

**PENGARUH MANFAAT, KEMUDAHAN TRANSAKSI, KEPERCAYAAN
DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BERKELANJUTAN
DALAM MENGGUNAKAN *M-BANKING* BSI**



bin

SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA
STRATA SATU (S1)**

Oleh:

Vannesa Tsamrotul Izza Wardani

NIM: 20108020086

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

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

YOGYAKARTA

2024

**PENGARUH MANFAAT, KEMUDAHAN TRANSAKSI, KEPERCAYAAN
DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BERKELANJUTAN
DALAM MENGGUNAKAN *M-BANKING* BSI**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA
STRATA SATU (S1)**

Oleh:

Vannesa Tsamrotul Izza Wardani

NIM: 20108020086

Dosen Pengampu:

Fitri Zaelina, S.E.I., M.E.K.

NIP : 19920418 201903 2 015

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

2024

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI



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-1415/Un.02/DEB/PP.00.9/08/2025

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH MANFAAT, KEMUDAHAN TRANSAKSI, KEPERCAYAAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BERKELANJUTAN DALAM MENGGUNAKAN M-BANKING BSI

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : VANNESA TSAMROTUL IZZA WARDANI
Nomor Induk Mahasiswa : 20108020086
Telah diujikan pada : Kamis, 14 Agustus 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : B+

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Fitri Zaelina, S.E.I., M.E.K
SIGNED

Valid ID: 68abeff8d12b1



Penguji I

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

Valid ID: 68a81d91614f9



Penguji II

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

Valid ID: 68a83e0d0036f



Yogyakarta, 14 Agustus 2025
UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA.
SIGNED

Valid ID: 68abef7009418

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di - Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Vannesa Tsamrotul Izza Wardani

NIM : 20108020086

Judul Skripsi : Pengaruh Manfaat, Kemudahan Transaksi, Kepercayaan dan

Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking
Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus : Kabupaten Jombang)


Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Program
Studi Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang ilmu Eko

nomi.

Dengan ini saya berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera
dimunaqsyahkan. Atas perhatian saya ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 14 Maret 2025

Pembimbing,


Fitri Zaefina, S.E.I., M.E.K
NIP : 19920418 201903 2 015

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vannesa Tsamrotul Izza Wardani
NIM : 20108020086
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah
Alamat Rumah : Kendalsari, Sumobito, Jombang
No. HP : 081335543335
Judul Skripsi : Pengaruh Manfaat, Kemudahan Transaksi, Kepercayaan
dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Bank
Syariah Indonesia (Studi Kasus: Kabupaten Jombang)

Menyatakan bahwasannya naskah skripsi yang saya ajukan merupakan hasil dari penelitian yang saya tulis sendiri kecuali pada beberapa aspek yang saya gunakan sebagai rujukan informasi yang dibenarkan secara ilmiah. Apabila di masa mendatang terbukti bahwa naskah skripsi tersebut bukan hasil dari kepenulisan saya sendiri, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai ketentuan yang berlaku. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 14 Maret 2025

Saya yang menyatakan,



Vannesa Tsamrotul Izza Wardani

NIM. 20108020086

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIK**

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vannesa Tsamrotul Izza Wardani
NIM : 20108020086
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Hak Milik Bebas Non Eksklusif (Non Eksklusif Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya berjudul:

“Pengaruh Manfaat, Kemudahan Transaksi, Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus: Kabupaten Jombang)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama mencantumkan nama saya sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 14 Maret 2025



Vannesa Tsamrotul Izza Wardani
20108020086

HALAMAN MOTTO

“Sesibuk apapun kamu, jangan lupa Sholat”

-MAMA-

“Hidup adalah suatu perjuangan, maka berjuanglah untuk hidup”

-AYAH-



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur, saya persembahkan skripsi ini kepada kedua orang tua tercinta, yang selalu menjadi sumber kekuatan dan inspirasi dalam setiap langkah kehidupan saya. Terima kasih atas doa, kasih sayang, pengorbanan, serta dukungan tanpa batas yang telah diberikan sejak awal hingga saat ini. Segala pencapaian yang saya raih tidak lepas dari doa tulus dan usaha yang mereka curahkan demi masa depan saya.

Skripsi ini juga saya persembahkan untuk adik tercinta, yang selalu menjadi penyemangat dalam perjalanan hidup saya. Semoga keberhasilan ini dapat menjadi motivasi bagi kita semua untuk terus berjuang meraih impian. Terima kasih atas kebersamaan, canda tawa, dan dukungan yang telah diberikan.

Semoga karya sederhana ini menjadi bukti kecil dari usaha dan doa yang telah diberikan, serta menjadi awal dari pencapaian yang lebih baik di masa depan.

Terima kasih atas cinta dan pengorbanan yang tiada henti. Skripsi ini saya persembahkan sebagai ungkapan terima kasih yang tak terhingga untuk kalian.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN

Transliterasi adalah pengalihan tulisan dari satu bahasa ke dalam tulisan bahasa lain. Dalam skripsi ini transliterasi yang dimaksud adalah pengalihan tulisan Bahasa Arab ke Bahasa Latin. Penulisan Transliterasi Arab-Latin dalam skripsi ini menggunakan transliterasi berdasarkan surat Keputusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543 b/U/1987. Secara garis besar uraiannya adalah sebagai berikut:

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	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	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es

ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Ṣad	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa'	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa'	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	W
هـ	Ha'	H	Ha
ء	Hamza h	‘	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena Syahddah Ditulis Rangkap




متعقدين	Ditulis	<i>muta'qqidin</i>
عدّة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. Ta' Marbutah

Semua ta'marbutah ditulis dengan h, baik berada pada kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang "al"). ketentuan ini tidak diperlakukan bagi kata-kata arab yang sudah terserap dalam bahasa indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

هبة	Ditulis	<i>hibah</i>
جزية	Ditulis	<i>jizyah</i>
نعمة الله	Ditulis	<i>ni'matullah</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

 Contoh: ضَرَبَ	Fathah	Ditulis	a <i>daraba</i>
 Contoh: فَهِمَ	Kasrah	Ditulis	i <i>Fahima</i>
 Contoh: كُتِبَ	Dammah	Ditulis	u <i>kutiba</i>

E. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif Contoh: جاهلية	Ditulis	ā (garis di atas) <i>jāhiliyyah</i>
2.	Fathah + alif maqṣūr Contoh: يسي	Ditulis	ā (garis di atas) <i>yas'ā</i>
3.	Kasrah + ya mati Contoh: مجيد	Ditulis	ī (garis di atas) <i>majīd</i>
4.	Dammah + wawu mati Contoh: فرود	Ditulis	ū (garis di atas) <i>furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya mati Contoh: بينكم	Ditulis	ai <i>bainakum</i>
2.	Fathah + wawu mati Contoh: قول	Ditulis	au <i>qaul</i>

G. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata, dipisahkan dengan apostrof

انتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
اعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif+Lam

1. Bila diikuti huruf qamariyah ditulis al-

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

2. Bila diikuti dengan huruf syamsiyyah, ditulis sama dengan huruf qamariyah

الشمس	Ditulis	<i>al-syams</i>
السماء	Ditulis	<i>al-samā'</i>

I. Penyusunan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

ذوى الفرد	Ditulis	<i>ẓawī al-furud</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl al-sunnah</i>

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillahirrabbi a'lam, puji syukur kehadiran Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, dengan limpahan nikmat dan karunia yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi dengan judul “PENGARUH MANFAAT, KEMUDAHAN TRANSAKSI, KEPERCAYAAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BERKELANJUTAN DALAM MENGGUNAKAN M-BANKING BSI” dapat tersusun sesuai harapan. Tugas Akhir Skripsi dapat diselesaikan tidak lepas dari bantuan dan kerjasama dengan berbagai pihak. Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Noorhaidi, M.A., M.Phil., Ph.D. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.SI., AK., CA., ACPA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dr. Jeihan Ali Azhar, S.Si,M.E.I selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah, yang telah membimbing, memotivasi, mengarahkan, dan memberi semangat untuk penulis menyelesaikan skripsi yang sangat berkualitas.
4. Ibu Fitri Zaelina S.E.I.,M.E.K selaku dosen pembimbing akademik dan juga pembimbing skripsi yang telah membimbing, memotivasi, mengarahkan, dan memberi semangat untuk penulis menyelesaikan skripsi yang sangat berkualitas.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga. Terkhusus program studi Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmu dan telah mengajarkan kami serta memberikan pengetahuan dan wawasan yang

luas.

6. Seluruh Karyawan dan Staff Tata Usaha yang telah memberikan bantuan selama menempuh pendidikan.
7. Seluruh Masyarakat di Kabupaten Jombang yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
8. Teruntuk Vannesa Tsmarotul Izza Wardani, terimakasih sudah kuat, sudah hebat, sudah bisa bangkit dari segala hal yang membuatmu patah disaat proses pengerjaan skripsi ini dan menjadikanmu lebih dewasa dan menjadi belajar apa itu arti kehidupan yang sesungguhnya.
9. Teruntuk orang tua tercinta, Bapak Fatchurohman Yusro dan Ibu Eni Sustiyoningsih yang telah membesarkan penulis dengan penuh kasih sayang, doa, semangat dan telah menjadi sumber segalanya sampai saat ini kepada saya agar selalu bisa memberikan yang terbaik..
10. Teruntuk Adikku, Tivany Hanna Pratiwi yang telah menjadi support system saya selama proses penulisan skripsi ini dan juga telah banyak membantu baik secara moril dan tidak.
11. Untuk Sepupuku, Rajwa Faadia Yusro yang telah menemani saya dalam suka maupun duka dan menjadi saksi bertumbuhnya saya hingga saat ini. Terima kasih atas segala hiburannya bantuan, waktu, support, dan kebaikan yang telah diberikan kepada penulis selama ini.
12. Kepada keluarga besar, khususnya Mbah Latifah yang selalu memberikan dukungan baik dari segi moral maupun material serta doa yang tidak pernah putus kepada saya, sehingga penyusunan ini berjalan dengan baik
13. Teruntuk temanku Susan yang selalu memberikan support hingga akhir proses skripsi, semoga diberikan Kesehatan dan terimakasih selalu ada ditengah perantauan.

14. Seluruh teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga, terkhusus teman-teman Perbankan Syariah 2020 yang mendukung dan berjuang bersama.
15. Seluruh pihak yang terlibat dalam penelitian dan penyusunan skripsi yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Semoga seluruh bantuan dan kebaikan seluruh pihak menjadi amal Ṣāliḥ yang diterima di sisi-Nya dan memperoleh imbalan yang jauh lebih baik dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan oleh penulis. Semoga tulisan sederhana ini dapat membantu dan memberikan manfaat bagi seluruh pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 14 Maret 2025

Penulis



Vannesa Tsamrotul Izza Warani

20108020086

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN	ix
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xx
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxii
ABSTRAK.....	xxiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	15
C. Tujuan Penelitian	16
D. Manfaat Penelitian	16
1. Bagi Penulis	16
2. Bagi embaga (Bank)	17
E. Sistematika Pembahasan	17
BAB II.....	18
LANDASAN TEORI.....	18
A. Kerangka Teori	18
B. Tinjauan pustaka.....	31
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	31
C. Kerangka Teoritik	36
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	37
D. Pengembangan Hipotesis.....	37
BAB III	42
METODOLOGI PENELITIAN.....	42
A. Desain Penelitian	42
B. Populasi dan Sampel	42

C. Data, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	44
1. Data dan Sumber Data	44
2. Teknik Pengumpulan Data.....	45
Tabel 3.1 Skor Skala Likert	46
D. Definisi Opeasional Variabel.....	46
E. Teknik Analisis Data.....	49
BAB IV	53
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	53
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	53
Gambar 4.1 Peta Kabupaten Jombang	54
Tabel 4.1 Luas Area dan Jumlah Penduduk di Kabupaten Jombang	55
B. Gambaran Umum Responden	55
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.4 Data Responden Pengguna BSI Berdasarkan Domisili	57
Tabel 4.5 Data Responden Pengguna BSI	59
Berdasarkan Pendidikan.....	59
Tabel 4.6 Data Responden Pengguna BSI Berdasarkan Pekerjaan.....	59
Tabel 4.7 Responden Nasabah Bank Syariah	60
berdasarkan Jumlah Pendapatan Per Bulan	60
Tabel 4.8 Karakteristik Nasabah Bank Syariah Berdasarkan Lama Pemakaian.....	61
C. Hasil Penelitian	62
Gambar 4.2 Output Model Pengukuran	62
Tabel 4.9 Hasil Nilai <i>Outer Loading</i>	63
Tabel 4.10 Hasil nilai Average Variance Extrancted (AVE)	64
Tabel 4.11 Hasil Nilai <i>Cross loading</i>	65
Tabel 4.12 Hasil Nilai Cronbach's Alpha dan Composite	67
Reliability.....	67
Gambar 4.3 Output <i>Inner Model</i>	67
Tabel 4.13 Hasil Nilai <i>R-Square</i>	68
Tabel 4.14 Hasil <i>Path Coefficients</i>	69
D. Pembahasan (dibuat tabel elaborasi dari x1-x4)	70
Tabel 4.15 Item Pernyataan Variabel Manfaat dan Frekuensi Jawaban	71
Tabel 4.16 Item Pernyataan Variabel Kemudahan Transaksi dan Frekuensi Jawaban.....	77
Tabel 4.17 Item Pernyataan Variabel Kepercayaan dan Frekuensi Jawaban.....	80
Tabel 4.18 Item Pertanyaan Variabel Kualitas Layanan dan Frekuensi Jawaban.....	84

BAB V	86
PENUTUP	86
A. Kesimpulan	86
B. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN	102
LAMPIRAN 2 DATA JAWABAN KUESIONER	109
LAMPIRAN 3 DATA RESPONDEN	124
LAMPIRAN 4 HASIL OUTER MODEL	127
LAMPIRAN 5 HASIL OUTER MODEL	128
LAMPIRAN 6 HASIL <i>AVE</i>	129
LAMPIRAN 7 HASIL <i>CROSS LOADING</i>	129
LAMPIRAN 8 HASIL Uji REALIBILITAS	130
LAMPIRAN 9 HASIL <i>INNER MODEL</i>	131
LAMPIRAN 10 HASIL <i>R-SQUARE</i>	131
LAMPIRAN 11 HASIL <i>PATH COEFFICIENTS</i>	131
LAMPIRAN 12 BIODATA PENELITI	132



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Skor Skala Likert	46
Tabel 4.1 Luas Area dan Jumlah Penduduk di Kabupaten Jombang	55
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.4 Data Responden Pengguna BSI Berdasarkan Domisili	57
Tabel 4.5 Data Responden Pengguna BSI	59
Berdasarkan Pendidikan.....	59
Tabel 4.6 Data Responden Pengguna BSI Berdasarkan Pekerjaan.....	59
Tabel 4.7 Responden Nasabah Bank Syariah	60
berdasarkan Jumlah Pendapatan Per Bulan	60
Tabel 4.8 Karakteristik Nasabah Bank Syariah Berdasarkan Lama Pemakaian.....	61
Tabel 4.9 Hasil Nilai <i>Outer Loading</i>	63
Tabel 4.10 Hasil nilai Average Variance Extrancted (AVE)	64
Tabel 4.11 Hasil Nilai <i>Cross loading</i>	65
Tabel 4.12 Hasil Nilai Cronbach's Alpha dan Composite	67
Reliability.....	67
Tabel 4.13 Hasil Nilai <i>R-Square</i>	68
Tabel 4.14 Hasil <i>Path Coefficients</i>	69
Tabel 4.15 Item Pernyataan Variabel Manfaat dan Frekuensi Jawaban	71
Tabel 4.16 Item Pernyataan Variabel Kemudahan Transaksi dan Frekuensi Jawaban.....	77
Tabel 4.17 Item Pernyataan Variabel Kepercayaan dan Frekuensi Jawaban.....	80
Tabel 4.18 Item Pertanyaan Variabel Kualitas Layanan dan Frekuensi Jawaban.....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 4.1 Peta Kabupaten Jombang.....	54
Gambar 4.2 Output Model Pengukuran.....	62
Gambar 4.3 Output <i>Inner Model</i>	67



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN	102
LAMPIRAN 2 DATA JAWABAN KUESIONER	109
LAMPIRAN 3 DATA RESPONDEN	124
LAMPIRAN 4 HASIL OUTER MODEL	127
LAMPIRAN 5 HASIL OUTER MODEL	128
LAMPIRAN 6 HASIL <i>AVE</i>	129
LAMPIRAN 7 HASIL <i>CROSS LOADING</i>	129
LAMPIRAN 8 HASIL UJI REALIBILITAS	130
LAMPIRAN 9 HASIL <i>INNER MODEL</i>	131
LAMPIRAN 10 HASIL <i>R-SQUARE</i>	131
LAMPIRAN 11 HASIL <i>PATH COEFFICIENTS</i>	131
LAMPIRAN 12 BIODATA PENELITI	132



ABSTRAK

Perkembangan digitalisasi perbankan mempermudah transaksi, tetapi juga meningkatkan risiko keamanan seperti peretasan yang dapat menurunkan kepercayaan nasabah. Bank Syariah Indonesia (BSI) menghadapi tantangan dalam menjaga keamanan dan kualitas layanan mobile banking. Penelitian ini menganalisis pengaruh manfaat, kemudahan transaksi, kepercayaan, dan kualitas layanan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan mobile banking BSI. Dengan metode kuantitatif dan kuesioner yang melibatkan 104 responden di Kabupaten Jombang, data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat, sementara manfaat dan kemudahan transaksi tidak berpengaruh signifikan. Oleh karena itu, peningkatan adopsi mobile banking dapat didorong melalui penguatan sistem keamanan, peningkatan transparansi, serta optimalisasi layanan pelanggan guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna. Penelitian ini berkontribusi dalam pengembangan strategi layanan perbankan digital yang lebih efektif sesuai kebutuhan nasabah.

Kata Kunci: Mobile Banking, Manfaat, Kemudahan Transaksi, Kepercayaan, Kualitas Layanan, Minat Pengguna

ABSTRACT

The development of banking digitalization facilitates transactions but also increases security risks, such as hacking, which can reduce customer trust. Bank Syariah Indonesia (BSI) faces challenges in maintaining the security and quality of its mobile banking services. This study analyzes the influence of benefits, transaction ease, trust, and service quality on public interest in using BSI mobile banking. Using a quantitative method and questionnaires involving 104 respondents in Jombang Regency, the data were analyzed using multiple linear regression with SmartPLS. The results show that trust and service quality significantly influence public interest, while benefits and transaction ease do not have a significant effect. Therefore, increasing mobile banking adoption can be driven by strengthening security systems, enhancing transparency, and optimizing customer service to improve user satisfaction and loyalty. This study contributes to the development of more effective digital banking service strategies tailored to customer needs.

Keywords: *Mobile Banking, Benefits, Transaction Ease, Trust, Service Quality, User Interest*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi informasi telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan manusia saat ini, dimana perannya semakin dominan dan dibutuhkan dalam aktivitas sehari-hari. Seiring dengan kemajuan teknologi, perhatian dari berbagai pihak terhadap perkembangannya pun semakin meningkat. Tidak dapat disangkal bahwa teknologi membawa dampak yang besar bagi kehidupan manusia, baik dalam aspek positif maupun negatif. Disatu sisi, teknologi mempermudah aktivitas dan meningkatkan efisiensi, namun di sisi lain, juga dapat menimbulkan tantangan yang perlu diantisipasi. Terutama setelah pandemi *Covid-19* melanda dunia, kita dituntut untuk beradaptasi dan semakin akrab dengan teknologi yang menjadikannya sebagai bagian penting dalam berbagai aspek kehidupan. Salah satu contohnya adalah teknologi berbasis komputer, yang mampu meningkatkan efisiensi serta efektivitas dalam bekerja, sekaligus memberikan kemudahan bagi manusia di berbagai sektor (Kasemin, 2016).

Di Indonesia perkembangan teknologi dapat dirasakan dengan jelas seiring dengan pertumbuhannya yang terus berlanjut. Meskipun, sebagai negara berkembang kemajuan teknologi di Indonesia tidak secepat di negara maju, namun peningkatan penggunaan teknologi khususnya dalam akses jaringan internet menunjukkan tren yang terus meningkat dari waktu ke waktu. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) Indonesia

mengalami peningkatan dalam penggunaan internet terlebih setelah adanya pandemi *covid-19*. Pertumbuhan dan perkembangan ini terjadi di berbagai sektor, salah satunya dalam bidang perekonomian, yang mengalami transformasi signifikan seiring dengan kemajuan teknologi. Dalam 10 tahun terakhir, perkembangan *e-commerce*, *e-wallet*, dan *digital banking* telah menunjukkan peningkatan yang sangat pesat, memberikan kemudahan dalam transaksi serta mengubah cara masyarakat dalam berbelanja, bertransaksi, dan mengelola keuangan secara digital. Kemunculan berbagai inovasi dalam transaksi digital telah membawa perubahan signifikan dalam pola perilaku masyarakat. Jika sebelumnya mereka lebih nyaman melakukan transaksi secara langsung, kini semakin banyak yang beralih menggunakan layanan *online* karena kemudahan, kecepatan, dan efisiensi yang ditawarkan oleh teknologi digital dalam berbagai aspek kehidupan. Dikarenakan layanan online lebih efisien dan mudah dijangkau oleh masyarakat dalam melakukan kegiatan sehari-hari dengan mudah. Konsumen dapat memilih produk sesuai kebutuhan dengan kualitas yang menjadi faktor penting dalam menentukan pilihan. Produk dengan kualitas baik dapat memberikan kepuasan tersendiri kepada penggunaanya (Isnawati, 2020).

Menurut survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah penduduk Indonesia yang telah terhubung dengan internet pada tahun 2024 mengalami peningkatan yang signifikan. Tercatat sebanyak 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa pada tahun 2023 telah mengakses internet, menunjukkan bahwa penetrasi internet di

Indonesia terus berkembang pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan akan konektivitas digital dalam berbagai aspek aktivitas manusia. Temuan ini juga menunjukkan berbagai alasan yang mendasari penggunaan internet oleh para responden. Dari seluruh responden yang telah beradaptasi dengan penggunaan internet, sebanyak 79,5% menyatakan bahwa alasan utama mereka adalah untuk mengakses layanan keuangan secara *daring*, yang mencerminkan semakin tingginya ketergantungan masyarakat terhadap teknologi digital dalam melakukan transaksi dan pengelolaan keuangan.

Dalam memanfaatkan layanan internet, masyarakat tentu memiliki alasan yang didasarkan pada kebutuhan dan kegunaannya masing-masing. Setiap individu memiliki pertimbangan tersendiri dalam menggunakan internet, yang menunjukkan bahwa berbagai aktivitas kini dapat dilakukan secara *daring*. Hal ini juga dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang berasal dari lingkungan eksternal maupun faktor internal yang mendorong individu untuk semakin bergantung pada teknologi digital.. Beberapa faktor tersebut kemudian akan melahirkan niat dalam menggunakan layanan internet, yang pada akhirnya berkembang menjadi perilaku penggunaan secara aktif.. Menurut hasil Survei yang dilakukan oleh APJII mayoritas alasan menggunakan layanan internet adalah untuk memenuhi kebutuhan individu dalam berinteraksi dengan dunia, karena salah satu kelebihan dari adanya kemajuan teknologi dan internet ini adalah tidak ada batasan dalam berkomunikasi. Salah satu perangkat teknologi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat untuk mengakses internet adalah *smartphone*. Hampir semua

orang kini berada dalam ekosistem yang menuntut adanya sistem informasi yang baik, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap kemajuan teknologi (Saibil, 2020).

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi ini diikuti oleh perbankan di Indonesia. Teknologi telah menciptakan peluang baru bagi industri perbankan, termasuk dalam pengembangan pasar, produk, layanan, serta saluran pengiriman yang lebih efisien dan inovatif. Bank kini telah bertransformasi dari penyedia layanan perbankan berbasis kertas menjadi institusi yang memanfaatkan teknologi terbaru, memungkinkan nasabah untuk mengakses berbagai produk dan layanan dengan lebih mudah, kapan saja dan dimana saja (Bharti, 2016). Menurut Kotler & Keller (2016), teknologi telah mengubah aturan permainan dalam layanan secara fundamental, menciptakan cara-cara baru dalam berinteraksi dan memberikan pengalaman kepada pelanggan. Perbankan kini berkembang dengan kemampuan untuk beroperasi secara *online* serta menyediakan layanan melalui aplikasi *mobile*, memungkinkan nasabah mengakses berbagai fitur perbankan dengan lebih mudah dan fleksibel (Wibiadila, 2016).

Pada akhir tahun 1995, untuk pertama kalinya Excelcom memperkenalkan layanan *mobile banking*, yang kemudian mendapat beragam respons dari masyarakat. Kehadiran *mobile banking* dilatarbelakangi oleh bank-bank yang pada saat ini mempunyai hasrat memperoleh kepercayaan dari masing-masing nasabah, dengan memanfaatkan teknologi merupakan salah satu cara yang bisa bank lakukan. Berdasarkan laporan yang diberikan oleh

Otoritas Jasa Keuangan (OJK), jumlah pengguna *mobile banking* di Indonesia terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pertumbuhan ini menunjukkan bahwa semakin banyak masyarakat yang mulai memanfaatkan layanan perbankan digital untuk berbagai keperluan, seperti melakukan transaksi keuangan, pembayaran tagihan, transfer dana, hingga pengelolaan investasi. Peningkatan ini juga mencerminkan perubahan pola perilaku masyarakat yang semakin bergantung pada teknologi dalam memenuhi kebutuhan finansial mereka secara praktis dan efisien (OJK, 2024).

Mobile banking (m-banking) menjadi salah satu layanan yang semakin diminati oleh masyarakat karena kemudahan dan efisiensi yang ditawarkan. Berdasarkan data Top Brand Award 2024, layanan *mobile banking* m-BCA dari Bank Central Asia (BCA) mendominasi pasar *mobile banking* di Indonesia dengan pangsa pasar sebesar 52,20%. Dominasi ini menunjukkan bahwa m-BCA menjadi pilihan utama masyarakat dalam transaksi perbankan *digital*, didukung oleh kemudahan penggunaan, fitur yang lengkap, dan keamanan yang terus ditingkatkan. Hal ini menunjukkan preferensi yang kuat dari pengguna terhadap aplikasi tersebut, yang menawarkan layanan perbankan digital yang mudah diakses dan efisien. Di urutan kedua, BRImo dari Bank Rakyat Indonesia (BRI) memiliki 18,50% pengguna, diikuti oleh Livin' by Mandiri dari Bank Mandiri dengan 11,50%, dan BNI Mobile dari Bank Negara Indonesia (BNI) dengan 9,40%. Posisi kelima ditempati oleh CIMB Niaga Mobile dengan 3,30%. Walaupun bank-bank besar mendominasi pasar, aplikasi lain seperti Mega Mobile dari Bank Mega (1,60%), Mobile Maslahah

dari BJB Syariah (1,50%), Maybank M-Banking (1,30%), BSI Mobile dari Bank Syariah Indonesia (0,20%), serta Bank Jateng Mobile (0,10%) juga berhasil meraih pangsa pasar tersendiri. Data ini menunjukkan bahwa semakin banyak masyarakat yang beralih menggunakan *mobile banking* karena dinilai lebih efisien dan mudah diakses dibandingkan layanan perbankan konvensional. Adopsi layanan ini tidak hanya mencerminkan perubahan perilaku konsumen, tetapi juga menggambarkan bagaimana teknologi memengaruhi pola interaksi masyarakat dengan layanan keuangan. Hal ini menjadi alasan penting untuk mengeksplorasi berbagai faktor yang memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* di bank syariah, khususnya pada Bank Syariah Indonesia, guna memahami aspek-aspek yang mendorong adopsi layanan perbankan *digital* di kalangan masyarakat.

Karena dengan melihat perkembangan bank syariah saat ini peluang BSI dalam menjadi bank no 1 sangatlah besar terlebih jika mengingat bahwa BSI adalah gabungan dari 3 bank BUMN maka ini dapat menjadi landasan yang kuat bagi BSI dalam mengembangkan diri. Hingga saat ini, tantangan utama yang dihadapi oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah membangun dan meningkatkan kepercayaan masyarakat. Dengan adanya kepercayaan yang kuat, diharapkan akan muncul niat dalam diri masyarakat untuk beralih dan menggunakan layanan perbankan syariah secara lebih luas.

Kabupaten Jombang, yang terletak di Provinsi Jawa Timur, merupakan wilayah dengan tingkat perkembangan ekonomi yang cukup pesat dan populasi

yang heterogen. Pada tahun 2023, perekonomian Kabupaten Jombang mengalami pertumbuhan sebesar 5,04%, dengan sektor Perdagangan Besar dan Eceran serta Reparasi Mobil dan Sepeda Motor sebagai kontributor utama, menyumbang 23,96% terhadap total Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) (Badan Pusat Statistik Kabupaten Jombang, 2024). Jombang juga dikenal sebagai salah satu pusat pendidikan dan keagamaan di Jawa Timur, dengan keberadaan berbagai pesantren dan lembaga pendidikan. Preferensi masyarakat pesantren terhadap produk perbankan syariah, seperti Tabungan Easy Wadi'ah dari Bank Syariah Indonesia (BSI), menunjukkan potensi besar bagi layanan perbankan syariah di daerah ini (Suryanto & Wahyuni, 2023).

Di tengah potensi tersebut, tingkat penyebaran dan penggunaan internet serta perangkat seluler di Kabupaten Jombang terus meningkat dari tahun ke tahun, menunjukkan semakin besarnya akses masyarakat terhadap layanan digital (Febylia & Adiba, 2024). Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), Jawa Timur termasuk salah satu provinsi dengan tingkat penggunaan internet yang cukup tinggi. Hal ini mencerminkan adanya potensi besar dalam adopsi layanan digital, termasuk mobile banking, seiring dengan meningkatnya ketergantungan masyarakat terhadap teknologi dalam aktivitas finansial mereka.

Namun, kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa penggunaan layanan mobile banking Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kabupaten Jombang masih sangat rendah (Febylia & Adiba, 2024). Studi pendahuluan yang dilakukan melalui wawancara ringan dengan nasabah BSI di Jombang

menunjukkan bahwa manfaat dan kemudahan transaksi tidak lagi menjadi faktor utama dalam keputusan penggunaan. Mayoritas responden menyatakan bahwa mereka sudah terbiasa dengan teknologi digital, sehingga aspek kemudahan dianggap sudah biasa. Sebaliknya, kepercayaan terhadap keamanan sistem dan kualitas layanan aplikasi BSI menjadi faktor yang lebih dominan dalam membentuk minat penggunaan. Data dari Top Brand Award 2024 menunjukkan bahwa BSI Mobile hanya menempati posisi ke-9 dari total pengguna mobile banking nasional, dengan pangsa pasar hanya 0,20%, jauh di bawah m-BCA (52,20%) dan BRImo (18,50%). Di sisi lain, Bank Syariah Indonesia (BSI) telah memiliki enam kantor cabang di Kabupaten Jombang serta secara nasional mencatat pertumbuhan signifikan pengguna layanan digital dengan jutaan pengguna BSI Mobile pada tahun 2024 (OJK, 2024). Namun, kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa tingkat pemanfaatan layanan mobile banking oleh masyarakat Jombang masih relatif rendah (BPS Jombang, 2024). Keberadaan cabang fisik yang cukup banyak di daerah ini tidak secara otomatis berbanding lurus dengan tingginya adopsi digital oleh masyarakat. Padahal, Jombang memiliki basis masyarakat syariah yang kuat melalui keberadaan pesantren, didukung dengan pertumbuhan ekonomi daerah yang relatif pesat (Suryanto & Wahyuni, 2023). Kondisi ini memperlihatkan bahwa penggunaan layanan mobile banking BSI di Jombang belum sepenuhnya sejalan dengan potensi yang tersedia, sehingga diperlukan kajian lebih lanjut untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi rendahnya adopsi BSI Mobile di wilayah tersebut.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam terkait faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan mobile banking. Dari sisi manfaat (*perceived usefulness*), penelitian (Yanti, 2024) menyatakan bahwa manfaat berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan BSI Mobile, sedangkan (Davis, 1989) melalui model *Technology Acceptance Model* (TAM) menegaskan bahwa manfaat merupakan faktor dominan dalam penerimaan teknologi. Hasil ini berbeda dengan kondisi di Jombang, di mana manfaat tidak lagi menjadi faktor utama. Dari sisi kemudahan (*perceived ease of use*), penelitian (Yanti, 2024) menemukan adanya pengaruh positif terhadap minat, sementara (Davis, 1989) menyebut kemudahan sebagai penentu utama adopsi teknologi, yang kembali tidak sejalan dengan temuan di Jombang karena responden telah terbiasa dengan teknologi digital. Selanjutnya, pada variabel kepercayaan, (Wardani, 2024) membuktikan bahwa kepercayaan memiliki peran penting dalam mendorong minat penggunaan mobile banking, namun (Pramana & Sukadi, 2019) justru menemukan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan. Adapun kualitas layanan (*service quality*) juga menampilkan hasil yang bervariasi, di mana (Hastuti et al., 2024) menunjukkan kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan sekaligus mendorong minat penggunaan layanan mobile banking. Namun, (Hsiu-Fen Lin, 2013) menemukan bahwa *customer service* meskipun penting dalam evaluasi mobile banking, tidak berhubungan langsung dengan niat penggunaan, serta studi di (Bangladesh, 2021) yang menyimpulkan bahwa *e-service quality* tidak berpengaruh langsung terhadap kepuasan atau loyalitas, melainkan dimediasi

oleh *perceived value*.

Temuan ini menunjukkan adanya kesenjangan (*research gap*) antara teori yang ada, seperti *Technology Acceptance Model (TAM)* yang menekankan manfaat dan kemudahan sebagai faktor utama, dengan kenyataan di lapangan di Kabupaten Jombang. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menguji ulang faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *mobile banking BSI* di Kabupaten Jombang, dengan pendekatan yang lebih kontekstual dan berbasis data empiris.

Permasalahan mengenai bagaimana nasabah dapat menerima dan memanfaatkan layanan *mobile banking* secara optimal dapat dijelaskan menggunakan kerangka *Technology Acceptance Model (TAM)*. Model ini mengidentifikasi faktor-faktor utama yang memengaruhi penerimaan teknologi, seperti persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), yang berperan dalam membentuk sikap serta niat pengguna dalam mengadopsi layanan perbankan digital.

Menurut Davis (1989), *TAM* bertujuan untuk memberikan penjelasan yang sederhana dan sistematis mengenai faktor-faktor yang menentukan penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi. Sebagai negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam, Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan perbankan syariah (Porwati et al., 2021). Namun, kenyataannya perbankan syariah masih tertinggal dibandingkan bank konvensional, terutama dalam aspek permodalan dan jumlah nasabah. Untuk mengatasi tantangan tersebut, pemerintah menggabungkan tiga bank syariah

milik BUMN — BRI Syariah, BNI Syariah, dan Bank Syariah Mandiri — menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI) pada awal 2021, guna memperkuat daya saing dan meningkatkan jangkauan nasabah (Nabilah Anika, 2021).

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh manfaat, kemudahan transaksi, kepercayaan, dan kualitas layanan terhadap minat masyarakat Jombang dalam menggunakan layanan mobile banking BSI. Pemahaman ini diharapkan dapat membantu BSI dalam merumuskan strategi yang tepat guna meningkatkan adopsi layanan digital sesuai dengan kebutuhan dan preferensi masyarakat lokal.

Dalam persaingan perbankan yang semakin ketat, setiap bank berusaha memberikan layanan terbaik guna menarik dan mempertahankan nasabah. Pelayanan yang berkualitas akan memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan dan perkembangan usaha perbankan (Lupiyoadi, 2001). Salah satu layanan yang disediakan oleh bank syariah adalah mobile banking, yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah serta memenuhi kebutuhan pasar dengan memberikan kemudahan dalam bertransaksi. Layanan yang dimanfaatkan nasabah dalam *mobile banking* antara lain adalah fitur transfer antar rekening bank untuk memudahkan transaksi keuangan secara cepat dan efisien. Membayar tagihan dan melakukan berbagai transaksi non –finansial lainnya (Ismail, 2011). Kepercayaan nasabah menjadi faktor krusial dalam mobile banking, karena layanan ini menghilangkan interaksi fisik antara bank dan nasabah, sehingga seluruh transaksi dilakukan tanpa tatap muka dengan karyawan bank

(Sa'diyah, Mahmudatus & Nur, 2013).

Minat nasabah dalam menggunakan mobile banking Bank Syariah Indonesia dipengaruhi oleh berbagai aspek, baik dari faktor internal seperti persepsi dan kebutuhan individu, maupun faktor eksternal seperti lingkungan dan perkembangan teknologi (Schiffman & Kanuk, 2008). Menurut Jogiyanto (2007), minat merupakan keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti pengalaman, persepsi, dan motivasi individu. Seseorang hanya akan melakukan suatu kegiatan jika memiliki keinginan atau minat yang mendorongnya untuk bertindak. Minat berkaitan erat dengan perilaku atau tindakan seseorang, namun minat tersebut dapat mengalami perubahan seiring berjalannya waktu. Semakin panjang rentang waktu yang berlalu, semakin besar kemungkinan terjadinya perubahan dalam minat seseorang (Pambudi, 2014). Indikator untuk mengetahui minat nasabah termasuk keinginan untuk menggunakan teknologi dan kecenderungan untuk terus menggunakannya di masa depan. Menurut (Ledesman, 2018) dalam penelitiannya mengatakan bahwa faktor-faktor seperti manfaat kemudahan transaksi, kepercayaan dan kualitas layanan sangat berperan dalam menentukan minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

Menurut Jogiyanto (2007), persepsi manfaat adalah sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan suatu teknologi dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya. Dalam teori lain juga persepsi manfaat didefinisikan sebagai suatu ukuran yang mana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya (Wibowo, 2008).

Konsep ini juga menggambarkan bahwa manfaat suatu sistem bagi penggunanya berkaitan dengan produktivitas, kinerja tugas, serta efisiensi dalam menggunakan *mobile banking*, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap kebermanfaatan teknologi secara keseluruhan. Manfaat penggunaan layanan *mobile banking* antara lain mempermudah pekerjaan, meningkatkan pengetahuan, serta mempercepat proses transaksi. Selain itu, layanan ini juga berkontribusi pada peningkatan efisiensi dan kinerja pengguna. Nasabah memilih *mobile banking* karena mampu menghemat waktu dalam melakukan transaksi perbankan (Davis, 1989).

Kemudahan transaksi menjadi salah satu faktor penting dalam adopsi teknologi. Davis (1989) mendefinisikan kemudahan penggunaan sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa teknologi informasi dapat digunakan dengan mudah tanpa memerlukan upaya yang besar. Artinya, jika seseorang meyakini bahwa suatu sistem informasi mudah digunakan, maka ia cenderung untuk menggunakannya. *Mobile banking* memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan secara praktis dan efisien. Bagi bank, layanan ini juga memberikan keuntungan dengan mengurangi biaya operasional, seperti pencetakan formulir transaksi, brosur, dan katalog, yang dapat digantikan dengan data elektronik. *Mobile banking* memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan, sekaligus menghemat biaya operasional seperti percetakan, serta menyajikan informasi secara cepat dan efisien (Hadi & Novi, 2015).

Kepercayaan nasabah adalah faktor lain yang krusial. Kepercayaan

didefinisikan sebagai keyakinan seorang terhadap keamanan dan keandalan layanan yang digunakan (Kesharwani et al., 2012). Menurut teori lain, kepercayaan merupakan keyakinan suatu pihak terhadap pihak lain dalam suatu hubungan, berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang dipercaya akan memenuhi kewajiban sesuai dengan yang diharapkan (Mastia, 2014).

Kualitas layanan juga mempengaruhi minat nasabah. (Tjiptono, 2007) menyatakan bahwa kualitas layanan yang baik akan mempengaruhi harapan dan kebutuhan nasabah. Bank harus memberikan layanan yang cepat, mudah, tanpa batasan waktu dan tepat untuk memenuhi ekspektasi nasabah. Kualitas layanan jasa elektronik mengacu pada efektivitas dan efisiensi suatu *website* atau aplikasi dalam memfasilitasi masyarakat dalam menggunakan *mobile banking* secara *online*. Dengan banyaknya aktivitas yang harus diselesaikan, masyarakat cenderung menginginkan solusi yang praktis dan efisien agar pekerjaan dapat diselesaikan dengan cepat. Oleh karena itu, bank perlu menyediakan layanan yang mudah, cepat, serta dapat diakses tanpa batasan waktu dan tempat, seperti *Electronic Banking (e-banking)*, sebagai alternatif transaksi perbankan tanpa harus datang ke bank atau ATM, kecuali untuk setoran dan penarikan tunai. Kualitas layanan ini menjadi faktor penting yang dipertimbangkan nasabah sebelum menggunakannya. Penyempurnaan kualitas layanan yang diberikan berdampak positif terhadap minat berperilaku.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh manfaat, kemudahan transaksi, kepercayaan, dan kualitas layanan terhadap minat masyarakat Jombang dalam menggunakan layanan *mobile banking* Bank

Syariah Indonesia (BSI). Pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor tersebut akan membantu BSI dalam mengembangkan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi masyarakat lokal, serta meningkatkan penetrasi layanan *mobile banking* di wilayah Jombang. Dengan demikian, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi pengembangan perbankan syariah di Indonesia, khususnya di wilayah Jombang.

Berdasarkan uraian di atas, penulis berminat untuk meneliti masyarakat Kabupaten Jombang yang telah menggunakan layanan perbankan syariah dalam transaksi *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI). Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Manfaat, Kemudahan Transaksi, Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile banking* Bank Syariah Indonesia”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas diatas, maka dapat dirumuskan pokok perumusan masalah, yang menarik untuk dikaji dan dianalisis, antara lain:

1. Apakah manfaat berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*?
2. Apakah kemudahan transaksi berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam

menggunakan mobile banking?

4. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh manfaat *mobile banking* terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan transaksi *mobile banking* terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan *mobile banking* terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* Bank syariah Indonesia.

D. Manfaat Penelitian

Bagi pembaca penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan atau bermanfaat bagi para pembaca yang ingin mengetahui lebih dalam tentang layanan mobile banking dan dapat menjadi referensi dalam melakukan penelitian yang sama.

1. Bagi Penulis

Melatih ketajaman analisis dan meningkatkan ilmu pengetahuan, serta sebagai salah satu syarat memenuhi tugas akhir.

2. Bagi embaga (Bank)

Penelitian ini diharapkan untuk dapat mengetahui seberapa besar pengaruh layanan *mobile banking* yang diterapkan pihak bank terhadap persepsi kemudahan nasabah dalam melakukan setiap transaksinya.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan gambaran terkait penelitian serta membuat penelitian terarah maka penulis menyusun sistematika penulisan yang terdiri dari lima bab dengan rincian sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan. Bab ini memuat tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan dan rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Tinjauan Pustaka. Bab ini membahas teori-teori serta review studi terdahulu yang berkaitan dengan hal-hal apa saja yang mempengaruhi minat menggunakan layanan *mobile banking* di Bank Syariah Indonesia.

BAB III : Metode Penelitian. Bab ini berisi tentang penjelasan mengenai jenis penelitian, jenis dan sumber data, objek penelitian, metode pengumpulan data, teknik pengolahan data, definisi operasional variabel beserta pengukurannya serta metode analisis data yang digunakan.

BAB IV : Analisis dan Interpretasi. Bab ini memuat hasil analisis pengaruh manfaat, kemudahan transaksi, kualitas layanan dan minat menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.

BAB V : Penutup. Bab ini berisi kesimpulan penulis dari pembahasan pembahasan yang telah diuraikan, keterbatasan penelitian serta saran untuk penelitian sejenis.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berikut ini kesimpulan yang dapat diambil dari beberapa hal dalam penelitian ini berdasarkan hasil analisis hipotesis penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya :

1. Manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan mobile banking BSI. Hal ini disebabkan oleh persepsi bahwa layanan tersebut belum menawarkan keunggulan yang signifikan dibandingkan perbankan konvensional. Masyarakat masih lebih memilih metode transaksi lama karena lebih terbiasa dan merasa lebih aman.
2. Kemudahan transaksi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking BSI. Meskipun aplikasi mudah digunakan, faktor ini bukan pertimbangan utama bagi masyarakat. Pengguna yang sudah terbiasa dengan teknologi tidak mengalami kesulitan, sehingga kemudahan transaksi tidak menjadi faktor penentu dalam meningkatkan minat mereka.
3. Kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan mobile banking BSI. Semakin tinggi kepercayaan terhadap keamanan dan keandalan sistem, semakin besar minat pengguna. Kepercayaan ini mencakup keyakinan bahwa transaksi aman, data pribadi terlindungi, dan sistem bank dapat diandalkan.

4. Hasil Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan mobile banking BSI. Semakin baik kualitas layanan, semakin tinggi ketertarikan dan kenyamanan masyarakat dalam menggunakannya untuk transaksi perbankan.

B. Saran

Hasil penelitian ini serta batasan yang ditemukan menghasilkan beberapa saran yang dapat diajukan oleh penulis:

1. Meningkatkan Kepercayaan Pengguna

BSI perlu meningkatkan kepercayaan masyarakat Jombang terhadap keamanan mobile banking melalui edukasi, kampanye kesadaran digital, dan sosialisasi untuk melindungi akun dari ancaman siber.

2. Meningkatkan Kualitas Layanan

BSI perlu meningkatkan responsivitas, keandalan, dan inovasi layanan mobile banking di Jombang, serta memperbaiki kualitas layanan pelanggan agar nasabah mendapat solusi cepat saat menghadapi kendala..

3. Strategi Promosi yang Lebih Efektif

BSI perlu menekankan kepercayaan dan kualitas layanan dalam promosinya di Jombang, karena manfaat dan kemudahan belum menjadi faktor utama. Program insentif seperti cashback atau reward dapat diterapkan untuk meningkatkan partisipasi pengguna.

4. Edukasi Masyarakat Jombang tentang Manfaat *Mobile Banking*

BSI perlu aktif mensosialisasikan manfaat mobile banking di Jombang melalui seminar, workshop, dan kolaborasi komunitas. Edukasi ini harus menargetkan kelompok yang kurang familiar dengan teknologi agar lebih percaya dan nyaman menggunakan layanan tersebut.



DAFTAR PUSTAKA

- Africa. *Global Finance Journal*, 100620. Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen pemasaran jasa: teori dan praktik*. Jakarta: Salemba Empat, 101.
- Akob, A., & Sukarno. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah di Makassar. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(2), 45-60.
- Al Fian, J., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh kepuasan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(6).
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). Factors influencing adoption of *mobile banking* by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. *International Journal of Information Management*, 37(3), 99-110
- Almogren, A. S., & Aljammaz, N. A. (2022). The integrated social cognitive theory with the TAM model: The impact of M-learning in King Saud University art education. *Frontiers*, 13(November).
- Arianti, B. F., & Puryandani, S. (2019). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital terhadap Penggunaan Mobile Banking*. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi*, 21(3), 1–13.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2024). *Survei Penetrasi & Perilaku Internet Indonesia 2024*. Diakses pada [20 November 2024], dari <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-82-6-penduduk-daerah-tertinggal-terhubung-internet>.
- Atleq, M. Q., & Nurpiani, E. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat, dan Risiko terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile banking* Bank Syariah (Survey pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon). *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(1).

- Badan Pusat Statistik (BPS) Jombang. (2022). Jombang Dalam Angka.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Jombang. (2022). *Jumlah Desa/Kelurahan Menurut Kecamatan di Kabupaten Jombang, 2022*. Diakses dari <https://jombangkab.bps.go.id/id/statistics-table/3/YkVWWFUyNTJTVTloVGpCeFdFVTNaMk5wUzFaUFFUMDkjMw%3D%3D/jumlah-desa-kelurahan-menurut-kecamatan-di-kabupaten-jombang--2022.html>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Jombang. (2024). *Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Jombang Tahun 2023*. Diakses pada [24 Oktober 2024], dari <https://jombangkab.bps.go.id/id/pressrelease/2024/03/01/717/pertumbuhan-ekonomi-kabupaten-jombang-tahun-2023.html>.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Jombang. (2024). *Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Jombang Tahun 2023*. Diakses dari <https://jombangkab.bps.go.id>
- Bank Negara Indonesia. (2020). Rampungkan Rencana Merger 3 Bank Syariah, Bank Hasil Penggabungan akan Berevolusi Jadi Bank Syariah Nasional Terbesar.
- Basrian Jasuma Putra, I. (2020). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Fasilitas *Mobile banking* Bank Syariah. UIN Raden Fatah Palembang.
- Bharti, M. (2016). Impact of dimensions of mobile banking on user satisfaction. *Journal of Internet Banking and Commerce*. Bisnis Tempo. (2021). Gubernur BI Yakini Merger Bank Syariah BUMN Bakal Ciptakan Value Chain.
- Burhan, & Bungin. (2013). Metode Penelitian Sosial & Ekonomi Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan,

- Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasara edisi pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Casaló, L. V, Flavián, C., & Guinalíu, M. (2007). The role of security, privacy, usability and reputation in the development of online banking. *Online Information Review*.
- Chopipah Fifif. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking. Skripsi, 16.
- Ciremai Today. (2024). M-Banking Top di Indonesia Tahun 2024. Diakses pada [20 November 2024], dari <https://ciremaitytoday.com/ragam/m-banking-top-di-indonesia-tahun-2024/>.
- Dash, G., & Paul, J. (2021). CB-SEM vs PLS-SEM methods for research in socialsciences and technology forecasting. *Technological Forecasting & Social Change*, 173, 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121092>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*.
- Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Kabupaten Jombang. (2023). Info Geografis. Diakses dari <https://dpmd.jombangkab.go.id/infografis/info-geografis-308>
- Duryadi. (2021). *Metode Penelitian Ilmiah*. Semarang : Yayasan Prima Agus Teknik.
- Dwityanti, Esthi. (2008). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat*

Beli Konsumen terhadap Layanan Internet Banking Mandiri (Studi Kasus pada Karyawan Departemen Pekerjaan Umum Jakarta). Tesis. Program Pascasarjana Universitas Diponegoro, Semarang.

Dwiyanto, W. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile banking* di Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 10(3), 45-57 edition : Pearson Education Inc.

Fakhrurozi, A., & Zulfikar, D. S. E. (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Mobile banking Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Farizi, Hadyan dan Syaefullah, MM, Akt. (2013). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Internet Banking. *Jurnal Akuntansi Universitas Brawijaya Malang*.

Fatmawati, E. (2015). Technology Acceptance model (TAM) untuk menganalisis penerimaan terhadap sistem informasi di perpustakaanM INFORMASI PERPUSTAKAAN. *Iqra: Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 9(1), 196942.

Febylia, N. H., & Adiba, E. M. (2024). Analisis Minat Nasabah BSI KC Jombang Dalam Penggunaan BSI Mobile Melalui Kerangka TAM. *I-FINANCE: A Research Journal on Islamic Finance*, 10(01), 1-10. <https://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/i-finance>.

Fishbein, M., & Ajzen, A. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behaviour*. Preventive-Hall. Inc., Englewood Cliffs.

Geebren, A., Jabbar, A., & Luo, M. (2021). Examining the role of consumer satisfaction within mobile eco-systems: Evidence from *mobile banking* services. *Computers in Human Behavior*, 114, 106584.

Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in Online

- Shopping: An Integrated Model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51-90.
- Ghozali, I. (2008). Structural equation modeling: Metode alternatif dengan partial least square (pls). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Habibi, A., Nurhayati, T., Setiawan, B. & Wijayanti, D. (2014) *Analisis Dimensi Kualitas Layanan: Studi Kasus pada Industri Perbankan*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 10(1), 12-25.
- Hadi, S., & Novi, N. (2015). Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan *mobile banking*. *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 5(1), 55–65.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial leastsquares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in businessresearch. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- HAIR, J. R. (1995). Joseph F.; ANDERSON, Rolph E.; TATHAM, Ronald L.; BLACK, William C. *Multivariate Data Analysis: With Readings*. Fourth Edition. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2010). *Multivariate Data Analysis. 7 th*
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian*. Jakarta : PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Hardani, Andriani, H., & Dkk. (2020). Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif.
- Hassan, H. E., & Wood, V. R. (2020). Does country culture influence consumers' perceptions toward *mobile banking*? A comparison between Egypt and the United States. *Telematics and Informatics*, 46, 101312.
- Haviz, M. (2021). Pengaruh manfaat, kepercayaan, dan kemudahan

penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* di Bank DKI Syariah. *Repository Politeknik Negeri Jakarta*.

Hertanto, E. (2017). Perbedaan Skala Likert Lima Skala Dengan Modifikasi Skala Likert Empat Skala. *In Metodologi Penelitian* (pp. 2–3). <https://www.academia.edu>

Himawati, R. R. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile banking* Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening (studi kasus pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Kantor cabang syariah Solo). IAIN SALATIGA.

Islamy, N. A. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, dan Kemudahan Transaksi Terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile banking* Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Keuangan.Minat*

Ismail, P. S. (2011). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Isnawati, N. (2020). Pengaruh Kemudahan, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Aplikasi Instagram di Jakarta Timur. *Jurnal STEI Ekonomi*.

Jogiyanto, H. M. (2007). Sistem informasi keperilakuan. Yogyakarta: Andi Offset.

Juliandi, A. (2018). *Modul Pelatihan structural equation model partial least square* (SEM-PLS) dengan smartpls. Universitas Sumatera Utara. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1243777>

Kasemin, H. K. (2016). Agresi Perkembangan Teknologi Informasi. Prenada Media.

Kesharwani, And, A., & Bisht, S. S. (2012). The Impact of Trust and Perceived Risk on the Internet Banking Adoption in India. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 5.

Kim, Y. H., Kim, D. J., & Wachter, K. (2013). A study of mobile user

engagement (MoEN): Engagement motivations, perceived value, satisfaction, and continued engagement intention. *Decision Support Systems*, 56.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A framework for marketing management*.

Ledesman, M. (2018). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile banking* (Studi Pada BSM Cabang Bandar Jaya). UIN Raden Intan Lampung.

Loaba, S. (2021). The impact of *mobile banking* services on saving behavior in West

Marliza. (2017). Aplikasi Dan Keunggulan E-Banking Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam.

Mastia, H. D. (2014). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Resiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking. Skripsi Akuntansi, Yogyakarta.

McKnight, D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2011). Developing and Validating Trust Measures for e-Commerce: An Integrative Typology. *Information Systems Research*.

Muhson, A. (2022). *Analisis Statistik dengan SmartPLS*. Universitas Negeri Yogyakarta.

Nabilah Anika, N. I. C. (2021). Potensi Praktik Monopoli dalam Merger Bank Syariah Indonesia Tinjauan Hukum Ekonomi Islam dan Hukum Larangan Monopoli. *Jurnal Hukum Lex*, 15(1), 45–60.

Nagayo, V. A., Utami, C. W., & Pujirahayu, Y. M. (2022). Pengaruh Promosi, Kemudahan Transaksi, dan Kepercayaan pada Pengguna Shopee Pay Later terhadap Keputusan Pembelian. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 7(5), Oktober 2022. Fakultas

Manajemen dan Bisnis, Universitas Ciputra, Surabaya, Indonesia.

Nasution, R. (2018). *Pengaruh kemudahan dan harga terhadap keputusan pembelian produk pakaian secara online*. Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam.

Normasyhuri, K., Malik, A., & Azis, A. F. (2022). Studi komparasi bank umum syariah BUMN sebelum dan setelah merger menjadi bank syariah Indonesia (BSI) dari perspektif pembiayaan pada era covid-19. *Jurnal Distribusi*, 10(2), 129–140.

Nurdin, N., dkk. (2020). Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 2(1), 87–104.

Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Statistik Perbankan Indonesia*. Diakses dari <https://ojk.go.id/id/kanal/perbankan/data-dan-statistik/statistik-perbankan-indonesia/default.aspx>

Pambudi, B. S. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet Banking (Studi pada Program Layanan Internet Banking BRI). *Competence: Journal of Management Studies*.

Parasuraman, Zeithaml, and Berry. (1998). Serquel: a Multiple item Scale for Measuring Costumer Perceptions of Service Quality. *Jurnal of tailing*. Vol.64 No. 1 p. 12-40

Pearson Boston, MA. Kuantitatif, P. (2013). kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Pemerintah Kabupaten Jombang, 2022, Profil Kabupaten Jombang, <https://www.jombangkab.go.id/profil/kabupaten/geografis>

Porwati, V., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2021). Analisis Potensi Profitabilitas

Bank Syariah Pasca Merger Ditinjau Dari Determinan Yang Dapat Mempengaruhinya. *Jurnal Manajemen Bisnis (JMB)*.

Porwati, V., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2021). Analisis Potensi Profitabilitas Bank Syariah Pasca Merger Ditinjau dari Determinan yang Dapat Mempengaruhinya. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 18(2), 123–135.

Prasetyo, A., & Hidayat, R. (2020). Pengaruh Keandalan dan Keamanan terhadap Kepercayaan dan Minat Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 112-125.

Prasetyo, B., & Hartono, R. (2020). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Mobile Banking: Studi pada Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 15(3), 211-225.

Purwati, N. A. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi terhadap Minat Nasabah dalam Penggunaan *Mobile banking* Bank Syariah (Studi pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh). UIN Ar-Raniry Banda Aceh. *Pustaka Ilmu*.

Putra, Y. M. (2021). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Keamanan terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Mojokerto Kabupaten Mojokerto* (Jurnal Ekonomi Syariah). Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang.

Putri, F. A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee Paylater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 818. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya.

Rahayu, P. P. (2019). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile banking (Studi Empiris pada Mahasiswa di Yogyakarta). Yogyakarta. *Skripsi Universitas Islam Indonesia*.

- Rahayu, S. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Mobile Banking di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 19(1), 98-115.
- Rahmawati, S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(1), 45-60.
- Sa'diyah Mahmudatus, & Nur, A. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Nasabah Muslim Pengguna Mobile banking Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kudus. 1, 120.
- Safitri, A. (2022). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile banking pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Palangkaraya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Saibil, D. I. (2020). Does The Banking Information System Affect Customer Satisfaction and Loyalty? *EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). Perilaku Konsumen ter. Zoelkifli Kasip. Jakarta: Indeks.
- Setyaningsih Dyah, Eka. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Word Of Mouth Melalui Minat Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Ebanking Pada BNI. *Jurnal Ekonomi Bisnis* (Volume 22 No. 1)
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. *In Literasi Media* (Vol. 11, Issue1). <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319593791%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-4200708.000027%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.ab.2015.03.024%0Ahttps://doi.org/1.1080/07352689.2018.1441103%0Ahttp://www.chile.bmwmotorrad.cl/sync/showroom/lam/es/>
- Sugianto, A., Riyadi, R., & Hardhienata, S. (2022). Pengaruh Kemudahan

- Penggunaan, Manfaat, dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan *Mobile banking* pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(2), 10-20.
- Sugiyono, S. (2010). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryanto, A., & Wahyuni, L. (2023). *Preferensi Masyarakat Pesantren terhadap Produk Perbankan Syariah: Studi Kasus Kabupaten Jombang*. *Jurnal Ekonomika*, 15(2), 45-58. Diakses dari <https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/ekonomika/article/download/903/784/2398>.
- Tjiptono, F. (2007). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi.
- Top Brand Award. (2024). *Top Brand Index 2024 – Kategori Mobile Banking Indonesia*. Diakses dari <https://www.topbrand-award.com>
- Top Brand Award. (2024). *Top Brand Index Beserta Kategori Lengkap*. Diakses pada [12 Desember 2024], dari https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=banking&utm_source.
- Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1950 tentang Pembentukan Daerah-Daerah Kabupaten dalam Lingkungan Provinsi Jawa Timur.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186-204.
- Ventre, I., & Kolbe, D. (2020). The impact of perceived usefulness of online reviews, trust and perceived risk on online purchase intention in emerging markets: A Mexican perspective. *Journal of International*

Consumer Marketing. 32(4), 287-299.

Wahyuni, et al. (2017). Pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian online di situs online fashion Zalora.co.id. *Jurnal Prosiding Manajemen*.

Wibiadila, dkk. (2016). Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Risiko, dan Kualitas Layanan terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan *Mobile banking* (Survei Pada Nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Solo). *Skripsi thesis*, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wibowo, A. (2008). Kajian tentang perilaku pengguna sistem informasi dengan pendekatan technology acceptance model (TAM). *Konferebsi Nasional Sistem Informasi*.

Widyarini, L. A. (2017). Analisis Niat Perilaku Menggunakan Internet Banking di Kalangan Pengguna Internet di Surabaya. *Jurnal Widya Manajemen & Akuntansi*, 5(1), 45-58.

Winoto, A. (2008). Mikrokontroler AVR ATmega8.

Wiyono, W. M. (2021). Dampak Merger 3 (Tiga) Bank Syariah Bumn Terhadap Perkembangan Ekonomi Syariah. *Cakrawala Hukum: Majalah Ilmiah Fakultas Hukum Universitas Wijayakusuma*, 23(2), 105-120.

Yeni. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile banking terhadap Minat Nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Bengkulu. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(3), 120-135.

Badan Pusat Statistik Kabupaten Jombang. (2024). *Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Jombang tahun 2023*. BPS Kabupaten Jombang.

Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Laporan Perkembangan Perbankan Syariah Indonesia 2024*. OJK.

masyarakat pesantren terhadap layanan perbankan syariah di Kabupaten Jombang. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 11(2), 145–158.

