

**PENGARUH MANFAAT, KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN
TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN LAYANAN
MOBILE BANKING PADA BANK SYARIAH
(Studi Kasus Pelaku E-Commerce di Daerah
Istimewa Yogyakarta)**



SKRIPSI

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

OLEH:

NOVA LESTARY

NIM : 16820067

PEMBIMBING:

FARID HIDAYAT, S.H., M.S.I

NIP. 19810726 201503 1 002

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

2023



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-1282/Un.02/DEB/PP.00.9/08/2023

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH MANFAAT, KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN LAYANAN MOBILE BANKING PADA BANK SYARIAH (STUDI KASUS PELAKU E-COMMERCE DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : NOVA LESTARY
Nomor Induk Mahasiswa : 16820067
Telah diujikan pada : Senin, 26 Juni 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Farid Hidayat, S.H., M.S.I.
SIGNED

Valid ID: 64e76391e322f



Penguji I
Alex Fahrur Riza, SE., M.Sc.
SIGNED

Valid ID: 64e73ab11667c



Penguji II
Rifaatul Indana, S.E.I., M.E.
SIGNED

Valid ID: 64e5d2b86111b



Yogyakarta, 26 Juni 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 64e8539ee8311

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nova Lestary
NIM : 16820067
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pelaku *E-Commerce* di Daerah Istimewa Yogyakarta)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan dipublikasikan ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dinaklumi.

Yogyakarta, 26 Mei 2023

Penyusun,



Nova Lestary
NIM: 16820067



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudari Nova Lestary

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Yogyakarta

Di – Yogyakarta

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

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

Nama : Nova Lestary

NIM : 16820067

Judul Skripsi : Pengaruh Manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pelaku *E-Commerce* di Daerah Istimewa Yogyakarta)

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/ Program Studi Perbankan Syari'ah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi Saudari tersebut di atas dapat segera di munaqasahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 26 Mei 2023

Pembimbing,

Farid Hidayat, S.H., M.S.I

NIP: 19810726 201503 1 002

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh manfaat, kepercayaan, dan kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* pada bank syariah dengan studi kasus pelaku *e-commerce* di Daerah Istimewa Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini merupakan para pelaku *e-commerce* yang berdomisili di Yogyakarta. Metode pengumpulan data dengan menggunakan metode kuesioner dengan skala *likert* yang mengukur variable independen terhadap variabel dependen. Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Seluruh data diolah dan dianalisis dengan menggunakan SPSS versi 29. Hasil menunjukkan bahwa manfaat, kepercayaan dan kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* pada bank syariah.

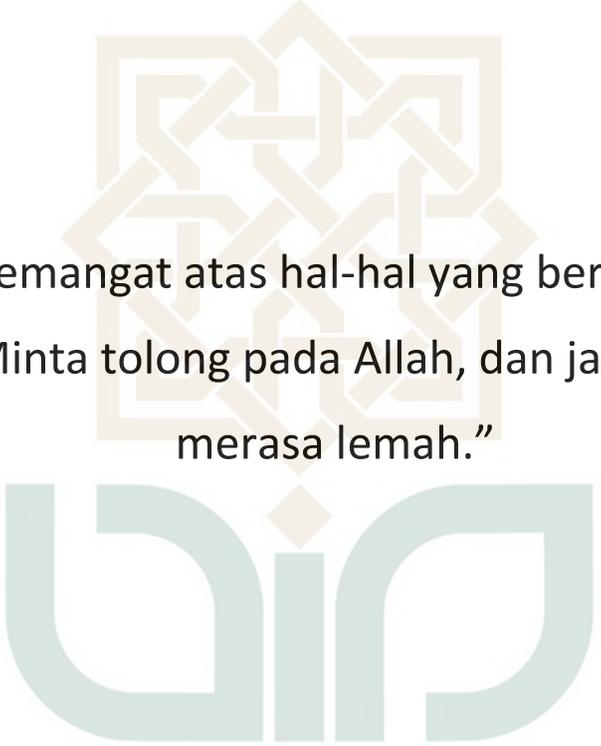
Kata kunci: Manfaat, Kepercayaan, Kemudahan, Minat Nasabah, *Mobile Banking*, *E-Commerce*.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

“Bersemangat atas hal-hal yang bermanfaat.
Minta tolong pada Allah, dan jangan
merasa lemah.”



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* dan atas dukungan serta doa dari orang-orang tercinta akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Kedua orang tua tercinta, Ayah saya Ibrahim dan Emak saya Nurhasiah yang selalu mendoakan, kasih sayang, pengorbanan yang tidak akan ternilai harganya untuk anak-anaknya, dan memberikan motivasi serta dukungan yang luar biasa sampai saat ini.

Untuk keluarga besar yang selalu mendoakan, untuk diri saya sendiri yang sudah berhasil menyelesaikan skripsi ini dan sahabat terdekat saya yang selalu bersabar memberi semangat dan motivasi. Teruntuk Makhsus Santoso, Munawir, Dharma, Retno Afifah, Ardani Hanifa yang selalu memberikan support dan semangat saya selama ini. Teruntuk Sahabat Akhawat Kajian MPD, SQUAD KITA yang senantiasa selalu mendukung dan mendoakan saya selama ini. Bapak dan Ibu dosen yang telah mengajarkan ilmu dengan sepenuh hati dan penuh rasa sabar.

Keluarga besar Perbankan Syariah 2016

Serta teruntuk Almamater tercinta UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah robbil-'aalamiin, segala puji dan syukur kepada Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* atas segala rahmat, taufiq, dan hidayah Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan sesuai dengan sebaik-baiknya.

Sholawat serta salam senantiasa tetap tercurahkan kepada Nabi Agung Muhammad *Shallallahu 'alaihi Wasallam*, beserta keluarga dan para sahabat. Setelah melalui proses yang cukup panjang alhamdulillah atas izin Allah skripsi ini dapat penulis selesaikan walaupun masih jauh dari kesempurnaan.

Skripsi ini merupakan wujud karya terakhir saya sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penulisan tugas akhir ini tidak mungkin dapat penulis selesaikan sendiri, pasti ada banyak sekali bantuan dari pihak lain selain diri sendiri. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan 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. Ibu Ruspita Rani, S.Psi., M.M. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Yogyakarta.
4. Bapak Farid Hidayat, S.H., M.S.I. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan, perbaikan dengan penuh kesabaran serta memberi dukungan dari awal proses skripsi sampai tahap akhir skripsi.
5. Bapak Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu mengarahkan, membimbing penulis selama menempuh pendidikan, meluangkan waktu, dan memberikan semangat kepada penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan untuk penulis selama menempuh pendidikan.

7. Seluruh pegawai dan staf tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
8. Seluruh responden pelaku *E-Commerce* wilayah Yogyakarta yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga untuk mengisi kuesioner dalam penelitian ini.
9. Orang tua tercinta, bapak Ibrahim dan ibu Nurhasiah atas segala doa restu, dukungan, motivasi, pengorbanan dan kasih sayang serta menjadi keluarga terbaik bagi penulis.
10. Untuk adik tersayangs Adzka Annisa dan Diky Setiawan yang senantiasa memberi semangat kepada penulis.
11. Kepada seluruh keluarga besar yang memberikan semangat dan doa kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Sahabat penulis Retno Afifah, Nurul Huda, Atika, Eqi Safitri, dan Ardani Hanifa yang telah membantu dan memotivasi selama mengerjakan skripsi ini.
13. Sahabat penulis Makhsus Santoso, Munawir, dan Dharma Syahputra yang telah membantu dan selalu memberikan dukungan dan doa kepada penulis.
14. Segenap teman-teman penulis yang selalu ada untuk penulis dan memberikan doa serta motivasi kepada penulis yaitu SQUAD KITA.
15. Seluruh teman-teman kajian di Masjid Pogung Dalangan Yogyakarta yang telah memberi motivasi dan semangat dari sisi kerohanian penulis selama mengaji.
16. Keluarga Besar Perbankan Syariah 2016 khususnya PS B yang telah berbagi suka dan duka dari awal hingga akhir perkuliahan.

Semoga Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* membalas semua kebaikan mereka.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Yogyakarta, 26 Mei 2023

Hormat Saya,



Nova Lestary

NIM: 16820067

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	viii
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
ABSTRAK	xviii
ABSTRACT	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
E. Sistematika Pembahasan	13
BAB II LANDASAN TEORI DAN KAJIAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	15
1. Bank syariah	15
2. <i>Mobile banking</i>	21
3. <i>Electronic commerce (e-commerce)</i>	23
4. Minat	26
5. Manfaat.....	29
6. Kepercayaan	31
7. Kemudahan.....	34
B. Kajian Pustaka.....	35

C. Pengembangan Hipotesis	42
D. Kerangka Teoritik	45
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	46
B. Sumber dan Jenis Data	46
C. Populasi dan Sampel	48
D. Teknik Pengumpulan Data.....	51
E. Skala Pengukuran Variabel.....	53
F. Definisi Operasional Variabel.....	55
G. Teknik Analisis Data.....	58
1. Statistik deskriptif.....	58
2. Uji kualitas data.....	59
3. Uji asumsi klasik	60
4. Regresi linier berganda.....	65
5. Uji hipotesis.....	67
6. Uji koefisien determinasi (R^2)	70
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	73
B. Analisis Deskriptif	77
1. Gambaran umum responden.....	77
2. Statistik deskriptif.....	80
C. Pengujian dan Analisis Data Penelitian	82
1. Uji kualitas data.....	82
2. Uji asumsi klasik	89
3. Regresi linier berganda.....	94
4. Uji hipotesis.....	97
5. Uji koefisien determinasi (R^2)	103
D. Pembahasan Hasil Penelitian	106
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	118
B. Keterbatasan.....	121
C. Saran.....	122

DAFTAR PUSTAKA	125
LAMPIRAN	131



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kajian Pustaka.....	36
Tabel 3.1 Instrumen Skala Likert.....	54
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	57
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	77
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	78
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	78
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	79
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif	81
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel X1 (Manfaat)	83
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel X2 (Kepercayaan).....	85
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel X3 (Kemudahan)	86
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Y (Minat Nasabah)	86
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	88
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	90
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas	92
Tabel 4.13 Uji Heteroskedastisitas Metode Glejser.....	93
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	95
Tabel 4.15 Hasil Uji t (Uji Parsial)	98
Tabel 4.16 Hasil Uji f (Uji Simultan).....	102
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	104
Tabel 4.18 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	105
Tabel 4.19 Ringkasan Jawaban Kuesioner Variabel Manfaat (X1).....	107
Tabel 4.20 Ringkasan Jawaban Kuesioner Variabel Kepercayaan (X2)	110
Tabel 4.21 Ringkasan Jawaban Kuesioner Variabel Kemudahan (X3).....	113
Tabel 4.22 Ringkasan Jawaban Kuesioner Variabel Minat Nasabah (Y).....	115

SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam era globalisasi saat ini, pertumbuhan teknologi yang cepat telah membawa inovasi yang signifikan. Salah satu inovasi penting adalah teknologi informasi, khususnya internet. Perkembangan internet telah memberikan banyak manfaat bagi berbagai sektor. Seiring waktu, penggunaan internet secara bertahap akan menjadi kebutuhan utama bagi masyarakat, karena dapat membantu mereka dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat penetrasi internet di Indonesia telah mencapai 78,19 persen pada 2023 atau menembus 215.626.156 jiwa dari total populasi yang sebesar 275.773.901 jiwa (APJII, 2023). Sektor perbankan juga turut memanfaatkan kemajuan internet dengan menyediakan layanan *self-service* yang mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi. Memberikan kebebasan bagi nasabah bank dalam menggunakan layanan tersebut sangatlah penting. Untuk bisa mengakomodasi kebutuhan mobilitas konsumen, layanan tersebut harus bisa menyesuaikan diri. Oleh karena itu, diperlukan perangkat *mobile* sebagai pendukung layanan yang bisa memenuhi harapan konsumen. Saat ini, ada salah satu aplikasi yang mulai populer dan menarik perhatian, yaitu *mobile banking*.

Mobile banking adalah layanan perbankan yang menggunakan teknologi informasi sebagai landasan penyediannya. Layanan ini memberikan kesempatan bagi bank untuk memberikan nilai tambah kepada pelanggannya.

Mobile banking mempermudah dan memperlancar kegiatan perbankan dengan menyediakan berbagai transaksi perbankan yang efektif dan efisien. Untuk memanfaatkan layanan ini, nasabah perlu memiliki telepon seluler dan akses internet. *Mobile banking* dapat diakses oleh siapa saja yang memiliki ponsel, sehingga memberikan kemudahan dalam mendapatkan layanan perbankan. Diharapkan bahwa dengan berbagai macam jasa yang disediakan melalui *mobile banking* ini, nasabah akan merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh bank.

Menurut Mundir (2021) Teknologi memiliki dampak yang signifikan di industri perbankan saat ini. Perkembangan teknologi yang cepat menghadirkan persaingan yang ketat di sektor perbankan. Perubahan ini memaksa bank-bank untuk beradaptasi dan mengikuti perkembangan teknologi tersebut. Internet menjadi platform utama untuk melakukan transaksi jual beli dan pertukaran informasi. Perbankan pun turut memanfaatkan internet sebagai langkah maju dalam memberikan layanan yang lebih baik kepada nasabah. Melalui teknologi ini, perbankan dapat menawarkan kecepatan dalam melakukan transaksi secara online, baik yang berkaitan dengan keuangan maupun non-keuangan. Nasabah dapat dengan mudah dan nyaman melakukan transaksi tanpa harus mengunjungi bank atau antri di ATM (Anjungan Tunai Mandiri). Hal ini membantu meningkatkan efisiensi dan kenyamanan nasabah dalam mengelola keuangan mereka. Secara keseluruhan, teknologi telah membawa perubahan besar dalam dunia perbankan dengan memberikan layanan yang lebih cepat, mudah, dan nyaman melalui platform internet.

Kemajuan teknologi informasi membuat media penjualan melalui internet semakin beragam, internet telah membantu perkembangan penjualan dan pembelian dengan sistem elektronik yang kita kenal dengan *e-commerce* yang kini digemari oleh pelanggan karena membuat proses pembelian menjadi lebih mudah. Indonesia adalah negara dengan pertumbuhan *e-commerce* nomor satu di dunia. Hal ini didukung dengan pengguna internet di Indonesia yang mencapai lebih dari 100 juta pengguna dan 77% diantaranya memiliki preferensi untuk berbelanja secara daring. Tahun 2020 terjadi peningkatan pembelanjaan secara daring sebesar 400.

E-commerce atau perdagangan elektronik adalah proses pembelian dan penjualan barang atau jasa yang dilakukan melalui jaringan komputer. Transaksi ini menggunakan metode khusus yang dirancang untuk menerima dan memproses pesanan secara elektronik. Meskipun pesanan ditempatkan secara online, pembayaran dan pengiriman tidak selalu harus dilakukan secara online. *e-commerce* memungkinkan terjadinya transaksi antara berbagai pihak, seperti perusahaan, keluarga, individu, pemerintah, dan organisasi swasta atau publik lainnya.

Dalam usaha *e-commerce* ada beberapa model penjualan yaitu sebagai penjual (*seller*), penjual kembali (*reseller*), serta perantara penjual dan pembeli (*dropshipper*). Selama tahun 2020, model penjualan dalam *e-commerce* didominasi oleh penjual (*seller*) yaitu sebesar 79,91 persen, kemudian diikuti oleh penjual kembali (*reseller*) sebanyak 13,09 persen dan terkecil adalah perantara penjual dan pembeli (*dropshipper*) sejumlah 7,00 persen.

Mayoritas usaha *e-commerce*, sekitar 78,72 persen, dari berbagai sektor lapangan usaha, lebih memilih menggunakan metode pembayaran *Cash on Delivery* (COD), di mana pembayaran dilakukan saat barang diterima. Metode pembayaran berikutnya yang sering digunakan adalah transfer bank, baik melalui ATM maupun internet banking, dengan persentase sebesar 16,33 persen. Menariknya, lebih dari separuh usaha *e-commerce* yang memiliki jumlah tenaga kerja sebanyak 100 orang atau lebih, cenderung menggunakan metode pembayaran tersebut. Hal ini menunjukkan preferensi dan kepercayaan yang tinggi terhadap metode pembayaran COD dan transfer bank dalam industri *e-commerce*, terutama di kalangan usaha dengan skala yang lebih besar.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh lembaga riset Marketing Research Indonesia (MARS) internasional, diperkirakan sekitar 35% dari semua kegiatan online yang dilakukan di rumah di seluruh dunia akan beralih ke layanan *e/m-banking*. Selain itu, hasil survei yang dilakukan oleh Sharing Vision terhadap jumlah pengguna SMS/*mobile banking* pada empat bank besar di Indonesia antara tahun 2014 dan 2015 menunjukkan peningkatan signifikan sebesar 25 persen. Pada tahun 2014, jumlah pengguna *mobile banking* mencapai 18,8 juta orang, dan pada tahun 2015 angka tersebut meningkat menjadi 23,65 juta orang. Data ini mengindikasikan bahwa adopsi dan minat terhadap layanan *mobile banking* mendapatkan respons positif dari masyarakat. Trend ini mencerminkan pergeseran perilaku konsumen yang semakin mengandalkan layanan *e/m-banking* sebagai alternatif yang praktis dan efisien dalam mengelola keuangan mereka.

Menurut Davis (1989) mendefinisikan manfaat secara sederhana yaitu Persepsi manfaat merujuk pada tingkat di mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem atau teknologi informasi akan meningkatkan kinerjanya. Hal ini mencakup keyakinan individu bahwa dengan menggunakan teknologi informasi, mereka akan mendapatkan manfaat yang dapat meningkatkan efisiensi, produktivitas, kemudahan akses informasi, kemudahan penggunaan, atau meningkatkan kemampuan mereka dalam menyelesaikan tugas-tugas tertentu. Persepsi manfaat memainkan peran penting dalam mendorong adopsi dan penerimaan teknologi informasi oleh individu atau organisasi, karena mereka meyakini bahwa penggunaan teknologi tersebut akan membawa manfaat positif bagi kinerja dan kehidupan mereka.

Menurut Al Fian (2016) Kepercayaan nasabah dalam konteks perbankan dapat didefinisikan sebagai pengetahuan dan keyakinan yang dimiliki oleh nasabah tentang objek (misalnya, bank atau layanan perbankan), atribut (misalnya, keamanan, kehandalan, kemudahan penggunaan), dan manfaat yang diberikan oleh layanan tersebut. Kepercayaan nasabah terbentuk melalui proses penilaian dan evaluasi berbagai faktor yang memengaruhi kepercayaan mereka terhadap suatu lembaga keuangan atau layanan perbankan. Faktor-faktor tersebut termasuk reputasi lembaga, pengalaman pribadi atau pengalaman orang lain, informasi yang diterima, umpan balik dari pengguna lain, dan persepsi tentang kualitas layanan. Kepercayaan nasabah menjadi faktor penting dalam hubungan mereka dengan lembaga keuangan. Nasabah yang memiliki kepercayaan tinggi terhadap bank atau layanan perbankan cenderung merasa

lebih nyaman, yakin, dan aman dalam menggunakan layanan tersebut. Kepercayaan yang tinggi juga dapat berkontribusi pada loyalitas nasabah dan kemungkinan untuk merekomendasikan bank kepada orang lain. Dalam upaya membangun dan mempertahankan kepercayaan nasabah, penting bagi lembaga keuangan untuk memberikan pengalaman positif, mengutamakan keamanan dan privasi data, menyediakan layanan yang andal, serta berkomunikasi dengan jelas dan transparan kepada nasabah tentang kebijakan, prosedur, dan manfaat yang mereka dapatkan.

Menurut pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), konsep kemudahan penggunaan merujuk pada sejauh mana seseorang meyakini bahwa menggunakan teknologi informasi adalah suatu tindakan yang tidak rumit dan tidak memerlukan upaya yang berlebihan. Beberapa tanda kemudahan penggunaan teknologi informasi termasuk pandangan bahwa teknologi tersebut mudah dipelajari, mampu menyelesaikan tugas-tugas yang diinginkan dengan lancar, dapat meningkatkan keterampilan individu dalam mengoperasikan teknologi, serta memiliki antarmuka yang mudah digunakan.

Dalam konteks layanan *mobile banking*, faktor kemudahan penggunaan memiliki signifikansi penting bagi nasabah karena memungkinkan mereka untuk merasakan fleksibilitas dalam hal waktu dan tempat, serta memungkinkan pelaksanaan transaksi keuangan kapan saja dan di mana saja yang diinginkan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Dahliani (2020) menyimpulkan bahwa fasilitas *mobile banking*, terutama dalam hal layanan yang memudahkan dan

menjaga kerahasiaan dana nasabah, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Kotabaru. Temuan ini menunjukkan bahwa nasabah mengapresiasi fitur-fitur yang disediakan oleh layanan *mobile banking* dan melihat nilai positif dalam penggunaannya. Dengan demikian, perusahaan dapat mengambil langkah-langkah yang tepat dalam meningkatkan dan memperluas fasilitas *mobile banking* guna memenuhi kebutuhan dan kepuasan nasabah secara lebih baik.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mario Ledesman (2018) di BSM cabang Bandar Jaya dengan melibatkan 78 responden menunjukkan adanya temuan yang menarik terkait pengaruh variabel terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa variabel manfaat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Dalam konteks ini, para nasabah mengakui nilai-nilai positif yang mereka peroleh dari penggunaan layanan tersebut, seperti kemudahan dan kepraktisan dalam melakukan transaksi perbankan. Namun, penelitian juga menyatakan bahwa variabel kepercayaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Meskipun kepercayaan menjadi faktor penting dalam hubungan antara nasabah dan bank, dalam konteks layanan *mobile banking*, faktor manfaat terbukti lebih dominan dalam memengaruhi minat nasabah. Oleh karena itu, hasil penelitian tersebut menyarankan bahwa perusahaan perbankan perlu lebih mempertimbangkan

peningkatan manfaat yang diberikan melalui layanan *mobile banking* agar dapat meningkatkan minat nasabah dalam menggunakannya.

Dalam era digital dan perkembangan teknologi informasi yang pesat, layanan perbankan melalui platform *mobile banking* telah menjadi pilihan yang populer bagi nasabah, termasuk pelaku *e-commerce*, dalam melakukan transaksi keuangan. Pada khususnya, bank syariah sebagai lembaga keuangan yang berbasis pada prinsip-prinsip syariah juga telah mengadopsi layanan *mobile banking* untuk memenuhi kebutuhan nasabah mereka yang semakin meningkat.

Di Daerah Istimewa Yogyakarta, sektor *e-commerce* telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Para pelaku *e-commerce* menjalankan bisnis mereka dengan mengandalkan transaksi elektronik, termasuk menggunakan layanan *mobile banking* untuk memfasilitasi pembayaran dan pengelolaan keuangan mereka. Oleh karena itu, pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah, khususnya para pelaku *e-commerce*, dalam menggunakan layanan *mobile banking* pada bank syariah menjadi sangat penting.

Manfaat, kepercayaan, dan kemudahan diidentifikasi sebagai faktor-faktor yang berpotensi memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* pada bank syariah. Namun, dalam konteks Daerah Istimewa Yogyakarta dan studi kasus pelaku *e-commerce*, belum ada penelitian yang secara khusus mengeksplorasi pengaruh ketiga faktor tersebut terhadap minat nasabah. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah

pengetahuan ini dan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana faktor-faktor tersebut berpengaruh pada minat nasabah.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi bank syariah dalam memahami preferensi dan kebutuhan nasabah mereka yang merupakan pelaku *e-commerce*. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi dasar bagi bank syariah dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif.

Selain itu, penelitian ini juga memberikan sumbangan pengetahuan dalam bidang studi pemasaran dan perbankan syariah. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah, baik manfaat, kepercayaan, maupun kemudahan, penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori dan pemahaman yang lebih luas tentang perilaku konsumen dalam konteks layanan perbankan syariah.

Dengan mempertimbangkan pentingnya topik ini dan kebutuhan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* pada bank syariah, penelitian ini menjadi relevan dan bernilai untuk dilakukan.

Peneliti tertarik mengangkat tema ini dikarenakan *mobile banking* sangat menguntungkan bagi nasabah bank, termasuk penghematan biaya, dan waktu serta manfaat yang didapatkan oleh nasabah bank tak terkecuali bagi para pelaku *e-commerce* dalam menawarkan maupun membeli produk di *marketplace*. Banyak dari pelaku *e-commerce* yang mempercayakan bank sebagai pihak ketiga sebagai salah satu metode pembayaran dalam transaksi

antar pelaku *e-commerce*. Namun sayangnya transaksi *mobile banking* pada *e-commerce* yang hanya diminati sejumlah 16,33 persen dari total seluruh metode pembayaran yang ada.

Berdasarkan fenomena di atas, maka peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh manfaat, kepercayaan, dan kemudahan yang diharapkan oleh nasabah dalam memilih layanan transaksi perbankan terhadap pengguna *mobile banking*, yang didukung oleh penelitian sebelumnya. Penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul: “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Pelaku *E-Commerce* di Daerah Istimewa Yogyakarta)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan apa yang telah dipaparkan pada pendapat dan teori-teori dari para ahli, dapat dibuat perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah manfaat berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* pada bank syariah?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* pada bank syariah?
3. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* pada bank syariah?

C. Tujuan Penelitian

Setelah memaparkan berbagai teori, untuk mencapai suatu hasil penelitian, maka dibuat tujuan-tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh manfaat terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* pada bank syariah.
2. Untuk menguji pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* pada bank syariah.
3. Untuk menguji pengaruh kemudahan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* pada bank syariah.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat secara teoritis

Dalam konteks teoritis, penelitian ini diharapkan memiliki nilai penting sebagai referensi bagi pembaca yang tertarik dalam bidang penelitian serupa. Hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Dengan demikian, penelitian ini berpotensi memberikan kontribusi dalam pengembangan teori dan pemahaman yang lebih luas mengenai perilaku nasabah dan penerapan layanan perbankan digital.

Selain itu, penelitian ini juga memberikan informasi dan masukan berharga bagi praktisi dan perusahaan perbankan dalam mengembangkan layanan *mobile banking* yang lebih efektif dan memenuhi kebutuhan

nasabah. Dengan memanfaatkan hasil penelitian ini, diharapkan dapat dilakukan pengembangan lebih lanjut di masa depan yang dapat memberikan manfaat yang lebih besar dalam meningkatkan pengalaman nasabah dan kepuasan mereka dalam menggunakan layanan perbankan.

2. Manfaat secara praktis

Dalam konteks praktis, penelitian ini diharapkan memiliki manfaat yang konkret dan dapat memberikan kegunaan bagi berbagai pihak yang terlibat. Pertama-tama, hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat langsung bagi penulisnya. Penulis akan memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang topik penelitian, serta meningkatkan keterampilan penelitian dan analisis data.

Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa, baik sebagai sumber referensi maupun sebagai sumber pengetahuan yang berguna dalam studi mereka. Informasi yang dihasilkan dari penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk penelitian lanjutan atau sebagai acuan dalam pengembangan tugas akhir. Tidak hanya itu, hasil penelitian ini juga diharapkan memiliki nilai penting bagi masyarakat umum, terutama bagi mereka yang memiliki kepentingan terkait topik penelitian ini. Informasi dan masukan yang diberikan melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi perusahaan, organisasi, atau pemerintah dalam pengambilan keputusan terkait pengembangan layanan *mobile banking*.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang nyata dan relevan bagi berbagai pemangku kepentingan yang terlibat dalam topik penelitian ini, serta berkontribusi dalam peningkatan pemahaman dan praktik di bidang tersebut.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan pemahaman yang komprehensif, penulis akan menguraikan sistematika pembahasannya sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Merupakan bagian yang memberikan konteks dan gambaran umum mengenai alasan pelaksanaan penelitian ini. Di dalamnya terdapat perumusan masalah yang menjelaskan persoalan yang akan dipecahkan, tujuan penelitian yang ingin dicapai, serta manfaat yang diharapkan dari penelitian ini.

BAB II Landasan Teori dan Kajian Pustaka

Bab ini berfungsi sebagai pendukung penelitian dengan menjelaskan dasar-dasar teori yang relevan dan relevan dengan topik penelitian. Bab ini juga mencakup tinjauan literatur terhadap penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik yang sama atau serupa, kerangka pemikiran yang digunakan sebagai landasan berpikir dalam penelitian, serta perumusan hipotesis yang akan diuji dalam penelitian.

BAB III Metode Penelitian

Menjelaskan secara rinci mengenai variabel yang menjadi fokus penelitian beserta definisi operasional yang digunakan. Bab ini juga mencakup jenis dan

sumber data yang digunakan, metode yang digunakan dalam pengumpulan data, serta analisis data yang akan dilakukan untuk menjawab tujuan penelitian.

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini merupakan bab yang berisi analisis data yang telah dikumpulkan. Hasil analisis data akan dianalisis dan dibahas sesuai dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, memberikan pemahaman terhadap temuan-temuan yang muncul dari data yang dianalisis.

BAB V Penutup

Bab ini adalah bab yang berisi kesimpulan yang diambil dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan tersebut merupakan jawaban terhadap perumusan masalah yang diajukan pada bab pendahuluan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan analisis data dan berbagai uji maka sampailah penelitian ini pada pengambilan sebuah kesimpulan. Adapun kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil analisis menggunakan uji t atau uji persial menunjukkan bahwa variabel Manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Minat Nasabah. Hal ini dibuktikan dengan hasil dari t hitung yang lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi yang memenuhi syarat atau lebih rendah dari taraf nilai maksimal (0,05). Hal ini menjelaskan bahwa indikator-indikator variabel manfaat yaitu manfaat *mobile banking* syariah dalam menambah pengetahuan, mempercepat waktu penggunaan, mempermudah penggunaan dan peparuh pada tingkat kinerja dapat mempengaruhi minat nasabah (pelaku *e-commerce*) secara signifikan. Hal ini menjadi pertimbangan bagi perbankan syariah untuk menambah nilai manfaat pada layanan *mobile banking* bank syariah agar dapat meningkatkan minat para pelaku *e-commerce*.
2. Hasil analisis menggunakan uji t atau uji persial menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap variabel Minat Nasabah. Hal ini dibuktikan dengan hasil dari t hitung yang lebih kecil dari t tabel dan nilai signifikansi yang tidak memenuhi syarat atau lebih besar dari taraf nilai maksimal (0,05). Hal ini menjelaskan bahwa indikator-indikator variabel

kepercayaan yaitu kehandalan layanan, kepedulian terhadap nasabah dan kredibilitas lembaga yang ada tidak dapat mempengaruhi minat nasabah (pelaku *e-commerce*) secara signifikan. Hal ini menjadi pertimbangan bagi perbankan syariah untuk terus menambah kualitas yang dapat mendorong tingkat kepercayaan atau mempertimbangkan faktor-faktor lain dalam hal kepercayaan yang dapat mendorong minat para pelaku *e-commerce* dalam menggunakan layanan *mobile banking* bank syariah. Karena berdasarkan hasil analisis pada indikator kepercayaan yang diteliti dalam penelitian ini terbukti tidak dapat memberikan pengaruh secara signifikan.

3. Hasil analisis menggunakan uji t atau uji persial menunjukkan bahwa variabel Kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Minat Nasabah. Hal ini dibuktikan dengan hasil dari t hitung yang lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi yang memenuhi syarat atau sangat rendah dibanding taraf nilai maksimal (0,05). Hal ini menjelaskan bahwa indikator-indikator variabel kemudahan yaitu kemudahan dan fleksibilitas penggunaan dapat mempengaruhi minat nasabah (pelaku *e-commerce*) secara signifikan. Hal ini menjadi pertimbangan bagi perbankan syariah untuk terus mempertahankan layanan yang mudah digunakan pada *mobile banking* bank syariah.
4. Hasil analisis menggunakan uji f atau uji simultan menunjukkan bahwa variabel Manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Minat Nasabah. Hal ini dibuktikan dengan hasil dari f hitung yang lebih besar dari f tabel

dan nilai signifikansi yang memenuhi syarat atau sangat rendah dibanding taraf nilai maksimal (0,05). Hal ini menjelaskan bahwa secara bersama-sama faktor manfaat, kepercayaan dan kemudahan yang dipadukan terbukti dapat mempengaruhi minat nasabah (pelaku *e-commerce*) secara signifikan. Hal ini menjadi pertimbangan bagi perbankan syariah untuk menghadirkan ketiga faktor tersebut pada layanan *mobile banking* bank syariah agar dapat menarik minat nasabah khususnya nasabah yang merupakan para pelaku *e-commerce*.

5. Hasil analisis data menunjukkan adanya tingkat hubungan korelasi yang kuat antara variabel Manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan dengan variabel Minat Nasabah yang terletak pada nilai interval koefisien korelasi yang kuat yaitu pada interval 0,60 – 0,799. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan secara bersama-sama memiliki pengaruh sebesar 54,6% terhadap Minat Nasabah. Artinya, variabel-variabel tersebut menjelaskan sekitar 54,6% variasi dalam Minat Nasabah menggunakan layanan *mobile banking* pada bank syariah.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Manfaat dan Kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Nasabah, sedangkan Kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan. Namun, secara bersama-sama ketiga variabel tersebut memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Minat Nasabah. Temuan ini memberikan informasi penting bagi bank syariah dalam meningkatkan Minat Nasabah dengan memperhatikan aspek Manfaat dan Kemudahan yang diberikan layanan *mobile banking* mereka.

Kesimpulannya, penelitian tentang Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pelaku *e-commerce* di Daerah Istimewa Yogyakarta) sebanyak 54,6% berpengaruh.

B. Keterbatasan

Dalam penelitian ini, penulis menyadari bahwa tidak ada satupun penelitian yang benar-benar sempurna. Tentu saja setiap penelitian pasti terdapat beberapa keterbatasan dalam prosesnya. Berikut adalah beberapa keterbatasan yang ada pada penelitian ini:

1. Generalisasi: Keterbatasan ini berkaitan dengan generalisasi hasil penelitian. Studi kasus yang dilakukan di Daerah Istimewa Yogyakarta pada pelaku *e-commerce* mungkin tidak dapat mewakili populasi nasabah bank syariah di wilayah lain atau populasi nasabah secara keseluruhan pada semua jenis profil, profesi atau pekerjaan.
2. Ukuran Sampel: Ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini juga menjadi keterbatasan. Dimana penelitian ini hanya menggunakan sampel dari 100 responden yaitu para pelaku *e-commerce* di Daerah Istimewa Yogyakarta. Jika jumlah responden atau partisipan dalam penelitian terbatas, dapat mempengaruhi validitas dan representativitas temuan. Semakin besar ukuran sampel yang digunakan, semakin kuat pula dasar statistik untuk mengeneralisasi hasil.

3. Ketergantungan pada Data Primer: Penelitian ini mengandalkan data primer yang diperoleh melalui survei atau kuesioner dimana penyebarannya dilakukan secara online. Ini dapat menjadi keterbatasan jika responden tidak memberikan informasi yang akurat atau jika terjadi bias dalam pengumpulan data. Terlebih lagi penelitian ini tidak dilakukan melalui wawancara secara langsung, sehingga peneliti tidak dapat mendampingi dan mengawasi responden saat pengisian kuesioner.
4. Keterbatasan Waktu dan Sumber Daya: Keterbatasan waktu dan sumber daya yang tersedia dapat membatasi ruang lingkup penelitian. Dalam penelitian ini, waktu dan sumber daya yang diberikan terbatas, sehingga tidak mungkin untuk mengumpulkan data dan jumlah responden yang benar-benar sangat kuat atau melibatkan variasi yang luas dalam faktor-faktor yang diteliti.
5. Faktor Eksternal: Penelitian juga dapat terpengaruh oleh faktor-faktor eksternal yang sulit dikendalikan. Misalnya, dalam penelitian ini, perkembangan teknologi, preferensi nasabah, atau kondisi ekonomi dapat mempengaruhi minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*. Faktor-faktor ini harus diakui sebagai potensi keterbatasan penelitian.

C. Saran

Pada bagian ini, penulis ingin memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait dalam penelitian ini. Adapun saran tersebut antara lain:

1. Bagi Perbankan Syariah

- a. Bank syariah perlu memperhatikan dan meningkatkan Manfaat yang dapat dirasakan oleh nasabah melalui layanan *mobile banking* mereka. Memperluas fitur-fitur yang disediakan, menyediakan kemudahan akses, dan memastikan bahwa layanan tersebut benar-benar memberikan manfaat yang relevan bagi para nasabah, terutama pelaku *e-commerce*.
- b. Penting bagi bank syariah untuk terus membangun dan memperkuat Kepercayaan nasabah terhadap layanan *mobile banking*. Ini dapat dilakukan melalui transparansi dalam pengelolaan keuangan, keamanan data yang terjamin, dan memberikan pelayanan yang responsif dan berorientasi pada kebutuhan nasabah. Meningkatkan kepercayaan nasabah dapat menjadi kunci dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelaku *e-commerce*.
- c. Bank syariah juga perlu fokus pada kemudahan akses dan penggunaan layanan *mobile banking* mereka. Mereka harus memastikan pengalaman penggunaan yang mudah dimengerti, antarmuka yang simpel dan sederhana serta akses yang bisa digunakan kapan pun dan dimana pun. Akses layanan yang memudahkan atau mudah digunakan akan membantu meningkatkan kepuasan nasabah dan menumbuhkan minat pelaku *e-commerce* pada layanan *mobile banking* bank syariah.
- d. Penting bagi bank syariah untuk terus melakukan pemantauan dan evaluasi terhadap layanan *mobile banking* yang ada. Ini akan membantu

dalam mengidentifikasi area-area perbaikan dan mengadaptasi layanan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelaku *e-commerce*. Mengadopsi inovasi teknologi terkini dan menjaga kualitas secara konsisten akan memperkuat minat dan kepercayaan nasabah.

- e. Terakhir, kolaborasi dengan pelaku *e-commerce* dan pemangku kepentingan lainnya juga perlu diperkuat. Melibatkan mereka dalam proses pengembangan dan evaluasi layanan *mobile banking* dapat membantu bank syariah dalam menyediakan solusi yang lebih relevan dan efektif bagi para pelaku *e-commerce*.

2. Bagi Peneliti

Dalam penelitian selanjutnya sebaiknya perlu menggunakan variabel independen dan indikator-indikator di dalamnya berdasarkan dengan informasi-informasi terbaru yang relevan. Sebagaimana kita ketahui bahwa industri teknologi digital terus berubah dan berkembang seiring dengan berjalannya waktu dan revolusi industri teknologi. Termasuk perkembangan dunia perbankan syariah secara digital melalui *mobile banking*, sehingga penelitian yang didapat akan selalu sesuai dengan kondisi dan perkembangan yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisasmita, R. (2005). *Dasar-Dasar Ekonomi Wilayah*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Al Fian, J., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(6), 1-18.
- Anshori, M., & Iswati, S. (2009). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press (AUP).
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) (2023). *Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang*, (Jakarta: Author). Retrieved from <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>.
- Badan Pusat Statistik (2021). *Statistik E-Commerce 2021*, (Jakarta: Author). Retrieved from <https://www.bps.go.id/publication/2021/12/17/667821e67421afd2c81c574b/statistik-e-commerce-2021.html>.
- Dahliani (2020). *Efektivitas Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Kotabaru*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Antasari.
- Darmawan, Z. C., & Ridlwan, A. A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Al-Tijary: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(2), 107- 115.

Datanesia (2022, July 28). *10 Wilayah E-Commerce Terbesar di Indonesia*.

Retrieved March 2023, 24, from <https://datanesia.id/10-wilayah-e-commerce-terbesar-di-indonesia/>.

Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-339.

Dinas Perpustakaan Dan Arsip Daerah DIY (2018, March 1). *Sejarah Singkat Daerah Istimewa Yogyakarta*. Retrieved May 2023, 2, from <http://dpad.jogjaprovo.go.id/article/news/vieww/sejarah-singkat-daerah-istimewa-yogyakarta-1482>.

Fernos, J., & Alfadino, M. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Pada Pt. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Koto Baru, Dharmasraya. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 16(2), 115-125.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Harlan, D. (2014). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Risiko Persepsian Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking Pada Umkm di Kota Yogyakarta*. Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta.

Idris, M., & Trihantana, R. (2016). Analisis Mutu Layanan Electronic Delivery Channel Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bni Syariah). *Jurnal Nisbah*, 2(1), 160-166.

- Ikatan Bankir Indonesia (2014). *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Iriani, A. F. (2018). Minat Nasabah Dalam Penggunaan *Mobile Banking* Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo. *DINAMIS: Journal of Islamic Management and Bussines*, 2(2), 99-111.
- Ismail (2016). *Perbankan Syariah*, Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kasmir (2009). *Bank dan Lembaga Keuangan lainnya*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kominfo) (2017). *Sistem E-Commerce dan Perlindungan Konsumen*, (Jakarta Pusat: Author). Retrieved from <https://aptika.kominfo.go.id/2017/06/sistem-e-commerce-dan-perlindungan-konsumen/>
- Ledesman, M. (2018). *Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Pada BSM Cabang Bandar Jaya)*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan.
- Marlizar, Irmas, F., Nurmala, & Lisnawati (2020). Analisis Resiko, Manfaat Dan Kemudahan Pengguna Serta Dampaknya Pada Kepercayaan Nasabah Dalam Menggunakan SMS Banking Pt. Bank Aceh Syariah Banda Aceh. *LENTERA: Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 2(2), 75-94.
- Mukhtisar, Tarigan, I. R. R., & Evriyenni (2021). Pengaruh Efisiensi, Keamanan dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan

- Mobile Banking* (Studi pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh). *JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 3(1), 56-72.
- Mulawarman, A. D., & Muzir, I. R. (2006). *Menyibak Akuntansi Syariah: Rekonstruksi Teknologi Akuntansi Syariah dari Wacana ke Aksi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Mundir, A., & Hayati, L. N. (2021). Pengaruh Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Syari'ah KCP Malang Pandaan Kabupaten Pasuruan. *Malia: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(2), 243-256.
- Nisa, D. D., Ariyani, T. S., & Oktaviani, K. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menggunakan Layanan Internet Banking Mandiri. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 73-89.
- Nurdin, Ningrum R., Bachmid, S., & Jalil, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Di Bank Mega Syariah Cabang Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 3(1), 31-45.
- Rema, Y. O. L., & Setyohadi, D. B. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan *Mobile Banking* Studi Kasus: Bri Cabang Bajawa. *Seminar Riset Teknologi Informasi (SRITI)*, 114-122.
- Riduwan. (2005). *Skala Pengukuran Variable Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Riswandi, B. A. (2005). *Aspek Hukum Internet Banking*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

- Rizky, N., Yasa, N. P., & Wahyuni, M. A. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Dalam Bertransaksi Pada Umkm Di Kecamatan Buleleng. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, 9(3), 191-202.
- Rofiq, A. (2007). *Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce (Studi Pada Pelanggan E-Commerce di Indonesia)*. Tesis, Universitas Brawijaya.
- Saleh, A. R., & Wahab, M. A. (2004). *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Prespektif Islam*. Jakarta: Kencana.
- Sarofah, I. F., & Hariadi, S. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Surabaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 7(2), 4425-4437.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (Eds.) (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siagian, D., & Sugiarto (2006) *Metode statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar, S. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.

- Tirtana, I., & Sari, S. P. (2014). Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking*. *Seminar Nasional dan Call for Paper Program Studi Akuntansi-Feb Ums*, 671-688.
- Wibiadila, I. (2016). *Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Risiko, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking (Survei Pada Nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Solo)*. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Widjana, M. A. (2010). *Determinan Faktor Penerimaan terhadap Internet Banking pada Nasabah Bank di Surabaya*. Tesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas.

