

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN PENGETAHUAN
TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN LAYANAN
MOBILE BANKING BANK ACEH SYARIAH (ACTION)**

Nurul Ismi¹⁾, Puji Aryani²⁾, Susi Wardani³⁾
Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Muhammadiyah Aceh
Email: nurulismi758@gmail.com, pujiaryani78@gmail.com,
susi.wardani@unmuha.ac.id

Abstrak

Salah satu peningkatan transaksi *mobile banking* di Indonesia adalah meningkatnya akseptasi dan preferensi masyarakat dalam berbelanja *online*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana pengaruh kepercayaan, kemudahan dan pengetahuan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* Bank Aceh Syariah (*Action*). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Analisis data menggunakan SPSS. Sampel sebanyak 100 responden yaitu nasabah Bank Aceh Syariah yang menggunakan layanan *mobile banking* Bank Aceh Syariah (*Action*). Hasil dari penelitian ini adalah secara parsial variabel kepercayaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* Bank Aceh Syariah (*Action*), secara parsial variabel kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* Bank Aceh Syariah (*Action*), secara parsial variabel pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* Bank Aceh Syariah (*Action*), dan secara simultan variabel kepercayaan, kemudahan dan pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* Bank Aceh Syariah (*Action*). Adapun nilai determinasi sebesar 0.710 hal ini menunjukkan bahwa 71% variabel kepercayaan, kemudahan dan pengetahuan mampu menjelaskan variabel minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* Bank Aceh Syariah (*Action*).

Kata Kunci: Minat, Kepercayaan, Kemudahan, Pengetahuan

Abstract

One of the factors contributing to the increase in mobile banking transactions in Indonesia is the growing acceptance and preference of the public for online shopping. The purpose of this study is to examine how trust, ease of use, and knowledge influence customer interest in using the Bank Aceh Syariah mobile banking service (Action). This research is a quantitative study using questionnaires as the research instrument. Data analysis was conducted using SPSS. The sample consisted of 100 respondents who are customers of Bank Aceh Syariah and use its mobile banking service (Action). The results of this study indicate that, partially, the trust variable does not have a significant effect on customer interest in using the Bank Aceh Syariah mobile banking service (Action). However, the ease of use variable and the knowledge variable both have a significant effect on customer interest. Simultaneously, the variables of trust, ease of use, and knowledge have a significant effect

JEIPS: Jurnal Ekonomi Islam dan Perbankan Syariah
Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh
Vol. 5, No. 1, Mei 2025

on customer interest in using the Bank Aceh Syariah mobile banking service (Action). The determination coefficient value is 0.710, indicating that 71% of the variance in customer interest can be explained by the variables of trust, ease of use, and knowledge.

Keywords: *Interest, Trust, Ease of Use, Knowledge*

A. PENDAHULUAN

Perbankan syariah merupakan lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Adapun salah satu layanan yang dimiliki oleh perbankan syariah dengan memanfaatkan teknologi yaitu *e-banking* yang mencakup layanan SMS banking, *mobile banking*, dan *internet banking*. Namun berdasarkan hasil *survey*, layanan perbankan yang cukup sering digunakan adalah *mobile banking* sebanyak 3.1 persen setelah ATM dan langsung mengambil di bank. Dalam dunia perbankan, bank memberikan kemudahan yang lebih kepada nasabahnya sesuai dengan perkembangan saat ini, yaitu sebagai jawaban terhadap kebutuhan dan keinginan nasabah misalnya *mobile banking* (Sukmawati et al., 2021).

Bank syariah adalah sistem perbankan yang dijalankan atas dasar Undang-undang dan prinsip-prinsip Islam, yang melarang investasi dalam bisnis ilegal. Secara keseluruhan perbankan syariah itu mempunyai struktur organisasi dan mempunyai tugas masing-masing. Dalam melakukan pengawasan, perbankan syariah dipimpin oleh dewan pembina tingkat pusat yang sehingga semua perbankan syariah harus mematuhi segala peraturan dan tunduk terhadap undang-undang yang telah ditetapkan. Setiap peraturan mencakup tentang kegiatan yang berbasis keuangan Islam, baik itu berupa produk maupun jasa layanan yang diberikan dan patuh terhadap undang-undang (Zulfadli Hamzah, 2015).

Bank Aceh Syariah merupakan perusahaan perbankan milik Pemerintah Provinsi dan Pemerintah Kabupaten/Kota Aceh, dimana dalam sejarahnya perusahaan tersebut didirikan oleh Pemerintah Provinsi dan Pemerintah Kabupaten/Kota se-Aceh. Pendirian Bank Aceh Syariah diawali dari sebuah perusahaan saham gabungan bernama PT. Bank Sejahtera Aceh didirikan oleh Pemerintah Daerah Istimewa Aceh pada tanggal 7 September 1957. Bank Aceh Syariah yang dahulu merupakan badan usaha syariah kini telah berubah menjadi Bank Umum Syariah (BUS), sehingga Bank Aceh Syariah pun berupaya untuk memberikan pelayanan terbaik kepada nasabahnya.

Bank syariah menawarkan beberapa keunggulan dalam menarik minat nasabah.

Minat dalam menggunakan *mobile banking* didasari oleh beberapa faktor yaitu pengetahuan masyarakat mengenai uang eletronik sehingga masyarakat mampu mempercayai bahwa penggunaan *mobile banking* aman digunakan, selain kepercayaan dan pengetahuan, penggunaan *mobile banking* akan didasari oleh kemudahan dalam menggunakan *mobile banking* tersebut. Maka, peningkatan *mobile banking* akan didorong oleh kepercayaan, kemudahan dan pengetahuan.

Mobile banking merupakan hasil dari pengembangan teknologi *mobile* yang digunakan dalam domain komersial. Dengan adanya *mobile banking* ini nasabah dapat menggunakannya dalam mendapatkan layanan transaksi perbankan 24 jam dalam sehari tanpa harus mendatangi kantor cabang bank untuk melakukan transaksi personal. *Mobile banking* juga merupakan layanan relative baru yang ditawarkan oleh perbankan terhadap nasabahnya karena kenyamanan serta fitur yang menghemat waktu serta layanan yang mudah (Feranika, 2021).

Penyelenggaraan *mobile banking* yang sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi dalam kenyataanya pada satu sisi membuat jalannya transaksi perbankan semakin mudah, akan tetapi disisi lain membuatnya juga semakin beresiko. Mengingat pada era modern *mobile banking* memiliki banyak manfaat untuk kebutuhan hidup, namun ada contoh kasus yang bahkan mengakibatkan kerugian bagi pihak bank maupun nasabah, (Fadlan dan Dewantara, 2018). Selain itu *mobile banking* juga mempunyai kendala yaitu kurangnya pengetahuan tentang kemudahan dan manfaat layanan *mobile banking* serta kurangnya pengetahuan tentang fitur-fitur *mobile banking* yang sulit dipahami nasabah karena masih banyak nasabah yang memilih transaksi manual dan mengantri. Oleh karena itu, nasabah merasa tidak puas dengan layanan *mobile banking*, Karena pelayanan tidak memenuhi atau sesuai dengan harapan nasabah.

Selain itu *mobile banking* juga mempunyai kendala yaitu kurangnya pengetahuan tentang kemudahan dan manfaat layanan *mobile banking* serta kurangnya pengetahuan tentang fitur-fitur *mobile banking* yang sulit dipahami nasabah karena masih banyak nasabah yang memilih transaksi manual dan mengantri. Oleh karena itu, nasabah merasa tidak puas dengan layanan *mobile banking*, Karena pelayanan tidak memenuhi atau sesuai dengan harapan nasabah.

Kenyamanan merupakan tingkat kepercayaan seseorang bahwa suatu sistem

teknologi tertentu dapat digunakan dengan mudah (tanpa usaha). Hal ini mencakup penggunaan teknologi informasi secara terarah dan kemudahan penggunaan sistem sesuai keinginan pengguna. Oleh karena itu, jika pengguna merasa layanan yang diberikan oleh teknologi mudah digunakan, hal tersebut mendorong nasabah untuk menerima dan menggunakan teknologi tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis menarik satu judul untuk di teliti yaitu: “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Pengetahuan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bank Aceh Syariah (*Action*)”.

B. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2021:16), penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/*statistic*, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Sumber Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Aceh Syariah yang menggunakan layanan *mobile banking action*. Populasi dalam penelitian ini yaitu sebanyak 286.001 nasabah yang menggunakan layanan *mobile banking action*.

Adapun ciri-ciri yang akan menjadi sampel pada penelitian ini adalah:

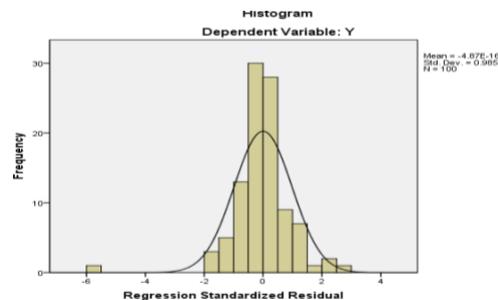
- a. Nasabah Bank Aceh Syariah
- b. Nasabah yang menggunakan layanan *mobile banking action*.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

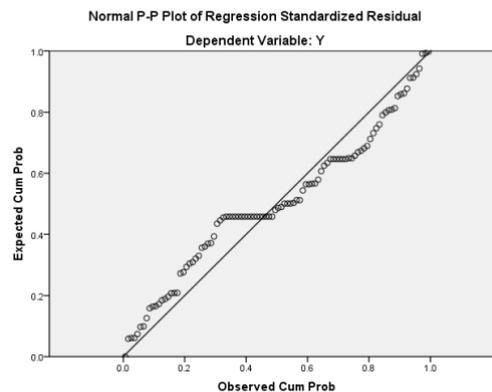
Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, *dependent* variabel dan *independent* variabel keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak

(Ridwan Sunarto,2013). Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan alat tes *Kolmogrov-Sminov* yang etrdapat pada SPSS dengan tingkat signifikan sebesar 0,05. Jika signifikan $> 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal dan sebaliknya, jika signifikan $< 0,05$ maka data tersebut tidak berdistribusi normal. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 1.1 Histogram Normalitas

Histogram dependen variabel di atas dapat dikatakan bahwa data yang diproses berdistribusi normal, karena bentuk histogram mengikuti garis diagonal dari -3 dan 3.



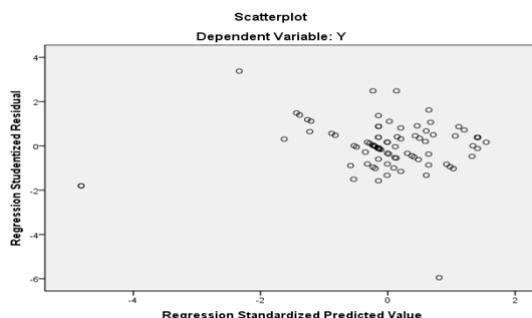
Gambar 1.2 Grafik P-P Plot Uji Normalitas

Hasil dari grafik *p-plot* normalitas di atas menyatakan bahwa data terdistribusi norma. Hal ini berdasarkan pada konsep pengambilan keputusan apabila data atau titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka dapat dikatakan data terdistribusi normal. Sebaliknya jika data atau titik menyebar jauh dari arah garis atau titik mengikuti arah garis diagonal maka dikatakan data tidak terdistribusi normal.

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas merupakan uji yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan

yang lain. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas. Untuk mengetahui asumsi pada penelitian ini dapat dilihat dari penyajian grafik *Scatterplot* berikut ini:



Gambar 1.3 Uji Heterokedastisitas

Terlihat pada gambar *scatterplot* di atas bahwa titik menyebar secara acak di bawah angka 0 sumbu Y. Hal ini menyimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedasitas mode regresi pada penelitian ini. Maka data yang digunakan memenuhi syarat untuk dilakukan regresi berganda.

Uji Multikolinieritas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar perubah bebas. Adanya korelasi ataupun tidaknya dapat dilihat dari nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Koefisien korelasi antar variabel harus di bawah 0,10. Berikut tabel hasil dari uji multikolinieritas:

Tabel 1.1 Uji Multikolinieritas untuk variabel Y

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.153	1.373		3.026	.003		
X ₁	-.220	.165	-.187	-1.331	.186	.149	6.711
X ₂	.676	.111	.799	6.083	.000	.170	5.877
X ₃	.278	.117	.252	2.375	.020	.261	3.826

a. Dependent Variable : Y

Sumber: data diolah 2024

Berdasarkan tabel data di atas menunjukkan bahwa, terlihat perhitungan nilai *Tolerance* menunjukkan bahwa tidak adanya variabel independen yang memiliki nilai kurang dari 0,10 di mana pada penelitian ini mendapatkan nilai 0,149 untuk variabel kepercayaan, 0,170 untuk variabel kemudahan, 0,261 untuk variabel pengetahuan dan nilai VIF dari masing-masing variabel menunjukkan kurang dari 10 sehingga pada penelitian ini dinyatakan bebas dari Multikolinieritas.

Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji untuk melihat valid atau tidaknya kuesoner yang telah dilampirkan. Pada uji validitas memperlihatkan antara *r* hitung atau *person correlation* dengan *r* tabel. Berikut tabel hasil dari uji validitas:

Tabel 1.2 Uji Validitas Variabel X

Variabel	Item	Nilai <i>r</i> hitung	Nilai <i>r</i> tabel	Keterangan
Kepercayaan (X1)	X1.1	0,772	0,197	Valid
	X1.2	0,899	0,197	Valid
	X1.3	0,906	0,197	Valid
	X1.4	0,890	0,197	Valid
	X1.5	0,904	0,197	Valid
Kemudahan (X2)	X2.1	0,864	0,197	Valid
	X2.2	0,818	0,197	Valid
	X2.3	0,896	0,197	Valid
	X2.4	0,896	0,197	Valid
	X2.5	0,876	0,197	Valid
	X2.6	0,868	0,197	Valid
	X2.7	0,895	0,197	Valid
Kengetahuan (X3)	X3.1	0,898	0,197	Valid
	X3.2	0,886	0,197	Valid
	X3.3	0,941	0,197	Valid
	X3.4	0,865	0,197	Valid
	X3.5	0,810	0,197	Valid
Minat (Y)	Y.1	0,839	0,197	Valid
	Y.2	0,870	0,197	Valid
	Y.3	0,823	0,197	Valid
	Y.4	0,870	0,197	Valid
	Y.5	0,883	0,197	Valid
	Y.6	0,778	0,197	Valid

Sumber: data diolah 2024

Berdasarkan tabel di atas menjelaskan bahwa dari nilai r hitung pada tabel masing-masing variabel menunjukkan semua pertanyaan valid karena r hitung lebih besar dan positif dari r tabel.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji data yang diperoleh sebagai hasil dari jawaban kuesioner yang telah dibagikan. Jika kuesioner tersebut *reliable*, andai kata jawaban responden tersebut konsisten dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai $> 0,60$. Berikut tabel hasil dari uji reliabilitas:

Tabel 1.3 Uji Reliabilitas

Variabel	<i>N of Items</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>
Kepercayaan (X ₁)	5	0.922
Kemudahan (X ₂)	7	0.947
Pengetahuan (X ₃)	5	0.925
Minat (Y)	6	0.918

Sumber: data diolah 2024

Berdasarkan tabel di atas menjelaskan bahwa nilai dari *cronbach alpha* variabel kepercayaan (X₁), variabel kemudahan (X₂), variabel pengetahuan (X₃) dan variabel minat (Y) memperlihatkan bahwa nilai *cronbach alpha* tiap-tiap variabel $> 0,60$. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa instrumen pertanyaan yang digunakan sebagai indikator pada seluruh variabel merupakan alat ukur yang reliabel atau konsisten.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Pengetahuan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* bank aceh syariah (*action*). Berikut tabel 1.4 hasil pengolahan data analisis regresi linear berganda:

Tabel 1.4 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda Variabel Y

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	<i>(Constant)</i>	4.153	1.373			
	X ₁	-.220	.165	-.187	-1.331	.186
	X ₂	.676	.111	.799	6.083	.000
	X ₃	.278	.117	.252	2.375	.020

Sumber: data diolah 2024

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan SPSS, maka diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 4,153 - 0,220 X_1 + 0,676 X_2 + 0,278 X_3 + e$$

Persamaan diatas memperlihatkan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen secara persial, dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- Nilai Konstanta (a) sebesar 4.153 ini diartikan jika variabel independen yaitu Kepercayaan, Kemudahan dan Pengetahuan diasumsikan bernilai 0, maka keputusan minat dalam menggunakan *Mobile Banking* sebesar 4.153.
- Nilai koefisien regresi kepercayaan (X₁) sebesar -0,220 dan bernilai negatif. Maka variabel kepercayaan tidak signifikan menumbuhkan minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* Bank Aceh Syariah (*Action*). Artinya setiap kenaikan variabel kepercayaan (X₁) bernilai negatif sebesar 1 satuan, maka minat akan menurun sebesar -0,220.
- Nilai koefisien regresi kemudahan (X₂) sebesar 0,676 dan bernilai positif. Maka variabel kemudahan signifikan menumbuhkan minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* Bank Aceh Syariah (*Action*). Artinya setiap kenaikan variabel kemudahan (X₂) bernilai positif sebesar 1 satuan, maka minat akan meningkat sebesar 0,676.

- d) Nilai koefisien regresi pengetahuan (X_3) sebesar 0,278 dan bernilai positif. Maka variabel pengetahuan (X_3) signifikan menumbuhkan minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* Bank Aceh Syariah (*Action*). Artinya setiap kenaikan variabel pengetahuan (X_3) bernilai positif sebesar 1 satuan, maka minat akan meningkat sebesar 0,278.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa baik model regresi dapat menjelaskan variabel dependen. Hasil uji ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.848 ^a	.718	.710	2.04788

a. *Predictors: (Constant), X₃, X₂, X₁*

Sumber: data diolah 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa besaran persentase yang dihasilkan pada uji koefisien determinasi diketahui nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.710 diartikan sebagai persentase atau variasi kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 71%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 29% (100% - 71%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Uji Hipotesis

1. Uji T (Uji Parsial)

Uji t merupakan uji yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel kepercayaan (X_1), kemudahan (X_2) dan pengetahuan (X_3) secara sendiri-sendiri terhadap minat (Y). Hasil uji t pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 1.6 Uji t (Uji Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.153	1.373		3.026	.003
	X ₁	-.220	.165	-.187	-1.331	.186
	X ₂	.676	.111	.799	6.083	.000
	X ₃	.278	.117	.252	2.375	.020

a. Dependent Variable: Y

Sumber: data diolah 2024

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diketahui nilai signifikan untuk masing-masing variabel x pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Nilai t hitung dari kepercayaan (X₁) sebesar -1.331 dengan signifikan sebesar 0.186. Adapun nilai t tabel dalam penelitian ini dihitung dengan $df = n - k$ ($100 - 4 = 96$) adalah sebesar 1.98498 dan nilai signifikan 0.05. Artinya $0.186 > 0.05$, dapat dikatakan bahwa variabel kepercayaan (X₁) tidak signifikan mempengaruhi minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* Bank Aceh Syariah (*Action*).
- Nilai t hitung dari kemudahan (X₂) sebesar 6.083 dengan signifikan sebesar 0.000. Adapun nilai t tabel dalam penelitian ini dihitung dengan $df = n - k$ ($100 - 4 = 96$) adalah sebesar 1.98498 dan nilai signifikan 0.05. Artinya $0.000 < 0.05$, dapat dikatakan bahwa variabel kemudahan (X₂) signifikan mempengaruhi minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* Bank Aceh Syariah (*Action*).
- Nilai t hitung dari pengetahuan (X₃) sebesar 2.375 dengan signifikan sebesar 0.020. Adapun nilai t tabel dalam penelitian ini dihitung dengan $df = n - k$ ($100 - 4 = 96$) adalah sebesar 1.98498 dan nilai signifikan 0.05. Artinya $0.020 < 0.05$, dapat dikatakan bahwa variabel pengetahuan (X₃) signifikan mempengaruhi minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* Bank Aceh Syariah (*Action*).

2. Uji F (Uji Simultan)

Uji F bertujuan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama dari variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji F pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 1.7 Uji F (Uji Simultan)

ANOVA^b

Model		<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	F	Sig.
1	Regression	1026.784	3	342.261	81.611	.000 ^a
	Residual	402.606	96	4.194		
	Total	1429.390	99			

a. Predictors: (Constant), X₃, X₂, X₁

b. Dependent Variable: Y

Sumber: olah data 2024

Berdasarkan hasil uji Anova (*Analysis Of varians*) atau F test diketahui bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh kepercayaan, kemudahan dan pengetahuan secara simultan terhadap minat sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai Fhitung $81.611 > F_{Tabel}$ yaitu 2.70, dapat dikatakan bahwa H₄ secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* Bank Aceh Syariah (*Action*).

Pembahasan

a. Pengaruh Kepercayaan (X₁), Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bank Aceh Syariah (*Action*).

Berdasarkan hasil uji statistik pada tabel 1.5 dapat diketahui bahwa nilai t hitung $< t_{tabel}$ atau $-1.331 < 1.98498$ dan nilai signifikan sebesar $0.186 > 0.05$ dengan ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan (X₁) tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah (Y) Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bank Aceh Syariah (*Action*).

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Anik Susanti (2015) dan Elvara Ichسانی, Ratmono (2021) menyatakan bahwa kepercayaan yang positif dari pengguna teknologi akan dapat menimbulkan minat dalam menggunakan teknologi, begitu juga sebaliknya apabila seseorang tidak percaya dalam menggunakan teknologi baik dari manfaat yang ditimbulkan maupun kegunaan dari teknologi tersebut maka tidak akan menimbulkan rasa minat dalam menggunakan.

b. Pengaruh Kemudahan (X₂), Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bank Aceh Syariah (*Action*).

Berdasarkan hasil uji statistik pada tabel 1.5 dapat diketahui bahwa nilai t hitung $> t$ tabel atau $6.083 > 1.98498$ dan nilai signifikan sebesar $0.000 < 0.05$ dengan ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah (Y) Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bank Aceh Syariah (*Action*).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anik Susanti (2015), Annisa Fitri Iriani (2018), Faizah (2020) dan Cahya Krismawar Ningsih (2021) yang menyatakan bahwa kemudahan dalam menggunakan *mobile banking* akan menimbulkan minat dalam menggunakan. Sehingga dari kemudahan akan timbulnya proses nasabah dalam memilih, menimbang dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh tentang kemudahan dalam menggunakan yang kemudian akan direspon melalui tindakan.

c. Pengaruh Pengetahuan (X_3), Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bank Aceh Syariah (*Action*).

Berdasarkan hasil uji statistik pada tabel 1.5 dapat diketahui bahwa nilai t hitung $> t$ tabel atau $2.375 > 1.98498$ dan nilai signifikan sebesar $0.020 < 0.05$ dengan ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah (Y) Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bank Aceh Syariah (*Action*).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anik Susanti (2015), Annisa Fitri Iriani (2018), Faizah (2020) dan Cahya Krismawar Ningsih (2021) yang menyatakan bahwa apabila seseorang mampu menguasai teknologi dan dapat mempermudah kegiatan sehari-hari, maka seseorang tersebut akan terus menerus menggunakan teknologi tersebut.

d. Pengaruh Kepercayaan (X_1), Kemudahan (X_2), dan Pengetahuan (X_3), Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bank Aceh Syariah (*Action*).

Berdasarkan hasil uji statistik pada tabel 1.6 dapat diketahui bahwa secara simultan kepercayaan (X_1), kemudahan (X_2), dan pengetahuan (X_3) terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* Bank Aceh Syariah (*Action*). Diketahui f hitung pada penelitian ini adalah sebesar 81.611 dengan signifikan sebesar 0,000, dan nilai f tabel adalah sebesar 2.70 dengan signifikan 0,05. Dilihat dari nilai f hitung $81.611 > f$ tabel 2.70 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka keputusan H_4 diterima, sehingga dapat disimpulkan

bahwa variabel kepercayaan (X_1), kemudahan (X_2), dan pengetahuan (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap variabel minat penggunaan (Y).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anik Susanti (2015), Annisa Fitri Iriani (2018), Faizah (2020), Elvara Ichسانی, Ratmono (2021) dan Cahya Krismawar Ningsih (2021) yang menyatakan bahwa kepercayaan, kemudahan dan pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah penggunaan layanan *mobile banking* Bank Aceh Syariah (*Action*).

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan sebelumnya maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai t hitung dari kepercayaan (X_1) sebesar -1.331 dengan signifikan sebesar 0.186. Adapun nilai t tabel dalam penelitian ini dihitung dengan $df = n-k$ ($100-4= 96$) adalah sebesar 1.98498 dan nilai signifikan 0.05. Artinya $0.186 > 0.05$, dapat dikatakan bahwa variabel kepercayaan (X_1) tidak signifikan mempengaruhi secara parsial terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* Bank Aceh Syariah (*Action*).
2. Nilai t hitung dari kemudahan (X_2) sebesar 6.083 dengan signifikan sebesar 0.000. Adapun nilai t tabel dalam penelitian ini dihitung dengan $df = n-k$ ($100-4= 96$) adalah sebesar 1.98498 dan nilai signifikan 0.05. Artinya $0.000 < 0.05$, dapat dikatakan bahwa variabel kemudahan (X_2) signifikan mempengaruhi secara parsial terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* Bank Aceh Syariah (*Action*).
3. Nilai t hitung dari pengetahuan (X_3) sebesar 2.375 dengan signifikan sebesar 0.020. Adapun nilai t tabel dalam penelitian ini dihitung dengan $df = n-k$ ($100-4= 96$) adalah sebesar 1.98498 dan nilai signifikan 0.05. Artinya $0.020 < 0.05$, dapat dikatakan bahwa variabel pengetahuan (X_3) signifikan mempengaruhi secara parsial terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* Bank Aceh Syariah (*Action*).
4. Diketahui bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh kepercayaan (X_1), kemudahan (X_2) dan pengetahuan (X_3) secara simultan terhadap minat sebesar $0.000 < 0.05$ dan

nilai $F_{hitung} 81.611 > F_{Tabel}$ yaitu 2.70, dapat dikatakan bahwa H_4 secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* Bank Aceh Syariah (*Action*).

5. Hasil uji koefisien determinasi diketahui nilai pada *Adjusted R Square* sebesar 0.710 diartikan sebagai persentase atau variasi kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 71%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 29% (100% - 71%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Saran

Berdasarkan hasil yang didapatkan peneliti, maka peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Kepada lembaga keuangan yang menyediakan layanan *mobile banking* diharapkan ke depan agar meningkatkan lagi fitur-fitur yang tersedia dalam pelayanannya, baik itu dari segi produk ataupun jasa. Sehingga dengan adanya produk ataupun jasa terbaru yang dapat memudahkan pengguna ataupun calon pengguna sehingga dengan hal tersebut dapat meningkatkan pengaruh sosial dalam mempengaruhi minat dalam menggunakan *mobile banking*. Selain adanya produk atau jasa *mobile banking* juga harus menyediakan promo yang dapat memudahkan pengguna sehingga pengguna *mobile banking* baik yang sudah menggunakan maupun calon pengguna dapat mempertahankan pengguna lama maupun pengguna baru.
2. Kepada nasabah, agar kedepannya mampu memanfaatkan kemudahan yang diberikan *mobile banking* dalam mendukung kegiatan sehari-sehari dan mempermudah transaksi-transaksi yang akan dilakukan.
3. Kepada peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lainnya agar penelitian ini dapat lebih luas dalam melihat minat nasabah, variabel yang dapat ditambahkan meliputi kualitas produk, kualitas jasa, tingkat keamanan, atau lebih fokus ke gaya hidup yang dijalankan oleh nasabah.

E. REFERENSI

Buku

Azwar, S. (2010). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016). Metode Penelitian. Cetakan XI.

- Feranika, D. H. & A. (2021). *Sistem Informasi Perbankan*. Solok: Insan Cendekia Mandiri.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8. Cetakan ke VIII. Semarang: Bandung Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jogiyanto, 2009. *Sistem Informasi Keprilakuan*, Yogyakarta.
- Kasmir. (2004). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana. Muhammad.
- Kurniawan, H. (2021). *Pengantar praktis instrument penelitian*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Sugiyono. 2021. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif. Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Artikel dalam Jurnal

- Fadlan, A., & n Dewantara, R. Y. (2018). *Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB).
- Mahardika, A. and Basuki, R. 2011. *Factor Determining Acceptance Level of Internet Banking Implementation*. Journal of Economics, Business, and Accountancy.
- Nuhyatia, Indah (2013), *Penerapan Dan Aplikasi Akad Wakalah Pada Produk Jasa Bank Syariah Economic: Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*.
- Rahmad, A. D., Astuti, E. S., & Riyadi. (2017). *Pengaruh Kemudahan terhadap kepercayaan dan Penggunaan SMS Banking*. Jurnal Administrasi Bisnis.
- Sukmawati, H., Farizal Rasyid, A., Rachma Kurniaputri, M., Agama Islam, F., Studi Ekonomi Syariah, P., Siliwangi, U., Studi Kajian Wilayah Timur, P., & sitasi, S. (2021). *Penerimaan dan Penggunaan Layanan Mobile Banking Perbankan Syariah: Ekstensi Technology Acceptance Model*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 7(03).
- Syamsul Hadi and Novi Novi, “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking*”, Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan, (2015).
- Wardhana, A. (2015). *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) terhadap Kepuasan Nasabah di Indonesia*. Jurnal Manajemen DeReMa.

Skripsi/Tesis/Disertasi

- Zulfadli Hamzah1, A. A. P. (2015). *Nasabah Perbankan Syariah The. Kualitas Pelayanan Pengaruh Kualitas Pelayanan Pengaruh Terhadap Kepuasan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah The, 5(December)*.

Laman Web

<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2150/2542>

https://www.bankaceh.co.id/?page_id=82

<https://finance.detik.com/solusiukm/d-6343195/wakalah-adalah-jenis-dasar-hukum-rukun-dan-syarat>.

<https://finanteq.com/blog/fintech-trends/history-of-mobile-banking-how-it-all-started/>

<https://faspay.co.id/id/wajib-tahu-perbedaan-internet-banking-dan-mobile-banking/>