

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
MENGUNAKAN MOBILE BANKING**

**(Studi pada Mahasiswa di Yogyakarta)**



**STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

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

**DISUSUN OLEH:**

**MUHAMMAD RIZALDI**

**NIM: 14820125**

**PEMBIMBING:**

**ROSYID NUR ANGGARA PUTRA, SPD., M.SI.**

**NIP: 19880524 201503 1 010**

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

**2020**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
MENGUNAKAN MOBILE BANKING**

**(Studi pada Mahasiswa di Yogyakarta)**



**STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

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

**DISUSUN OLEH:**

**MUHAMMAD RIZALDI**

**NIM: 14820125**

**PEMBIMBING:**

**ROSYID NUR ANGGARA PUTRA, SPD., M.SI.**

**NIP: 19880524 201503 1 010**

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

**2020**

## HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

### HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Muhammad Rizaldi  
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 mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : **Muhammad Rizaldi**  
NIM : **14820125**  
Semester : **12**  
Judul : **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Mobile Banking”**

Sudah dapat diajukan kepada Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum wr. rb*

Yogyakarta 18 Agustus 2020

Pembimbing

  
Rosyid Nur Anggara Putra, SPd., M.Si.  
NIP: 19880524 201503 1 010

## HALAMAN PENGESAHAN



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-884/Un.02/DEB/PP.00.9/12/2020

Tugas Akhir dengan judul : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING  
(Studi pada Mahasiswa di Yogyakarta)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUHAMMAD RIZALDI  
Nomor Induk Mahasiswa : 14820125  
Telah diujikan pada : Jumat, 18 September 2020  
Nilai ujian Tugas Akhir : B+

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

#### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Rosyid Nur Anggara Putra, SPd., M.Si.

SIGNED

Valid ID: 5f7d23dfe076f



Penguji I

Alex Fahrur Riza, SE., M.Sc.

SIGNED

Valid ID: 5f72a6d1e8eb7



Penguji II

Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si.

SIGNED

Valid ID: 5fdeda039bab3



Yogyakarta, 18 September 2020  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.  
SIGNED

Valid ID: 5fe2be5b22441

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Rizaldi

NIM : 14820125

Prodi : Perbankan Syari'ah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Mobile Banking”** 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.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIAGA  
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 14 Agustus 2020



**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

---

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

Nama : Muhammad Rizaldi

NIM : 14820125

Jurusan : 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:

**“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan *Mobile Banking*”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan) dengan hak bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih media/ 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.

Yogyakarta, 14 Agustus 2020

Yang menyatakan,



**Muhammad Rizaldi**  
**NIM. 14820125**

**HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

*"Put yourself first"*

**Skripsi ini saya persembahkan untuk:**

**Orangtua saya**

**Diri saya sendiri**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## 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	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	Ś	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	Z	Zet
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Shad	Sh	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dhad	Dh	De (dengan titik di bawah)
ط	Tha'	Th	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Zha'	Zh	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	Gh	Ge dan ha
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El



م	Min	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
هـ	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostref
ي	Ya	Y	Ye

### B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

معددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

### C. Ta'Marbuttah

Semua *ta'* marbuttah ditulis dengan *h*, baik berada pada 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.

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
عِلَّة	Ditulis	<i>'illah</i>
الولاء كرامة	Ditulis	<i>Karamah al auliya'</i>

### D. Vokal Pendek dan Penerapannya

--- َ ---	Fathah	Ditulis	A
--- ِ ---	Kasrah	Ditulis	I
--- ُ ---	Dammah	Ditulis	U
فعل	Fathah	Ditulis	<i>Fa'ala</i>

ذکر	Kasrah	Ditulis	<i>Zukira</i>
يذهب	Dammah	Ditulis	<i>Yazhabu</i>

### E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	Ditulis	A
جاهليّة	Ditulis	<i>Jahiliyyah</i>
2. fathah + ya' mati	Ditulis	A
ننسى	Ditulis	<i>Tansa</i>
3. kasrah + ya' mati	Ditulis	I
كريم	Ditulis	<i>Karim</i>
4. dhammah + wawu mati	Ditulis	U
فروض	Ditulis	<i>Furud</i>

### F. Vokal Rangkap

1. fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2. fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قؤل	Ditulis	<i>Qaul</i>

### G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata yang Dipisahkan dengan Apostof

أأنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>w'iddat</i>
شركتكم لئون	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

### H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *qamariyyah* maka ditulis menggunakan huruf awal "al"

القرآن	Ditulis	<i>Al-Quran</i>
القياس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

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

*Syamsiyyah* tersebut

ال سماء	Ditulis	<i>As-sama'</i>
ال شمس	Ditulis	<i>Asy-syams</i>

**I. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat**

ذوي النروض	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji hanya bagi Allah SWT atas segala nikmat dan pertolongan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan *Mobile Banking*** dengan baik. Penulisan skripsi ini dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar kesarjanaan pada Program Studi Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan juga untuk membantu peneliti lain sebagai sumber referensi.

Dalam proses pengerjaan skripsi ini, penulis mengalami banyak kendala, namun berkat ketekunan dan kerja keras ditambah dengan bantuan, bimbingan dan doa dari berbagai pihak membuat kendala-kendala tersebut dapat dihadapi dan diselesaikan. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil Al Makin, S.Ag.M, A selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Afdawaiza, S. Ag, M. Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi, M.M. selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Rosyid Nur Anggara Putra, SPd., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang membimbing serta membantu menulis skripsi.
5. Dian Nuriyah Solissa, SHI, M.Si selaku Dosen Penasehat Akademik.
6. Seluruh dosen Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
7. Kedua orangtua saya yang sudah membiayai kuliah saya.

8. Yulia Nur Vitasari yang selalu mendukung saya.

Penulis berharap semoga Allah SWT menerima dan membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kelemahan dalam pelaksanaan skripsi ini. Semoga ini dapat menjadi pengalaman berharga bagi penulis.

Akhir kata, oleh karenanya kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kebaikan bagi banyak pihak demi kemajuan serta bernilai ibadah dihadapan Allah SWT.

Yogyakarta, Agustus 2020



Muhammad Rizaldi

14820125

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	xi
ABSTRAK.....	xviii
ABSTRACT.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Sistematika Pembahasan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
A. Kajian Teori.....	10
1. Mobile Banking.....	10
2. Teori Technology Acceptance Model (TAM).....	12
3. Persepsi Manfaat.....	14
4. Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	16
5. Sikap Pengguna.....	18
6. Minat Untuk Menggunakan.....	19
B. Telaah Pustaka.....	21
C. Pengembangan Hipotesis.....	24
D. Kerangka Pemikiran.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
A. Jenis Penelitian.....	28
B. Sumber Data.....	28
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	29

D. Teknik Pengumpulan Data.....	30
E. Definisi Operasional Variabel.....	30
F. Teknik Analisis Data.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	41
A. Deskripsi Data Penelitian.....	41
B. Analisis Deskriptif Responden.....	45
C. Uji Instrumen Data.....	47
1. Uji Validitas.....	47
2. Uji Reliabilitas.....	48
a. Uji Multikolinearitas.....	50
b. Uji Heteroskedastitas.....	51
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	56
BAB V KESIMPULAN.....	62
A. Kesimpulan .....	62
B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN.....	69

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Telaah Pustaka .....	21
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	31
Tabel 4. 1 Karakteristik berdasarkan jenis kelamin .....	42
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan semester .....	43
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan universitas .....	44
Tabel 4. 4 Karakteristik responden berdasarkan lama menjadi nasabah .....	44
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Deskriptif .....	45
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas .....	48
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas .....	49
Tabel 4. 8 Uji Multikolinearitas .....	51
Tabel 4. 9 Uji Heteroskedastitas .....	51
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Regresi Dengan SPSS .....	52
Tabel 4. 11 Uji T.....	53
Tabel 4. 12 Uji F .....	55
Tabel 4. 13 Koefisien Determinasi .....	55



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	27
Gambar 4. 1 Uji Normalitas P-Plot.....	50



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. 1 KUESIONER PENELITIAN .....	69
LAMPIRAN 1. 2 DATA DIRI RESPONDEN .....	73
LAMPIRAN 1. 3 TANGGAPAN RESPONDEN.....	76
LAMPIRAN 2 1 HASIL OUTPUT STATISTIK DESKRIPTIF.....	83
LAMPIRAN 2 2 HASIL OUTPUT UJI VALIDITAS.....	85
LAMPIRAN 2 3 HASIL OUTPUT UJI RELIABILITAS.....	88
LAMPIRAN 2 4 HASIL OUTPUT UJI ASUMSI KLASIK .....	89
LAMPIRAN 2 5 HASIL ANALISIS LINEAR BERGANDA .....	91



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *mobile banking* yang terdiri dari persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan sikap pengguna. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Yogyakarta dengan sampel sebanyak 100 orang yang ditentukan dengan rumus lemeshow (1997). Data yang digunakan adalah data primer dari kuesioner yang disebar. 100 kuesioner diolah menggunakan SPSS. Untuk menguji pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen digunakan analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Sedangkan sikap pengguna berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

***Kata kunci : TAM, Mobile Banking, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Sikap Pengguna, Minat Menggunakan.***



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## ABSTRACT

*This study aims to analyze factors that influence intention to use mobile banking consisting perceived usefulness, perceived ease of use, and user's attitude. This study uses descriptive quantitative approach. The population in this study is students who have bank accounts in Yogyakarta, with 100 students that determined with lemeshow formula for the sample. The data used is primary data in form of questionnaires distributed. 100 questionnaires were processed by using SPSS. The results of this study show that perceived usefulness and perceived ease of use has insignificant influence on intention to use mobile banking. Meanwhile, user's attitude has significant impact on intention to use mobile banking.*

**Keywords :** *TAM, Mobile banking, perceived usefulness, perceived ease of use, attitude, intention to use.*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin maju, banyak perusahaan yang memanfaatkan kecanggihan teknologi saat ini sebagai salah satu cara untuk mencapai keunggulan kompetitif. Saat ini perkembangan teknologi terutama peran komputer dan internet sangat penting. Hal ini mempengaruhi perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, baik dalam kegiatan ekonomi maupun sosial masyarakat termasuk kegiatan transaksi keuangan secara langsung maupun tidak langsung. Sektor perbankan tidak luput dari pengaruh perkembangan teknologi. Saat ini, layanan perbankan menyesuaikan perkembangan teknologi dengan sentuhan digitalisasi seperti *Automatic Teller Machine (ATM)*, *SMS banking*, *internet banking*, serta *mobile banking*. Salah satu layanan yang menyesuaikan perkembangan teknologi adalah *mobile banking*. *Mobile banking* merupakan sebuah fasilitas dari bank dalam era modern ini. Layanan yang tersedia pada *mobile banking* meliputi pembayaran, transfer, history, dan lain sebagainya (Kurniawati 2017). Era digital banking memberikan peluang bagi perbankan untuk berinovasi memberikan layanan kepada nasabah.

Berdasarkan artikel OJK yang dikutip dari [sikapiuangmu.ojk.go.id](http://sikapiuangmu.ojk.go.id), jumlah pengguna *e-banking (SMS banking, phone banking, mobile banking, dan*

*internet banking*) meningkat sebesar 270% dari 13,6 juta nasabah pada 2012 menjadi 50,4 juta nasabah pada 2016. Sementara frekuensi transaksi pengguna *e-banking* meningkat 169% dari 150 juta transaksi pada 2012 menjadi 405,4 juta transaksi di 2016. Dengan data tersebut, maka setiap perbankan digital memerlukan digital branch atau sebuah kantor khusus yang menyediakan dan melayani transaksi dengan digital banking.

Di Indonesia, semakin banyaknya pengguna internet memicu perusahaan-perusahaan untuk memanfaatkan internet. Internet menjadi media dalam melakukan transaksi penjualan dan pembelian. Selain itu, internet juga menjadi media untuk bertukar informasi. Hal ini memicu sektor perbankan untuk memanfaatkan internet dalam jasa dan produknya. Ini merupakan kesempatan bagi sektor perbankan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para nasabahnya dengan cara menawarkan kemudahan dan kenyamanan dalam melakukan transaksi tanpa mengharuskan nasabahnya datang dan mengantri di bank atau ATM (Widyarini, 2005). Kemudahan dan kenyamanan ini ditawarkan perbankan melalui layanan *Mobile banking*.

Meskipun banyak keuntungan yang didapatkan nasabah, namun pada kenyataannya layanan ini masih jarang digunakan oleh nasabah. Nasabah masih cenderung melakukan transaksi lewat ATM atau mengantri di bank. Berdasarkan hasil kajian Jenius Financial Study: Indonesia Digital Savvy Behaviour yang bekerjasama dengan Nielsen, pertumbuhan pengguna smartphone terus meningkat, yakni 19 persen pada 2014 menjadi 56 persen pada 2018. Pengguna internet bertumbuh dari 35 persen pada 2014 menjadi 57

persen pada 2018. Pertumbuhan pengguna smartphone dan internet yang pesat tersebut tidak diikuti dengan pertumbuhan pengguna *mobile banking* yang hanya bertumbuh 2 persen, dari 28 persen pada 2014 menjadi 30 persen pada 2018.

Salah satu golongan nasabah yang harus diperhatikan oleh pihak bank adalah mahasiswa. Mahasiswa sebagai seorang nasabah memiliki berbagai faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *mobile banking*. Pada dasarnya nasabah akan berminat menggunakan *mobile banking* ketika manfaat dan kemudahan dalam penggunaannya layanan tersebut sesuai dengan nasabah, begitu juga dengan sikap pengguna terhadap layanan *mobile banking*.

Permasalahan tentang bagaimana masyarakat dapat menerima dan memanfaatkan layanan *mobile banking* dapat dijelaskan menggunakan kerangka TAM (*technology Acceptance Model*). Model TAM telah banyak digunakan untuk menguji penerimaan teknologi oleh pemakai sistem dalam berbagai konteks. Teori ini menawarkan suatu penjelasan yang kuat dan sederhana untuk penerimaan teknologi dan perilaku para penggunanya (Davis 1989). Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan TAM. Dalam TAM ini, peneliti dapat mengetahui keyakinan akan manfaat sistem informasi dan kemudahan bagi penggunanya serta perilaku dari pengguna sistem informasi tersebut. Dari kesederhanaan TAM yang mampu menjelaskan hubungan sebab akibat model inilah, peneliti melakukan penelitian dengan mengembangkan TAM.

Dalam penelitian Venkatesh dan Davis (2000), teori TAM menunjukkan bahwa keinginan (minat) perilaku individual untuk menggunakan suatu sistem ditentukan oleh dua keyakinan, yaitu: (a) Manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*), yang didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya dan (b) Kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), diartikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tidak diperlukan usaha apapun (*free of effort*).

Minat seseorang untuk melakukan sebuah tindakan atau sebuah perilaku yaitu kecenderungan seseorang dalam memilih tidak melakukan atau melakukan suatu pekerjaan. Begitu juga minat perilaku konsumen untuk menggunakan suatu produk merupakan informasi yang sangat dibutuhkan oleh perusahaan dalam usahanya untuk memperoleh pasar. Minat konsumen dalam mengambil suatu keputusan dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan sikap pengguna.

Berdasarkan penelitian Sharma (2019) menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan. Dalam penelitian Fadlan dan Dewantara (2018) menyatakan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Penelitian Zhang, dan Kizildag (2018) mengenai faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *mobile banking* oleh yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi privasi, dan sikap berpengaruh signifikan terhadap minat



menggunakan mobile banking. Penelitian oleh Andriano (2016) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, kebermanfaatan, dan kepercayaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan.

Faktor yang mempengaruhi minat yang pertama yaitu persepsi manfaat. Berdasarkan penelitian oleh (Kurinawati, Winarno dan Arif, 2017), (Zhang dan Kizildag, 2018), (Andriyano, 2016), (Fadlan dan Dewantara, 2018) hasil penelitian menunjukkan persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan. Sedangkan penelitian Aboelmaged dan Gebba menunjukkan bahwa Persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap adopsi *mobile banking*.

Faktor yang mempengaruhi minat yang kedua yaitu persepsi kemudahan penggunaan. Penelitian oleh (Mutahar, Daud, Ramayah, Isaac, dan Aldholay, 2019), (Sharma, 2019), (Fadlan dan Dewantara, 2018) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan. Hasil penelitian lain oleh Rahayu (2015) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan. Begitu juga dengan penelitian M. Baabdullah Abdullah dkk. (2019) bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan mobile banking.

Faktor yang mempengaruhi minat menggunakan yang ketiga adalah sikap pengguna. Hasil penelitian oleh (Sulistriyani, 2013), (Zhang dan Kizildag,

2018) menunjukkan bahwa sikap pengguna berpengaruh positif terhadap minat menggunakan.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu masih terdapat perbedaan hasil, hal tersebut menunjukkan ketidakkonsistenan hasil penelitian. Penelitian ini dilakukan untuk meneliti pengaruh variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan sikap terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Penelitian ini dirasa penting untuk dilakukan karena layanan *mobile banking* memiliki prospek besar untuk digunakan masyarakat yang sadar akan hadirnya teknologi dan sebagai awal dari pengadopsi awal dari sebuah teknologi baru.

Berdasarkan uraian penjelasan diatas, maka penyusun tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat (*perceived usefulness*) terhadap minat menggunakan *mobile banking*?
2. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) terhadap *mobile banking*?
3. Bagaimana pengaruh sikap pengguna terhadap minat menggunakan *mobile banking*?

### C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, tujuan penelitian yang akan diperoleh sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat (*perceived usefulness*) terhadap minat menggunakan *mobile banking*.
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) terhadap minat menggunakan *mobile banking*.
3. Untuk menganalisis pengaruh sikap pengguna terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

### D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain:

#### a. Bagi Bank Syariah

Sebagai informasi dan diharapkan dapat dijadikan sumber referensi bagi Bank Syariah terutama pihak manajemen sumber daya manusia dalam mengelola kreativitas karyawan agar menjadi lebih baik serta dapat dikembangkan dan diterapkan.

#### b. Bagi Akademisi

Sebagai referensi yang dapat digunakan oleh pembaca untuk menambah ilmu dan juga referensi tambahan yang dapat memperkuat penelitian selanjutnya dengan tema penelitian yang sama.

c. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk mengembangkan pemikiran peneliti dan diharapkan dapat menambah wawasan bagi peneliti mulai dari teori sampai prakteknya, serta sebagai salah satu syarat kelulusan.

**E. Sistematika Pembahasan**

Agar penelitian dalam skripsi ini dapat dipaparkan secara teratur dan terarah serta untuk mempermudah pembaca dalam memperoleh suatu gambaran mengenai apa yang menjadi pokok pembahasan ini, maka penyusun menggunakan sistematika sebagai berikut:

**BAB I**      Pendahuluan, berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.

**BAB II**      Landasan teori, bab ini akan menjelaskan mengenai teori yang digunakan dan penelitian terdahulu sebagai acuan dasar teori analisis bagi penelitian ini. Bab ini juga menggambarkan hipotesis dan kerangka teori.

**BAB III**      Metode penelitian, berisi tentang jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan teknik analisis data.

**BAB IV**      Hasil dan Pembahasan, bab ini terdiri dari deskripsi objek penelitian yang terdiri dari deskripsi variabel dependen dan

independen. Analisis data dan interpretasi terhadap hasil analisis berdasarkan alat dan metode analisis yang digunakan.

**BAB V** Penutup, bab ini merupakan kesimpulan dari hasil analisis penelitian dan saran-saran yang perlu disampaikan untuk penelitian yang akan datang.



## BAB V

### KESIMPULAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan:

1. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Hal ini berarti semakin tinggi persepsi manfaat tidak meningkatkan minat menggunakan *mobile banking*.
2. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Hal ini berarti semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan tidak meningkatkan minat menggunakan *mobile banking*.
3. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa sikap pengguna berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Hal ini berarti semakin tinggi sikap pengguna maka minat menggunakan akan meningkat.

## B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas maka ada beberapa saran yang direkomendasikan, yaitu kepada :

### 1. Pihak Lembaga Perbankan

Dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan mobile banking, sementara sikap pengguna berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking. Maka bank dapat berfokus pada layanan mobile banking yang dapat membuat nasabah merasakan kesenangan saat menggunakan dan berkeinginan untuk menggunakannya secara terus menerus. Seperti, memastikan kestabilan software/aplikasi mobile banking agar tidak terjadi error ataupun bug yang dapat mengganggu transaksi dan membuat nasabah tidak senang. Apabila nasabah merasa tidak senang terhadap adanya layanan mobile banking, maka akan berdampak dengan minimnya minat untuk menggunakan mobile banking. Dikarenakan dalam penelitian ini objek penelitian adalah mahasiswa maka bank dapat berfokus untuk mengembangkan layanan mobile banking yang dapat menarik minat mahasiswa yang sudah familiar dengan smartphone.

## 2. Bagi Peneliti lainnya

Sebaiknya melakukan penelitian yang sama, dengan menyempurnakan model penelitian, misalnya dengan menambah variable yang belum ada dalam penelitian ini. Dikarenakan dalam penelitian ini faktor persepsi manfaat dan persepsi kemudahan tidak mempengaruhi minat menggunakan mobile banking, maka dapat ditambahkan dengan fakto-faktor yang lain misalnya, faktor keamanan yang menjadi *concern* pada masa digitalisasi saat ini dimana keamanan data dianggap penting oleh nasabah. Contoh lainnya adalah faktor risiko, kepercayaan, faktor kenyamanan.





## DAFTAR PUSTAKA

- Akturan, U., & Tezcan, N. 2012. *Mobile Banking Adoption of The Youth Market*. Vol. 7 No. 9. <https://doi.org/10.1108/02634501211231928>
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Metodelogi penelitian*. Yogyakarta. Bina Aksara
- Baabdullah, Abdullah M., Ali A. Alalwan, Nripendra P.Rana, Yogesh K.Dwivedi . 2019. *An integrated model for m-banking adoption in Saudi Arabia*. International Journal of Bank Marketing. <https://doi.org/10.1108/IJBM-07-2018-0183>
- Davis, Fred D. 1989. *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. MIS Quarterly. Vol. 13 No.5 Hal. 318-340.
- Ermawati, N., & Delima, Z. M. 2016. *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, Dan Pengalaman Terhadap Minat Wajib Pajak Menggunakan Sistem E-Filing (Studi Kasus Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kabupaten Pati)*. Jurnal Akuntansi Indonesia, Vol. 5 No.2 Hal. 163. <https://doi.org/10.30659/jai.5.2.163-174>
- Fadlan, A., dan Dewantara, R. Y. 2018. *Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 62 No. 1 Hal. 82–89. Retrieved from <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/viewFile/2652/3045>
- Fusilier, Marcelline and Durlabhji, Subhash.(2005). *An exploration of Student Internet Use in India (the technology acceptance model and the theory of planned behavior)*. Journal of Marketing, 22.

- Govender, I dan Walter Sihlali. (2014). *A Study of Mobile Banking Adoption among University Students Using an Extended TAM. Mediterranean Journal of Social Sciences*, Vol.5, No.7. University of KwaZulu-Natal.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (sembilan)*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Huh, H.J, Kim, T. dan Law, R. 2009. *A comparison of competing theoretical models for understanding acceptance behavior of information sistem in upscale hotels. International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol.28 No.1 hal. 121-131.
- Jogiyanto.2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta. Andi.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2003). *Manajemen Pemasaran*. 12 ed. Jakarta : Indeks.
- Kuncoro, M. 2003. *Model riset untuk bisnis dan ekonomi*. Jakarta. Erlangga.
- Kurniawati, H. A., Winarno, W. A., Arif, A., Ekonomi, F., dan Unej, U. J. (2017). *Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model ( TAM ) Yang Telah Dimodifikasi ( Analysis Behavioral Intention to Uses of Mobile Banking Technology Acceptance Model ( TAM ) Approach Modified )*. IV(1), 24-29.
- Kusuma, H. dan Susilowati, D.2007. *Determinan Pengadopsian Layanan Internet Banking : Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Jogjakarta. Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, Vol. 11 No.2.
- Miftahuddin dan Decky Hendarsyah. 2019. Analisis Perbandingan Fasilitas Aplikasi *Mobile Banking* Bank Syariah Mandiri Kcp. Bengkalis Dengan Bank Mandiri Kc. Bengkalis. *Iqtishaduna : Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*.

- Morosan,C. 2014. *Toward an integrated model of adoption of mobile phones for purchasing ancillary service in air travel*. International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 26 No.2 hal.246-271
- Morosan, C. and Jeong, M. 2008. *Users' perceptions of two types of hotel reservation web sites*. International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 27 No.2 hal.284-292
- Mutahar, A. M., Daud, N. M., Ramayah, T., Isaac, O., dan Aldholay, A. H. (2018). *The Effect of Awareness and Perceived Risk On The Technology Acceptance Model (TAM): Mobile Banking In Yemen*. *International Journal of Services and Standards*, 12(2), 180–204. <https://doi.org/10.1504/IJSS.2018.091840>
- Nazar, M.R. dan Syahran. 2008. *Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan, dan Pengalaman terhadap Niat untuk Bertransaksi secara Online*. Program Pasca Sarjana Universitas Gajahmada Yogyakarta.
- Premkumar, G., Ramamurthy, K. and Liu, H.N. (2008). *Internet messaging: an examination of the impact of attitudinal, normative, and control belief systems*. *Information & Management*. Vol. 45 No. 7, hal. 451-457.
- Rahayu, I. S. 2015. *Technology Acceptance Model ( Tam )*. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*. Vol. V No.2.
- Roca, J.C., J.J. Garcí'a and J.J. de la Vega.2009.*The Importance of Perceived Trust, Security and Privacy in Online Trading Sitem*s. *Information Management dan Computer Security*. 17 (2). 96- 113
- Schierz, P., Schilke, O. and Wirtz, B. (2010). *Understanding customer acceptance of mobile payment services: an empirical analysis*. *Journal ofElectronic Commerce Research and Application*. Vol. 9 No. 3, Hal. 209-216
- Sharma, S. K. (2019). *Integrating Cognitive Antecedents Into TAM To Explain Mobile Banking Behavioral Intention: A SEM-Neural Network Modeling*.

*Information Systems Frontiers*, 21(4), 815–827.  
<https://doi.org/10.1007/s10796-017-9775-x>

Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Pusat Bahasa Depdiknas.

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. CV Alfabeta.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan RdanD*. Bandung. PT Alfabet. Danandjadja

Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Ghalia Indonesia. Bogor.

Taylor, S. A., dan Baker, T. L. 1994. An Assessment of the Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction in the Formation of Consumer's Purchase Intentions. *Journal of Retailing*, 70(2), 163–178.

Wibowo, A. 2007. *Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*. Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur

Zhang, T., Lu, C., dan Kizildag, M. 2018. *Banking "on-the-go": examining consumers' adoption of mobile banking services*. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 10(3), 279–295.

<https://www.bareksa.com/id/text/2019/02/26/pengguna-internet-dan-digital-banking-melonjak-karena-faktor-ini/21705/news>

sikapiuangmu.ojk.go.id