
X3.4	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60
	Pearson Correlation	,426**	,582**	,644**	,686**	1	,784**
X3.5	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000		,000
	N	60	60	60	60	60	60
	Pearson Correlation	,771**	,813**	,872**	,813**	,784**	1
TOTAL_X3	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	60	60	60	60	60	60

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

Variabel Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	TOTAL_Y
	Pearson Correlation	1	,579**	,519	,597	,658**	,880
Y.1	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60
	Pearson Correlation	,579**	1	,528**	,429**	,161	,720**
Y.2	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,001	,219	,000
	N	60	60	60	60	60	60
	Pearson Correlation	,519**	,528**	1	,569**	,314	,755**
Y.3	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,014	,000

	N	60	60	60	60	60	60
	Pearson Correlation	,597 ^{**}	,429 ^{**}	,569 ^{**}	1	,526 ^{**}	,798 ^{**}
Y.4	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000		,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60
	Pearson Correlation	,658 ^{**}	,161	,314	,526 ^{**}	1	,687 ^{**}
Y.5	Sig. (2-tailed)	,000	,219	,014	,000		,000
	N	60	60	60	60	60	60
TOT	Pearson Correlation	,880 ^{**}	,720 ^{**}	,755 ^{**}	,798 ^{**}	,687 ^{**}	1
AL_	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
Y	N	60	60	60	60	60	60

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

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

b. Uji Reabilitas

Variabel Persepsi Risiko

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,797	5

Variabel Kepercayaan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,820	5

Variabel Teknologi Informasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,880	5

Variebel Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,823	5

2. Uji Asumsi Klasik

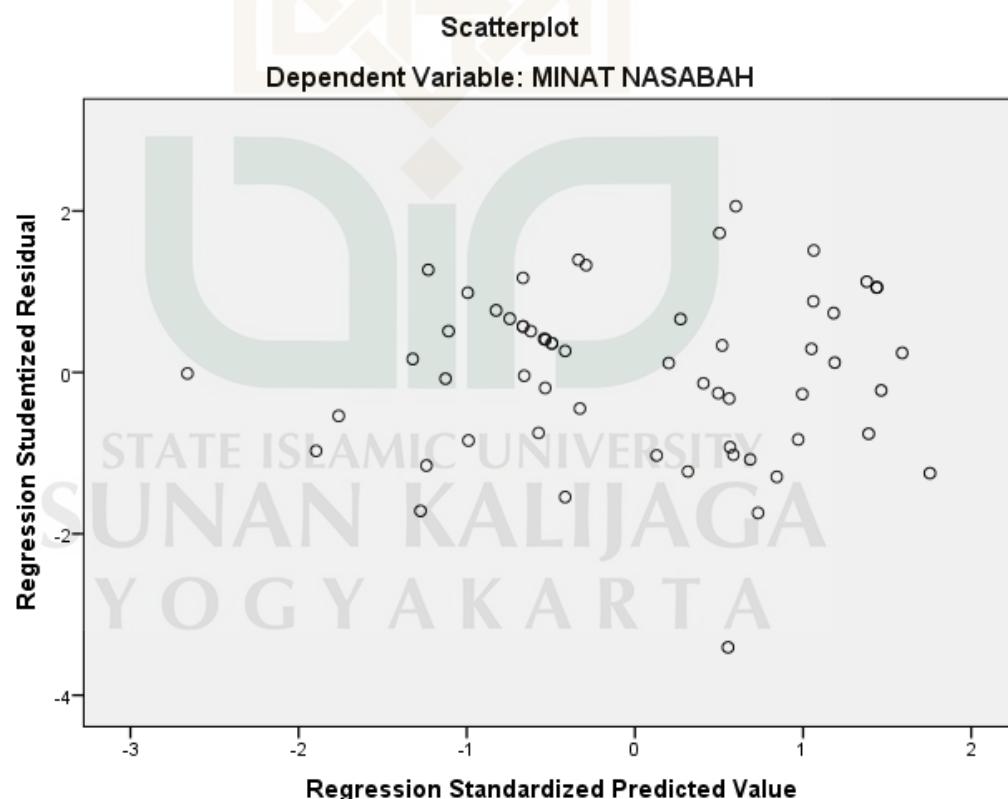
a. Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2,999	1,732		1,732	,089		
1 RISIKO	-,080	,082	-,086	-,972	,335	,902	1,108
KEPERCAYAAN	,253	,104	,261	2,427	,018	,615	1,627
TEKNOLOGI INFORMASI	,576	,101	,597	5,703	,000	,648	1,543

a. Dependent Variable: MINAT NASABAH

Tidak terjadi multikol karena nilai *tolerance* $0 > 0,1$ dan *VIF* < 10 .

b. Uji Heteroskedastisitas



Tidak terjadi heteros karena gambar plot tidak membentuk pola yang jelas.

c. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,64291769
	Absolute	,080
Most Extreme Differences	Positive	,053
	Negative	-,080
Kolmogorov-Smirnov Z		,621
Asymp. Sig. (2-tailed)		,836

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Normal karena nilai sig. > 0,05.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,776 ^a	,602	,581	1,686

a. Predictors: (Constant), TEKNOLOGI INFORMASI, RISIKO, KEPERCAYAAN

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	241,148	3	80,383	,000 ^b
	Residual	159,252	56	2,844	
	Total	400,400	59		

a. Dependent Variable: MINAT NASABAH

b. Predictors: (Constant), TEKNOLOGI INFORMASI, RISIKO, KEPERCAYAAN

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,999	1,732		1,732	,089
	RISIKO	-,080	,082	-,086	-,972	,335
	KEPERCAYAAN	,253	,104	,261	2,427	,018
	TEKNOLOGI INFORMASI	,576	,101	,597	5,703	,000

a. Dependent Variable: MINAT NASABAH

LAMPIRAN 6

FOTO DOKUMENTASI





LAMPIRAN 7

CURRICULUM VITAE



1. Personal

Nama : Rizki Pangesti
Tempat Tanggal Lahir : Bantul, 24 Juni 1995
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Dukuh Rt04, Guwosari, Pajangan, Bantul
Nomor Telepon : 089604454024
Email : rizkipangesti7@gmail.com

2. Pendidikan Formal

Tahun	Sekolah
2000 – 2002	TK Masyithoh Dukuh
2002 – 2008	SD Negeri Ringin Harjo Bantul
2008 – 2011	SMP Negeri 3 Bantul
2011 – 2014	SMA Negeri 1 Pajangan
2014 – 2018	Universitas Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA