

---

**PENGARUH KREDIBILITAS BANK, PERSEPSI KEMANFAATAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN APLIKASI PERBANKAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN LAYANAN BSI *MOBILE* DI BANK SYARIAH INDONESIA KCP PONOROGO SOETTA**

**Nur Hayati, Ajeng Pipit Fitriani**

Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

[nurrhayati312@gmail.com](mailto:nurrhayati312@gmail.com)

DOI: 10.32815/ristansi.v4i1.1720

---

**Informasi Artikel**

Tanggal Masuk	30 Mei, 2023
Tanggal Revisi	27 Juni, 2023
Tanggal diterima	10 Juli, 2023

**Keywords:**

*Bank Credibility, Perceived Usefulness, Perceived Convenience, Customer Interest*

**Abstract:**

*Customer interest is the desire to try the product and an interest arises in using and owning the product. Customer interest can be influenced by several factors including the bank's credibility, perceived usefulness and perceived convenience. Bank credibility is a form of customer trust in banking, the behavior of someone who believes their transactions and privacy are safely guarded by banks. Perceived usefulness is a person's subjective view if using an information technology can improve performance. Perceived convenience is the degree to which a person believes that using a system does not require much effort. This study uses a quantitative research approach using primary data obtained through interviews and distributing questionnaires. The population used in this study are customers who use the BSI Mobile application at Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta whose number is unknown. The sampling technique in this study used the Lemeshow formula with 100 respondents as the research sample. The data analysis method used in this study is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that: Bank credibility, perceived usefulness and perceived convenience partially and simultaneously have a significant effect on customers' interest in using BSI Mobile services at BSI KCP Ponorogo Soetta.*

---

**Kata Kunci:**

Kredibilitas Bank  
Persepsi  
Kemanfaatan  
Persepsi  
Kemudahan  
Minat Nasabah

**Abstrak:**

Minat nasabah merupakan keinginan untuk mencoba produk dan timbul ketertarikan untuk menggunakan dan memiliki produk. Minat nasabah dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah kredibilitas bank, persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan. Kredibilitas bank adalah bentuk kepercayaan nasabah terhadap perbankan, perilaku seseorang yang percaya transaksi dan privasi mereka dijaga dengan aman oleh

---

perbankan. Persepsi kemanfaatan adalah pandangan subjektif seseorang jika dalam menggunakan suatu teknologi informasi dapat meningkatkan kinerjanya. Persepsi kemudahan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem sebagai sesuatu yang tidak memerlukan banyak usaha. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh melalui wawancara dan penyebaran kuisioner. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna aplikasi BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta yang jumlahnya tidak diketahui. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow dengan 100 responden sebagai sampel penelitian. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Kredibilitas bank, persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

---

## PENDAHULUAN

Perkembangan dunia teknologi kini semakin pesat. Dengan perkembangan teknologi yang pesat, jumlah pengguna internet juga meningkat di seluruh dunia. Teknologi informasi telah membantu banyak kalangan untuk mendapatkan informasi dengan cepat dan mudah. Sekarang semua proses ditangani secara *online* seperti beli barang tanpa harus datang ke toko. Hanya bermodalkan handphone dan internet, Anda bisa memilih barang sesuai kebutuhan. Proses pembayarannya sendiri juga sangat mudah, cukup transfer jumlah pembelian dan barang akan langsung diantar ke lokasi. Perkembangan teknologi informasi berdampak di bidang pendidikan, bisnis, kesehatan, dan perbankan. Perbankan telah melakukan inovasi layanan berbasis internet untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi yaitu *mobile banking*. Inovasi layanan ini harus diseimbangkan dengan minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Bank syariah memanfaatkan teknologi dan telekomunikasi sebagai salah satu aktivitas perbankan salah satu contohnya pada BSI yaitu dengan adanya aplikasi BSI *Mobile*. BSI *Mobile* merupakan salah satu inovasi jasa perbankan yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia supaya nasabah bisa bertransaksi setiap waktu dan tidak perlu datang langsung ke bank yang bersangkutan. Minat menggunakan merupakan hal yang paling pokok bagi suatu perbankan karena menunjukkan kegiatan nasabah untuk menggunakan suatu produk pada waktu yang akan datang. Untuk meningkatkan minat nasabah dalam

menggunakan aplikasi BSI *Mobile* perbankan syariah harus memiliki keunggulan dalam memberikan fasilitas teknologi informasi dan perbankan harus memberikan layanan yang baik. Layanan yang baik tersebut dilakukan untuk membentuk sikap positif nasabah terhadap perusahaan dan niat untuk tetap menggunakan layanan BSI *Mobile*. Minat nasabah dalam menggunakan layanan BSI *Mobile* dipengaruhi oleh banyak faktor antara lain kredibilitas bank, persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, kenyamanan, ketersediaan fitur, dan lain-lain.

Berdasarkan wawancara dengan ibu Nabila selaku teller di bank BSI KCP Ponorogo Soetta, nasabah bisa menggunakan aplikasi BSI *Mobile* yang sudah lengkap fiturnya dan canggih, akan tetapi ada nasabah yang kurang berminat dan kurang puas dalam penggunaan layanan BSI *Mobile* atau bahkan tidak berminat untuk menginstal aplikasi BSI *Mobile*. Beliau juga mengatakan bahwa menggunakan BSI *Mobile* juga memiliki resiko dalam penggunaannya. Nasabah merasa khawatir ketika menggunakan BSI *Mobile* karena tidak bertemu langsung dengan pegawai bank dan karena isu-isu yang berkembang tentang kredibilitas bank dalam keamanan dan privasi dari BSI *Mobile* itu sendiri. Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah BSI KCP Ponorogo Soetta yaitu bapak Alif, beliau belum merasakan kemudahan dari aplikasi BSI *Mobile* karena BSI *Mobile* ketika diakses sering error dan ketika melakukan transfer terlalu malam muncul layanan tidak tersedia dan beliau menunda transfer atau memilih untuk pergi ke ATM. Berdasarkan wawancara dengan saudara Mita, beliau mengatakan bahwa fitur yang ada di layanan BSI *Mobile* sudah bagus tapi ada beberapa layanan yang masih belum disediakan oleh BSI *Mobile*, dikarenakan beliau belum bisa memenuhi keinginannya seperti halnya pada saat akan melakukan transaksi pembelian pulsa lewat aplikasi BSI *Mobile* dengan nominal 10.000 tetapi di aplikasi hanya tersedia mulai dari nominal 15.000 ke atas sehingga manfaat dan kemudahan aplikasi BSI *Mobile* belum bisa dirasakan dan membuat nasabah tidak melakukan transaksi di aplikasi BSI *Mobile* dan memilih melakukan pembelian di layanan yang lain.

Penelitian terdahulu yang membahas tentang pengaruh kredibilitas bank, persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* sudah banyak dilakukan tetapi terdapat perbedaan waktu, tempat sampel, dan lain-lain. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Uun Farida dan Zaki Baridwan (2016), dari penelitian tersebut variabel yang digunakan adalah kegunaan, persepsi

kemudahan, persepsi keyakinan, persepsi kredibilitas, dan minat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konstruk persepsi kegunaan dan persepsi kredibilitas berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan perbankan elektronik. Melawan konstruk persepsi kemudahan, persepsi keyakinan dan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan perbankan elektronik. Selain itu ada juga penelitian yang dilakukan oleh Syukron Amrullah (2021), dari penelitian tersebut variabel yang digunakan adalah persepsi kemudahan penggunaan, risiko, dan minat nasabah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan BSI *Mobile* dan risiko tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan BSI *Mobile*.<sup>1</sup> Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya terdapat perbedaan hasil penelitian. Perbedaannya dalam penelitian ini terdapat pada variabel yang digunakan selanjutnya, yaitu penambahan dalam variabel yang digunakan.

Dalam penelitian ini menggunakan variabel kredibilitas bank, persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan sebagai variabel independent dan minat nasabah sebagai variabel dependent. Periode waktu yang diteliti juga menjadi perbedaan dalam penelitian yang dilakukan. Selain itu pemilihan objek nasabah BSI KCP Ponorogo Soetta juga menjadi perbedaan dengan penelitian terdahulu. Adapun alasan memilih BSI KCP Ponorogo Soetta sebagai lokasi penelitian karena letaknya yang berada dalam lingkungan persaingan antar industri perbankan yang cukup tinggi. Produk dan pelayanannya tidak kalah saing dengan bank-bank yang ada di kota Ponorogo. Hal ini dibuktikan dengan terus meningkatnya jumlah nasabah dari tahun ke tahun. BSI KCP Ponorogo Soetta mampu bersaing dengan bank-bank yang ada di kota Ponorogo, baik itu produknya maupun layanan yang ada di BSI KCP Ponorogo Soetta. Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengangkat judul skripsi “Pengaruh Kredibilitas Bank, Persepsi Kemanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Aplikasi Perbankan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan BSI *Mobile* Di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta”.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif jenis korelasional. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dan diolah langsung oleh obyeknya melalui wawancara dan penyebaran kuisisioner. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna aplikasi BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta yang jumlahnya tidak diketahui karena memang tidak ada data pasti dari bank. Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel ini menggunakan *non-probability* tepatnya menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Metode ini menggunakan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti untuk memilih sampel. Karakteristik responden pada penelitian ini adalah nasabah yang mempunyai aplikasi BSI *Mobile* di BSI KCP Ponorogo Soetta dan pernah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta. Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui. Dalam penelitian ini, penulis melakukan pengolahan data dengan menggunakan bantuan program IBM SPSS Statistics 22 dan MS. Excel. Analisis kuantitatif dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa langkah antara lain: Pengujian Instrumen, Pengujian Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda dan Pengujian Hipotesis.

## **HASIL PENELITIAN**

### **A. Deskripsi Sampel Responden**

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil sesuai prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Pengambilan sampel dapat menjadi kesimpulan dari populasi sehingga sampel yang digunakan untuk penelitian benar dapat mewakili populasi. Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel ini menggunakan *non-probability* tepatnya menggunakan *purposive sampling*. Sugiyono menyatakan bahwa *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Metode ini menggunakan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti untuk memilih sampel. Karakteristik responden pada penelitian ini adalah nasabah yang mempunyai aplikasi BSI *Mobile* di BSI KCP Ponorogo Soetta dan pernah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta. Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini

menggunakan rumus Lemeshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui. Adapun rumus Lemeshow adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

Keterangan :

- n : Jumlah sampel
- z : Nilai standart = 1,96
- p : Maksimal estimasi = 50 % = 0,5
- d : alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Melalui rumus diatas, maka dapat dihitung jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,10^2}$$
$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$
$$n = 96,04 = 100$$

Dengan menggunakan rumus Lemeshow di atas, maka nilai sampel (n) yang didapat adalah 96,04 yang kemudian dibulatkan menjadi 100 orang.

## B. Hasil Pengujian Instrumen

Instrumen sebagai alat pengumpulan data sangat perlu diuji kelayakannya, karena akan menjamin bahwa data yang dikumpulkan tidak bias. Menurut Sugiyono (2014) agar diperoleh distribusi nilai pengukuran mendekati normal maka jumlah responden untuk uji kuisisioner dengan uji validitas dan reabilitas paling sedikit adalah 30 responden. Data yang digunakan peneliti dalam uji validitas dan reabilitas diambil dari 30 responden. Hal ini sesuai dengan pendapat Sugiyono yang mengatakan bahwa jumlah minimal uji coba kuisisioner adalah 30 responden. Jika instrument itu valid, maka instrument tersebut dapat digunakan pada kuisisioner penelitian selanjutnya.

### 1. Uji Validitas

Data yang digunakan dalam uji validitas adalah 30 responden, maka  $r_{tabel}$  yang digunakan adalah 0,361

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Validitas Kredibilitas Bank (X1)**

No. Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,853	0,361	Valid
2	0,736	0,361	Valid
3	0,762	0,361	Valid
4	0,911	0,361	Valid
5	0,871	0,361	Valid
6	0,838	0,361	Valid
7	0,796	0,361	Valid
8	0,576	0,361	Valid

Sumber: Data SPSS diolah, 2023.

Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa 8 item pernyataan pada variabel kredibilitas bank (X1) dapat dinyatakan valid karena memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan nilai  $r_{tabel}$  yaitu 0,361.

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Validitas Persepsi Kemanfaatan (X2)**

No. Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,888	0,361	Valid
2	0,849	0,361	Valid
3	0,951	0,361	Valid
4	0,936	0,361	Valid
5	0,889	0,361	Valid
6	0,843	0,361	Valid
7	0,853	0,361	Valid
8	0,731	0,361	Valid

Sumber: Data SPSS diolah, 2023

Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa 8 item pernyataan pada variabel persepsi kemanfaatan aplikasi perbankan (X2) dapat dinyatakan valid karena memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan nilai  $r_{tabel}$  yaitu 0,361.

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Validitas Persepsi Kemudahan (X3)**

No. Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,786	0,361	Valid
2	0,798	0,361	Valid
3	0,742	0,361	Valid
4	0,866	0,361	Valid
5	0,811	0,361	Valid
6	0,826	0,361	Valid
7	0,833	0,361	Valid
8	0,793	0,361	Valid

Sumber: Data SPSS diolah, 2023

Berdasarkan tabel 3 diketahui bahwa 8 item pernyataan pada variabel persepsi kemudahan aplikasi perbankan (X3) dapat dinyatakan valid karena memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan nilai  $r_{tabel}$  yaitu 0,361.

**Tabel 4**  
Hasil Uji Validitas Minat Nasabah (Y)

No. Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,822	0,361	Valid
2	0,828	0,361	Valid
3	0,853	0,361	Valid
4	0,793	0,361	Valid

Sumber: Data SPSS diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4 diketahui bahwa 4 item pernyataan pada variabel minat nasabah (Y) dapat dinyatakan valid karena memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan nilai  $r_{tabel}$  yaitu 0,361.

## 2. Uji Reliabilitas

**Tabel 5**  
Hasil Uji Reliabilitas Kredibilitas Bank (X1)

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Kredibilitas Bank (X1)	.915	0,6	Reliabel

Sumber: Data SPSS diolah, 2023

Berdasarkan tabel 5 diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,915 > 0,6. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa 8 item pernyataan pada variabel kredibilitas bank (X1) sudah reliabel.

**Tabel 6**  
Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kemanfaatan (X2)

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Persepsi Kemanfaatan (X2)	.953	8	Reliabel

Sumber: Data SPSS diolah, 2023

Berdasarkan tabel 6 diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,953 > 0,6. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa 8 item pernyataan pada variabel persepsi kemanfaatan aplikasi perbankan (X2) sudah reliabel.



**Tabel 7**  
**Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kemudahan (X3)**

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Persepsi Kemudahan (X3)	.922	8	Reliabel

Sumber: Data SPSS diolah, 2023

Berdasarkan tabel 7 diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,922 > 0,6. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa 8 item pernyataan pada variabel persepsi kemudahan aplikasi perbankan (X3) sudah reliabel.

**Tabel 8**  
**Hasil Uji Reliabilitas Minat Nasabah (Y)**

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Minat Nasabah (Y)	.838	4	Reliabel

Sumber: Data SPSS diolah, 2023

Berdasarkan tabel 8 diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,838 > 0,6. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa 4 item pernyataan pada variabel persepsi minat nasabah (Y) sudah reliabel.

### C. Hasil Pengujian Deskriptif

#### 1. Deskripsi Responden

##### Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 9**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**  
**Jenis Kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	20	20.0	20.0	20.0
	Perempuan	80	80.0	80.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data SPSS diolah, 2023.

Berdasarkan tabel 9 di atas dapat diketahui bahwa dari 100 responden, jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 20 responden atau 20,0%, sedangkan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 80 responden atau 80%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah yang menggunakan layanan BSI *Mobile* di BSI KCP Ponorogo Soetta adalah perempuan.

## Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 10**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

		Usia		Valid	Cumulative
		Frequency	Percent	Percent	Percent
Valid	<20 Tahun	2	2.0	2.0	2.0
	20-30 Tahun	81	81.0	81.0	83.0
	31-40 Tahun	15	15.0	15.0	98.0
	>40 Tahun	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data SPSS diolah, 2023.

Berdasarkan tabel 10 di atas dapat diketahui bahwa dari 100 responden, jumlah responden yang berusia < 20 tahun sebanyak 2 responden atau 2,0%. Usia < 20 responden masih di bangku sekolah SD, SMP, SMA atau lainnya, mereka belum mempunyai penghasilan sendiri dan untuk memenuhi kebutuhannya masih minta ke orang tua. Jadi tidak memungkinkan untuk membuka rekening dan menabung di BSI. Usia 20-30 tahun sebanyak 81 responden atau 81,0%. Usia 20-30 responden sudah menjadi mahasiswa dan ada juga yang sudah mulai bekerja, bahkan mahasiswa sekarang juga mulai membangun bisnis online dan salah satu layanan untuk transaksi bisnis itu sendiri menggunakan *mobile banking* yaitu BSI *Mobile*. Usia 31-40 tahun sebanyak 15 responden atau 15,0%. Usia 31-40 responden sudah bekerja dan ada yang sudah menikah, responden ada yang memilih menggunakan BSI *Mobile* dan ada yang juga yang lebih memilih transaksi dengan datang langsung ke kantor. Usia > 40 tahun sebanyak 2 responden atau 2,0%. Usia > 40 responden semakin sedikit dikarenakan di usia segitu, kemungkinan nasabah sudah tidak telaten menggunakan BSI *Mobile*. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah yang menggunakan layanan BSI *Mobile* di BSI KCP Ponorogo Soetta adalah berusia 20-30 tahun.

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

**Tabel 11**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**  
**Pekerjaan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa/pelajar	67	67.0	67.0	67.0
	PNS/TNI/Polri	5	5.0	5.0	72.0
	Pegawai Swasta	3	3.0	3.0	75.0
	Wiraswasta	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data SPSS diolah, 2023.

Berdasarkan tabel 11 di atas dapat diketahui bahwa dari 100 responden, jumlah responden yang mempunyai pekerjaan pelajar/mahasiswa sebanyak 67 atau 67,0%. Responden pelajar/mahasiswa lebih banyak dikarenakan mahasiswa perbankan syariah dari kampus biasanya diberi kewajiban untuk membuka rekening di perbankan syariah seperti BSI dan menggunakan aplikasi BSI *Mobile* untuk keperluan belajar. Mahasiswa ada yang terpaksa dan ada yang memang butuh, bahkan yang terpaksa akhirnya merasakan manfaat dan kegunaan BSI *Mobile* itu sendiri, jadi mahasiswa tetap setia menggunakan layanan BSI *Mobile* untuk transaksi. Pelajar/mahasiswa juga sudah mulai menjalankan bisnis online dan untuk transaksi bisnis seperti transfer dan lainnya biasa menggunakan *mobile banking* yaitu BSI *Mobile*. PNS/TNI/Polri sebanyak 5 atau 5,0%. PNS/TNI/Polri ada yang menabung di BSI dengan membuka BSI tabungan pensiun, tetapi ada juga yang lebih memilih menggunakan perbankan yang lain seperti perbankan konvensional. Pegawai swasta sebanyak 3 atau 3,0% dan wiraswasta sebanyak 25 atau 25,0%. Pegawai swasta dan wiraswasta masih banyak yang tidak menggunakan perbankan syariah, tetapi menggunakan perbankan konvensional. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah yang menggunakan layanan BSI *Mobile* di BSI KCP Ponorogo Soetta pekerjaannya adalah mahasiswa/pelajar.

2. Deskripsi Data Variabel

**Tabel 12**  
**Hasil Uji Statistik Deskriptif**  
**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kredibilitas Bank	100	20.00	32.00	28.5300	3.23945
Persepsi Kemanfaatan	100	22.00	32.00	29.1900	3.14207
Persepsi Kemudahan	100	21.00	32.00	28.9900	3.34089
Minat Nasabah	100	8.00	16.00	14.3800	1.70430
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data SPSS diolah, 2023.

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif pada tabel 12 dapat diketahui bahwa variabel kredibilitas bank memiliki nilai minimum sebesar 20.00 dan nilai maksimum sebesar 32.00. Nilai rata-rata (*mean*) sebesar 28.5300 dan standar deviasinya (tingkat sebaran datanya) sebesar 3.23945. Variabel persepsi kemanfaatan aplikasi BSI *Mobile* memiliki nilai minimum sebesar 22.00 dan nilai maksimum sebesar 32.00. Nilai rata-rata (*mean*) sebesar 29.1900 dan standar deviasinya (tingkat sebaran datanya) sebesar 3.14207. Variabel persepsi kemanfaatan aplikasi BSI *Mobile* memiliki nilai minimum sebesar 21.00 dan nilai maksimum sebesar 32.00. Nilai rata-rata (*mean*) sebesar 28.9900 dan standar deviasinya (tingkat sebaran datanya) sebesar 3.34089. Variabel minat nasabah memiliki nilai minimum sebesar 8.00 dan nilai maksimum sebesar 16.00. Nilai rata-rata (*mean*) sebesar 14.3800 dan standar deviasinya (tingkat sebaran datanya) sebesar 1.70430.

D. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Pengujian Asumsi Klasik

Uji Normalitas

**Tabel 13**  
**Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.67894142

Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.086
	Negative	-.077
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.071 <sup>c</sup>

Sumber: Data SPSS diolah, 2023.

Berdasarkan tabel 13 diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar  $0,71 > 0,05$  sehingga ketentuan  $H_0$  diterima, artinya data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalisasi terpenuhi.

### Uji Multikolinieritas

**Tabel 14**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.195	.706		1.693	.094		
Kredibilitas Bank	.085	.045	.165	1.880	.063	.251	3.991
Persepsi Kemanfaatan	.030	.051	.057	.599	.551	.212	4.713
Persepsi Kemudahan	.342	.052	.707	6.629	.000	.169	5.900

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: Data SPSS diolah, 2023.

Berdasarkan tabel 14 diketahui bahwa variabel kredibilitas bank (X1) memiliki nilai VIF sebesar  $3,991 < 10$ , variabel persepsi kemanfaatan (X2) memiliki nilai VIF sebesar  $4,713 < 10$  dan variabel persepsi kemudahan memiliki nilai VIF sebesar  $5,900 < 10$ , maka dari ke tiga variabel  $H_0$  diterima, artinya persamaan regresi linier berganda tidak terjadi kasus multikolinieritas.

## Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 15**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.344	.545		.632	.529
	Kredibilitas Bank	.046	.035	.266	1.342	.183
	Persepsi Kemanfaatan	.003	.039	.017	.075	.940
	Persepsi Kemudahan	-.043	.040	-.264	-1.057	.293

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Sumber: Data SPSS diolah, 2023.

Berdasarkan tabel 15 diketahui bahwa variabel kredibilitas bank (X1) nilai sig = 0,183 > 0,05, persepsi kemanfaatan (X2) nilai sig = 0,940 > 0,05 dan persepsi kemudahan (X3) nilai sig = 0,150 > 0,05. Hal ini berarti  $H_0$  diterima, maka dapat disimpulkan bahwa varian residual homogen tidak terjadi kasus heteroskedastisitas.

## 2. Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 16**  
**Hasil Regresi Linier Ganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.551	.772		.714	.477
	Kredibilitas Bank	.434	.034	.786	12.596	.000
	Persepsi Kemanfaatan	.457	.032	.821	14.262	.000
	Persepsi Kemudahan	.456	.023	.893	19.643	.000

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: Data SPSS diolah, 2023.

Berdasarkan pada Tabel 16 dapat dibuat model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,551 + 0,434X_1 + 0,457X_2 + 0,456X_3 + e$$

### **Konstanta ( $b_0$ )**

Nilai konstanta ( $b_0$ ) sebesar 0,551 menunjukkan bahwa, apabila variabel independen kredibilitas bank ( $X_1$ ), persepsi kemanfaatan ( $X_2$ ) dan persepsi kemudahan ( $X_3$ ) nol atau tidak ada maka minat nasabah ( $Y$ ) adalah sebesar 0,551 satuan.

### **Konstanta ( $b_1$ ) Untuk Variabel $X_1$ (Kredibilitas Bank)**

Besarnya koefisien regresi ( $b_1$ ) sebesar 0,434. Nilai ( $b_1$ ) yang positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel kredibilitas bank ( $X_1$ ) dengan variabel minat nasabah ( $Y$ ). Jika kredibilitas bank ditingkatkan maka minat nasabah menjadi meningkat. Nilai koefisien regresi ( $b_1$ ) sebesar 0,434 artinya jika kredibilitas bank dinaikkan sebesar 1 satuan, maka minat nasabah naik sebesar 0,434 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.

### **Konstanta ( $b_2$ ) Untuk Variabel $X_2$ (Persepsi Kemanfaatan)**

Besarnya koefisien regresi ( $b_1$ ) sebesar 0,457. Nilai ( $b_1$ ) yang positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel persepsi kemanfaatan ( $X_2$ ) dengan variabel minat nasabah ( $Y$ ). Jika persepsi kemanfaatan ditingkatkan maka minat nasabah menjadi meningkat. Nilai koefisien regresi ( $b_1$ ) sebesar 0,457 artinya jika persepsi kemanfaatan dinaikkan sebesar 1 satuan, maka minat nasabah naik sebesar 0,457 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.

### **Konstanta ( $b_3$ ) Untuk variabel $X_3$ (Persepsi Kemudahan)**

Besarnya koefisien regresi ( $b_1$ ) sebesar 0,456 Nilai ( $b_1$ ) yang positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel persepsi kemudahan ( $X_3$ ) dengan variabel minat nasabah ( $Y$ ). Jika persepsi kemudahan ditingkatkan maka minat nasabah menjadi meningkat. Nilai koefisien regresi ( $b_1$ ) sebesar 0,456 artinya jika persepsi kemudahan dinaikkan sebesar 1 satuan, maka minat nasabah naik sebesar 0,456 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.

### ***Std.Error (Constant)***

Penyimpangan dari konstanta yang ada dari model regresi yaitu sebesar 0,772. Variabel kredibilitas bank ( $X_1$ ) menunjukkan penyimpangan koefisien regresi variabel  $X_1$ . Semakin kecil penyimpangan dalam koefisien regresi itu

berarti semakin berarti kontribusi variabel X1 tersebut terhadap variabel Y sebesar 0,034. Variabel persepsi kemanfaatan (X2) menunjukkan penyimpangan koefisien regresi variabel X2. Semakin kecil penyimpangan dalam koefisien regresi itu berarti semakin berarti kontribusi variabel X2 tersebut terhadap variabel Y sebesar 0,032. Variabel persepsi kemudahan (X3) menunjukkan penyimpangan koefisien regresi variabel X3. Semakin kecil penyimpangan dalam koefisien regresi itu berarti semakin berarti kontribusi variabel X3 tersebut terhadap variabel Y sebesar 0,023.

### Uji Simultan (Uji F)

**Tabel 17**  
**Hasil Uji F**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	230.956	3	76.985	130.566	.000 <sup>b</sup>
	Residual	56.604	96	.590		
	Total	287.560	99			

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

b. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan, Kredibilitas Bank, Persepsi Kemanfaatan

Sumber: Data SPSS diolah, 2023

Berdasarkan tabel 17 di atas, hasil uji F menunjukkan bahwa nilai signifikan yang diperoleh yaitu  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa kredibilitas bank, persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan aplikasi perbankan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Kredibilitas Bank Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan BSI *Mobile* Di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta

Menurut Keller dan Aaker kredibilitas adalah tingkat kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, di mana perusahaan memiliki pengetahuan, pengalaman dan kemampuan yang memadai agar dapat dipercaya dan menimbulkan minat kepada pelanggan. Sebuah sistem yang memiliki kredibilitas tinggi, akan mendorong seseorang untuk menggunakan suatu sistem tersebut. Dapat dikatakan bahwa kredibilitas bank



memiliki dua komponen yaitu keamanan dan privasi, merupakan bagian yang sangat mempengaruhi seseorang untuk menggunakan sistem tersebut. Jadi semakin banyak orang yang percaya terhadap keamanan dan privasi maka semakin besar niat seseorang dalam menggunakan sistem tersebut. Aplikasi BSI *Mobile* dijamin keamanan dan privasinya dengan menerapkan 2 sistem keamanan, yaitu password untuk mengakses rekening dan PIN untuk transaksi. Jadi semakin banyak nasabah percaya keamanan dan privasi BSI *Mobile* maka semakin besar minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile*. Hasil analisis yang telah diolah dengan IBM SPSS diperoleh data kredibilitas bank mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil hipotesis. Jadi dapat disimpulkan bahwa kredibilitas bank berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta. Nilai koefisien positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara kredibilitas bank dengan minat nasabah. Jika kredibilitas bank ditingkatkan maka minat nasabah menjadi meningkat. Hal ini sejalan dengan teori Keller dan Aaker yang menyatakan bahwa sebuah sistem yang memiliki kredibilitas tinggi akan mendorong seseorang untuk menggunakan suatu sistem tersebut. Kredibilitas mempengaruhi minat nasabah, semakin tinggi kredibilitas bank akan meningkatkan minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile*. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ramadhan, yang menunjukkan bahwa kredibilitas berpengaruh signifikan terhadap niat nasabah menggunakan *Mobile Banking*.

#### **Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Aplikasi Perbankan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan BSI *Mobile* Di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta**

Persepsi kemanfaatan menurut Vankatesh adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Seseorang yang semakin mudah menggunakan internet, akan semakin mudah mendapatkan manfaat dari teknologi tersebut. Manfaat juga berpengaruh terhadap minat penggunaan. Keduanya memiliki hubungan erat, karena semakin besar manfaat yang diperoleh, seseorang akan cenderung menggunakan teknologi tersebut. Aplikasi BSI *Mobile* memiliki berbagai menu yang beragam yang dapat bermanfaat bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dalam bertransaksi. Semakin besar manfaat aplikasi BSI *Mobile*

yang dirasakan oleh nasabah maka semakin besar minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile*. Hasil analisis yang telah diolah dengan IBM SPSS diperoleh data persepsi kemanfaatan aplikasi perbankan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil hipotesis. Jadi dapat disimpulkan bahwa persepsi kemanfaatan aplikasi perbankan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia. Nilai koefisien positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara persepsi kemanfaatan dengan minat nasabah. Jika persepsi kemanfaatan ditingkatkan maka minat nasabah menjadi meningkat. Hal ini sejalan dengan teori Philip Kotler dan Kevin Lane yang menyatakan bahwa semakin besar manfaat yang diperoleh, seseorang akan cenderung menggunakan teknologi tersebut. Persepsi kemanfaatan mempengaruhi minat nasabah, semakin besar manfaat yang diperoleh akan meningkatkan minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile*. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rizky, yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan positif terhadap adopsi internet banking.

#### **Pengaruh Persepsi Kemudahan Aplikasi Perbankan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan BSI *Mobile* DI Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta**

Persepsi kemudahan menurut Vankatesh dan Davis adalah suatu kepercayaan yang timbul dari seseorang terhadap suatu teknologi informasi yang dalam penggunaan teknologi tersebut mudah dan tidak memerlukan banyak usaha. Kemudahan juga berpengaruh terhadap minat penggunaan. Keduanya memiliki hubungan erat, karena dengan adanya kemudahan yang tinggi kepada konsumen akan menciptakan minat penggunaan suatu produk. Berbagai layanan BSI *Mobile* dapat diakses dengan mudah dan BSI *Mobile* memberikan kemudahan nasabah dalam bertansaksi, beribadah dan berbagi melalui beragam fitur dalam satu aplikasi. Semakin mudah layanan BSI *Mobile* diakses maka semakin besar minat nasabah dalam menggunakan layanan BSI *Mobile*. Hasil analisis yang telah diolah dengan IBM SPSS diperoleh data persepsi kemudahan aplikasi perbankan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil hipotesis. Jadi dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan aplikasi perbankan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta. Nilai koefisien positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara persepsi kemudahan dengan minat nasabah. Jika persepsi kemudahan ditingkatkan maka minat nasabah menjadi meningkat. Hal ini sejalan dengan teori Philip Kotler dan Kevin Lane yang menyatakan bahwa adanya kemudahan yang tinggi kepada konsumen akan menciptakan minat penggunaan suatu produk. Persepsi kemudahan mempengaruhi minat nasabah, semakin besar kemudahan yang diperoleh akan meningkatkan minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile*. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pranoto, di mana hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Namun hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Amrullah, yang menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan BSI *Mobile*.

#### **Pengaruh Kredibilitas Bank, Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan Aplikasi Perbankan Secara Simultan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan BSI *Mobile* Di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta**

Minat menurut Elizabeth B. Hurlock adalah sumber motivasi yang mendorong untuk melakukan apa yang mereka inginkan apabila mereka melihat bahwa sesuatu akan menguntungkan mereka akan berminat, apabila kepuasan berkurang minatpun berkurang. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat diantaranya yaitu kredibilitas bank, persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan dan lain-lain. Suatu aktivitas dikatakan mudah apabila tidak menyulitkan pelaksanaannya. Berdasarkan sudut pandang seseorang, suatu aktivitas akan bermanfaat apabila memudahkan konsumen untuk menggunakan serta memiliki pengetahuan dan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dapat memuaskan keinginan pelanggan. Aplikasi BSI *Mobile* dikatakan mudah apabila tidak menyulitkan nasabah. BSI *Mobile* akan bermanfaat apabila memudahkan nasabah dalam menggunakan serta akan bermanfaat apabila suatu perbankan memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam memberikan pelayanan, sehingga dengan adanya kredibilitas bank, persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan maka dapat meningkatkan minat

nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile*. Hasil analisis yang telah diolah dengan IBM SPSS diperoleh data variabel independent secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil hipotesis. Jadi dapat disimpulkan bahwa kredibilitas bank, persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan aplikasi perbankan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta. Dari hasil analisis diatas menunjukkan bahwa kredibilitas bank, persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile*. Hal ini sejalan dengan teori Elizabeth B. Hurlock yang menyatakan bahwa minat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yaitu kredibilitas bank, persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan dan lain-lain. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Oktapiani, yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan kredibilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *mobile banking*.

## KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah dan hasil uji hipotesis yang telah diajukan dengan model analisis linier berganda maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kredibilitas bank berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta. Variabel kredibilitas bank mampu menerangkan variabel minat nasabah sebesar 43,4% dan sisanya 56,6% dipengaruhi variabel lain. Nilai koefisien positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara kredibilitas bank dengan minat nasabah. Jadi dapat disimpulkan bahwa kredibilitas bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.
2. Persepsi kemanfaatan aplikasi perbankan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP

Ponorogo Soetta. Variabel persepsi kemanfaatan mampu menerangkan variabel minat nasabah sebesar 45,7% dan sisanya 54,3% dipengaruhi oleh variabel lain. Nilai koefisien positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara persepsi kemanfaatan dengan minat nasabah. Jadi dapat disimpulkan bahwa persepsi kemanfaatan aplikasi perbankan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

3. Persepsi kemudahan aplikasi perbankan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta. Variabel persepsi kemudahan mampu menerangkan variabel minat nasabah sebesar 45,6% dan sisanya 54,4% dipengaruhi oleh variabel lain. Nilai koefisien positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara persepsi kemudahan dengan minat nasabah. Jadi dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan aplikasi perbankan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.
4. Kredibilitas bank, persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan aplikasi perbankan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta. Variabel independent yaitu kredibilitas bank, persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan mampu menerangkan variabel terikat yaitu minat nasabah sebesar 79,7% dan sisanya 20,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model regresi. Jadi dapat disimpulkan bahwa kredibilitas bank, persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan aplikasi perbankan secara simultan berpengaruh

positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil pengujian hipotesis yang sudah dilakukan maka diajukan beberapa saran yang dapat bermanfaat yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah Indonesia disarankan untuk terus berupaya menjaga dan mengembangkan aplikasi BSI *Mobile* dengan memberikan layanan yang baik dan menambah fitur-fitur layanan di BSI *Mobile* sehingga dapat menciptakan minat nasabah secara maksimal.
2. Bagi penelitian selanjutnya, dapat menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi minat nasabah. Karena dalam penelitian ini diketahui sebesar 20,3 faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat nasabah.

## REFERENSI

- Aggraeni, Tania. "Pengaruh Sosial, Kredibilitas Bank, Dan Harapan Kinerja Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Bank CIMB Niaga Di Surabaya." *Surabaya: STIE Perbanas*, 2016.
- Akbar, Mohammad Aldrin, dkk. *E-Commerce Dasar Teori Dalam Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Amrullah, Syukron. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan BSI Mobile. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko terhadap minat nasabah menggunakan BSI mobile." *Skripsi. IAIN Madura*, 2021.
- Farida, Uun, dan Zaki Baridwan. "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Keyakinan, Persepsi Kredibilitas Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Banking." *Skripsi*, 2016.
- Febriyani, Dyah Anggita. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Beli Online Pada Mahasiswa UST Yogyakarta Pengguna Zalora." *Jurnal Ekobis Denantara Vol. 1 No. 11 November 2018*, 2018.
- Hadi, Syamsul, dan Novi. "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking." *Jurnal Universitas Islam Indonesia*, 2016.
- Minggat S.A, Rizky. "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat dan Kredibilitas Terhadap Adopsi Internet Banking." *Skripsi*, 2016.

- Nurmalia, Vera Desy, dan Lilis Endang wijayanti. "Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Beli Secara Online." *JRMB, Volume 13, No. 1, Juni 2018*, 2018.
- Oktapiani, Nadila T. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk KC Medan Adam Malik dalam masa pandemic covid-19." *Skripsi*, 2022.
- Oktavia Pranoto, Margaretha. "Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking" No 2302-9315 Vol. 8 No 1 Thn VIII Januari 2020 (2020).
- Ramadhan, Reza. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibilitas dan Persepsi Harga pada Niat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking." *Skripsi*, 2016.
- Widyanti, Dika Vivi. "Dika Vivi Widyanti, Pengaruh Kredibilitas Perbankan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Untuk Menggunakan Jasa Perbankan. Journal Of Management, Volume 2 No. 2 Maret 2016." *Journal Of Management* Volume 2 No. 2 (Maret 2016).
- Yudin, Ahmad. "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking di Bank Syariah Indonesia." *Skripsi*, 2021.

## LAMPIRAN

### Pernyataan Kuisisioner

#### Kredibilitas Bank (X1)

No.	Indikator	Pernyataan	Jawaban			
			SS	S	TS	STS
1.	Kepercayaan	Seluruh data yang diproses melalui BSI <i>Mobile</i> dapat dipercaya dan tidak akan disalahgunakan oleh pihak bank.				
		Seluruh transaksi melalui BSI <i>Mobile</i> dapat dipercaya.				
2.	Keahlian	Dengan tersedianya berbagai layanan di BSI <i>Mobile</i> membuat saya ingin menggunakan layanan BSI <i>Mobile</i> .				
		Dengan kemampuan BSI <i>Mobile</i> untuk melakukan transaksi online				

		membuat saya semakin puas.				
3.	Ketertarikan	Keamanan BSI Mobile membuat saya tertarik menggunakan layanan BSI <i>Mobile</i> .				
		Ketika membutuhkan transaksi dengan cepat saya tertarik untuk menggunakan BSI <i>Mobile</i> .				
4.	Relevansi	Layanan BSI <i>Mobile</i> menjadi solusi terbaik di era teknologi saat ini.				
		Dengan menggunakan layanan BSI <i>Mobile</i> mengurangi kemungkinan penipuan yang sering terjadi saat ini.				

**Persepsi Kemanfaatan (X2)**

No.	Indikator	Pernyataan	Jawaban			
			SS	S	TS	STS
1.	Efektivitas	Transaksi menggunakan BSI <i>Mobile</i> akan menghemat waktu saya.				
		Dengan adanya layanan BSI <i>Mobile</i> dapat mempercepat pekerjaan karena tidak menguras waktu saya untuk mengantri ke bank dalam melakukan transaksi.				
2.	Mencapai lebih cepat	Dengan adanya layanan BSI <i>Mobile</i> menambah produktifitas dan efektivitas dalam bekerja karena mencapai lebih cepat.				
		Dengan adanya BSI <i>Mobile</i> semua transaksi				



		dapat dilakukan dengan cepat.				
3.	Berguna	Layanan BSI <i>Mobile</i> berguna untuk melakukan transaksi sehari-hari.				
		Layanan BSI <i>Mobile</i> sangat berguna untuk melakukan transaksi online dimana saja dan kapan saja.				
4.	Menguntungkan	Layanan BSI <i>Mobile</i> dapat menguntungkan dalam pekerjaan.				
		Dengan adanya layanan BSI <i>Mobile</i> menguntungkan pihak nasabah dan perbankan.				

**Persepsi Kemudahan (X3)**

No.	Indikator	Pernyataan	Jawaban			
			SS	S	TS	STS
1.	Kemudahan	Saya akan menggunakan layanan BSI <i>Mobile</i> jika mudah untuk digunakan dan diakses.				
		Saya akan menggunakan layanan BSI <i>Mobile</i> jika lebih mudah karena dapat dilakukan di manapun dan kapan saja selama terhubung dengan internet.				
2.	Jelas dan dapat dimengerti	Saya akan menggunakan BSI <i>Mobile</i> jika lebih mudah dipahami dan dimengerti.				
		Layanan BSI <i>Mobile</i> jelas dan mudah dimengerti cara penggunaannya.				

3.	Mudah untuk dipelajari	Saya akan menggunakan layanan BSI <i>Mobile</i> jika mudah untuk dipelajari.				
		Saya dapat dengan mudah mempelajari dan menggunakan layanan BSI <i>Mobile</i> .				
4.	Kemudahan berlebih	Saya akan menggunakan layanan BSI <i>Mobile</i> jika mudah digunakan sesuai dengan apa yang kita inginkan seperti cek saldo, tabungan, deposito, pembiayaan.				
		Dengan adanya BSI <i>Mobile</i> memberikan kemudahan saya dalam melakukan transaksi online dimana saja dan kapan saja.				

**Minat Nasabah (Y)**

No.	Indikator	Pernyataan	Jawaban			
			SS	S	TS	STS
1.	Berencana menggunakan	Saya tertarik dengan BSI <i>Mobile</i> karena proses transaksi menjadi lebih mudah, cepat dan aman.				
		Dorongan akan kebutuhan membuat saya kedepan akan menggunakan layanan BSI <i>Mobile</i> .				
2.	Terus Menggunakan	Saya akan terus menggunakan BSI <i>Mobile</i> untuk menunjang kelancaran dalam transaksi online.				
		Saya berniat untuk memakai layanan BSI <i>Mobile</i> setiap saat jika dibutuhkan dalam				

		pekerjaan dan keperluan sehari-hari.				
--	--	--------------------------------------	--	--	--	--