

**PENGARUH KEMUDAHAN, KENYAMANAN DAN  
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN  
*MOBILE BANKING* PADA *E-COMMERCE*  
(STUDI KASUS PADA MASYARAKAT PENGGUNA  
*MOBILE BANKING* DI KELURAHAN SRAGI)**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

**RAHMA YULIANNISA**  
**NIM 4219124**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

**2023**

**PENGARUH KEMUDAHAN, KENYAMANAN DAN  
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN  
*MOBILE BANKING* PADA *E-COMMERCE*  
(STUDI KASUS PADA MASYARAKAT PENGGUNA  
*MOBILE BANKING* DI KELURAHAN SRAGI)**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

**RAHMA YULIANNISA**  
**NIM 4219124**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

**2023**

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : RAHMA YULIANNISA

NIM : 4219124

Judul Skripsi : Pengaruh Kemudahan, Kenyamanan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking pada E-Commerce (Studi Kasus pada Masyarakat Pengguna Mobile Banking di Kelurahan Sragi)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 21 Maret 2023

Yang Menyatakan,



RAHMA YULIANNISA  
NIM.4219124

## NOTA PEMBIMBING

**Happy Sista Devy, M.M**

Jl. Pekajangan 10/1 Kabupaten Pekalongan

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Rahma Yuliannisa

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

c.q. Ketua Jurusan Perbankan Syariah

di-

**PEKALONGAN**

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudari:

Nama : Rahma Yuliannisa

NIM : 4219124

Judul Skripsi : Pengaruh Kemudahan, Kenyamanan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking pada E-Commerce (Studi Kasus pada Masyarakat Pengguna Mobile Banking di Kelurahan Sragi)

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya saya sampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Pekalongan, 21 Maret 2023  
Pembimbing,



**Happy Sista Devy, M.M.**  
**NIP.119310142018012003**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Pahlawan KM. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161

[www.febi.uingusdur.ac.id](http://www.febi.uingusdur.ac.id) email: [febi@uingusdur.ac.id](mailto:febi@uingusdur.ac.id)

## PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)  
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan Skripsi Saudara:

Nama : **Rahma Yuliannisa**  
NIM : **4219124**  
Judul Skripsi : **Pengaruh Kemudahan, Kenyamanan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking pada E-Commerce (Studi Kasus pada Masyarakat Pengguna Mobile Banking di Kelurahan Sragi)**

Telah diujikan pada hari Kamis tanggal 30 Maret 2023 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

### Dewan Penguji,

Penguji I

**M. Shulthoni, M.S.I, Ph.D**  
NIP. 197507062008011016

Penguji II

**Syamsuddin M.Si.**  
NIP. 199002022019031011

Pekalongan, 30 Maret 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.**  
NIP. 197502201999032001

## MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(Q.S. Al-Baqarah: 286)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.”

(Q.S. Al-Insyirah: 5-6)

“Kalau kita punya mimpi, jangan hanya dijadikan resolusi hiasan dinding tembok. Tetapi, harus diusahakan satu persatu agar tidak usang jadi pajangan tanpa makna. Jalannya memang masih panjang sekali, belum lagi harus melewati *plot twist* yang terkadang enggak bisa diajak kompromi. Meski begitu, semoga kita kuat menyusuri jalan panjang itu hingga ujung.

Kalau begitu selamat mengusahakan, kita!”

(Setiyanto Hendri)

“Pada akhirnya, ini semua hanyalah permulaan.”

(Nadin Amizah: *Beranjak Dewasa*)

## **PERSEMBAHAN**

Puji syukur kehadiran Allah SWT memberikan limpahan rahmat dan karunia-Nya atas terselesaikannya skripsi ini sebagai pemenuhan syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis memberikan persembahan sebagai ucapan terimakasih. Berikut persembahan skripsi ditujukan kepada:

1. Teruntuk orang tua saya, Bapak Murtiyono dan Ibu Murta'ati, pahlawan dalam hidup penulis yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa dan semangat kepada penulis sehingga perjalanan menuju Sarjana bisa tercapai dengan lancar barokah.
2. Saudara saya Jellin Arfireno dan M. Thony Pradana, yang selalu mendukung dalam kelancaran skripsi ini.
3. Almamater saya prodi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Dosen Pembimbing Skripsi saya, Ibu Happy Sista Devy, M.M., yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam kelancaran skripsi ini.
5. Dosen Pembimbing Akademik saya, Bapak Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M., yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam kelancaran skripsi ini.

6. Ibu Desy Adella, Ibu Nur Laela dan Ibu Ulfa Kurniasih, yang telah membantu dalam kelancaran Administrasi dan penulisan skripsi ini, serta memberikan dukungan, arahan dan semangat dalam menyelesaikan tugas skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah 2019 khususnya PBS C, kelas yang asik dan unik yang telah memberikan kenangan yang tak terlupakan.
8. Keluarga saya dari kelompok 31 KKN 54 UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang telah memberikan pengalaman dan kenangan yang tak terlupakan setelah melalui 46 hari bersama.
9. Sahabat penulis, Wina Awalia, Riski Amelia, Dilla Elviana, Indah Puji Lestari, Mentari Nurfala, Aulia Asmarani, Maurizka Khoirunnisa, Ulul Malini, Tedi Sigit Pramono, Lutfi Abimanyu, Dwika Chandra, Rahmat Wijaya, dan lainnya yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu.



## ABSTRAK

**RAHMA YULIANNISA. Pengaruh Kemudahan, Kenyamanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Pada E-Commerce (Studi Kasus Pada Masyarakat Pengguna Mobile Banking di Kelurahan Sragi).**

Munculnya teknologi informasi yang semakin canggih menjadikan prospek komersial dapat dimanfaatkan oleh setiap orang dengan ponsel. Internet digunakan sebagai alat komunikasi dan bisnis selain sebagai sumber kesenangan. Industri perbankan hanyalah salah satu dari sekian banyak perusahaan dari berbagai sektor yang terhubung melalui internet. Internet dimanfaatkan dalam industri perbankan sebagai alat untuk membantu meningkatkan efisiensi kegiatan keuangan dengan adanya kemajuan teknologi informasi yang semakin tahun semakin modern. Untuk memanfaatkan pergeseran pola transaksi antar nasabah dari tradisional ke digital, dikembangkanlah mobile banking. Selain *mobile banking*, perdagangan elektronik atau *e-commerce* juga dipengaruhi oleh kemajuan teknologi informasi.

Jenis penelitian ini adalah *field research* dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Dimana variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kemudahan, Kenyamanan, Kepercayaan dan Minat. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat pengguna *mobile banking* di Kelurahan Sragi. Sedangkan pengambilan sampelnya dilakukan menurut rumus *lemeshow* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Sumber data pada penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah penyebaran kuesioner.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh hasil variabel kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking* pada *e-commerce*, variabel kenyamanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking* pada *e-commerce*, dan variabel kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking* pada *e-commerce*.

**Kata kunci:** *mobile banking*, *e-commerce*, kemudahan, kenyamanan, kepercayaan.

## **ABSTRACT**

**RAHMA YULIANNISA. The Influence of Ease, Convenience and Trust on Interest in the Use of Mobile Banking in E-Commerce (Case Study of Mobile Banking User Communities in Sragi Village).**

The emergence of increasingly cultivated information technology makes commercial nominees accessible to everyone with a cell phone. The Internet is used as a communication and company tool as well as a source of satisfaction. The banking industry is specifically one of many companies from various sectors connected via the internet. The internet is used in the banking industry as a mechanism to support an accumulation in the efficiency of financial activities with advances in data technology that are increasingly modern. To take advantage of the shift in transaction ways between customers from conventional to digital, mobile banking was developed. Apart from mobile banking, electronic commerce or e-commerce is also influenced by advances in data technology.

This variety of research is field research with a quantitative research approach. Where the variables used in this study are Ease, Convenience, Trust and Interest. The population in this study is the community of mobile banking users in the Sragi Village. While the sampling was carried out according to the Lemeshow formula with a total sample of 100 respondents. The source of data in this research is primary data. Data collection method used is the distribution of questionnaires.

Based on the research results, the results of the convenience variable have a significant positive effect on the interest in using mobile banking on e-commerce, the convenience variable has a significant positive effect on the interest in using mobile banking on e-commerce, and the trust variable has a no significant effect on the interest in using mobile banking on e-commerce.

**Keywords: mobile banking, e-commerce, convenience, comfort, trust.**

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Puji Syukur atas Kehadirat Allah SWT., yang telah melimpahkan Rahmat, Hidayah, Tufik dan Inayah-Nya kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul: “Pengaruh Kemudahan, Kenyamanan dan Kepercayaan Transaksi terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking pada E-Commerce (Studi Kasus pada Masyarakat Pengguna Mobile Banking di Kelurahan Sragi)”.

Dengan selesainya penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini jauh dari kesempurnaan dan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Zaenal Mustaqim, M.Ag., selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang telah memberikan kesempatan penulis untuk menempuh pendidikan di UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H., selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang telah menyetujui penelitian.
3. Bapak M. Shultoni, Lc., M.A., M.S.I., Ph.D., selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang telah memberikan nasihat kepada para mahasiswanya termasuk penulis.
4. Bapak Dr. Mansur Chadi Mursid M.M., selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) yang telah mengarahkan penulis awal perkuliahan hingga akhir.

5. Ibu Happy Sista Devy M.M., selaku Dosen Pembimbing Skripsi (DPS) yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya guna mengarahkan dan membimbing penulis selama penyusunan skripsi ini.
6. Masyarakat Kelurahan Sragi, yang sudah berkenan menjadi responden dalam penelitian ini.
7. Keluarga tercinta, Bapak Murtiyono dan Ibu Murta'ati yang senantiasa memberikan doa, semangat, dukungan dan motivasi kepada penulis serta kakak Jellin Arfireno dan adik M. Thony Pradana yang senantiasa memberikan semangat dan membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis, khususnya bagi pihak lain yang memerlukan. Sekian dan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Pekalongan, 21 Maret 2023

RAHMA YULIANNISA  
NIM.4219124

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA .....	ii
NOTA PEMBIMBING .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRAK .....	viii
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI .....	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI .....	xiv
DAFTAR TABEL .....	xxi
DAFTAR GAMBAR .....	xxiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xxiv
BAB I    PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Sistematika Pembahasan .....	9
BAB II    LANDASAN TEORI .....	12
A. Landasan Teori .....	12
B. Telaah Pustaka .....	25
C. Kerangka Berpikir .....	29
D. Hipotesis .....	30
BAB III    METODE PENELITIAN .....	37
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	37
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	37
C. Populasi dan Sampel .....	38

D. Variabel Penelitian .....	39
E. Sumber Data .....	41
F. Teknik Pengambilan Data .....	41
G. Teknik Analisis Data .....	42
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Deskripsi Data dan Karakteristik Responden.....	49
B. Analisis Data .....	53
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	71
BAB V PENUTUP .....	77
A. Kesimpulan.....	77
B. Saran .....	78
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia NO. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987.

Transliterasi digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

### 1. Konsonan

Fonemena konsonan Bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab di lambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda ,dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf Latin :

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ṭa	ṭ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)

خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ث	Syin	Sy	esdan 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	‘	komaterbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha



## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Dhammah	U	U

### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـِـيَ	Fathah dan ya	Ai	a dan i
ـِـوُ	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh :

كَتَبَ : kataba

ذَكَرَ : zukira

يَذْهَبُ : yazhabu

### 3. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

a. Ta'marbutah hidup

Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrahdan dammah, transliterasinya adalah "t".

b. Ta'marbutah mati

Ta'marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

c. Kalau pada kata terakhir denagn ta'marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta'marbutah itu ditransliterasikan dengan ha(h).

Contoh :

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ - rauḥ al-aḥ fāl

-- rauḥatulaḥ fāl

طَلْحَة - talhah

### 4. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalamt ulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang samadenganhuruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا - rabbanā

نَزَّلَ - nazzala

البرّ - al-birr

## 5. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu di bedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

### a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

### b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

### c. Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ - ar-rajulu

الشَّمْسُ - as-syamsu

الْجَلَالُ - al-jalālu

## 6. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

النَّوْءُ - an-nau'

إِنَّ - inna

سَيَّئٌ - syai'un

## 7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ Wa auf al-kaila wa-almizān

Wa auf al-kaila wal mizān

إِبْرَاهِيمُ الْخَلِيلِ Ibrāhīm al-Khalīl

Ibrāhīmūl-Khalīl

## 8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak digunakan.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ	Wa mā Muhammadun illā rasl
وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِينِ	Walaqadra'āhubil-ufuq al-mubīn
	Walaqadra'āhubil-ufuqil-mubīn

## 9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu di sertai dengan pedoman Tajwid.

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Transaksi Mobile Banking.....	3
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	25
Tabel 3.1	Definisi Variabel Operasional.....	40
Tabel 3.2	Skala Linkert pada Pertanyaan Tertutup .....	42
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	51
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan.....	52
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Transaksi Berulang .....	52
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Kemudahan (X1) .....	54
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Kenyamanan (X2) .....	54
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Kepercayaan (X3) .....	55
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Minat (Y).....	55
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas Kemudahan (X1) .....	56
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas Kenyamanan (X2) .....	56
Tabel 4.13	Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan (X3).....	57
Tabel 4.14	Hasil Uji Reliabilitas Minat (Y) .....	57
Tabel 4.15	Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov .....	58
Tabel 4.16	Hasil Uji Multikolinearitas.....	60
Tabel 4.17	Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Metode Glejser .....	61
Tabel 4.18	Hasil Uji Linearitas Kemudahan (X1) dengan Minat (Y).....	63
Tabel 4.19	Hasil Uji Linearitas Kenyamanan (X2) dengan Minat (Y) .....	64

Tabel 4.20 Hasil Uji Linearitas Kepercayaan (X3) dengan Minat (Y) .....	65
Tabel 4.21 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	66
Tabel 4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	68
Tabel 4.23 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	69
Tabel 4.24 Hasil Uji T (Uji Parsial) .....	70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Transaksi Mobile Banking Bulan Januari-Mei 2020 .....	3
Gambar 1.2	Presentase Tujuan Penggunaan Mobile Banking .....	5
Gambar 2.1	Kerangka Berpikir .....	29
Gambar 2.2	Model Hipotesis.....	31
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas melalui Probability Plot.....	59
Gambar 4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas melalui Scatterplot .....	62



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	I
Lampiran 2	Data Identitas Responden .....	II
Lampiran 3	Data Mentah Kuesioner Identitas Responden .....	V
Lampiran 4	Data Mentah Kuesioner .....	VIII
Lampiran 5	Hasil Analisis Karakteristik Responden .....	XIII
Lampiran 6	Hasil Uji Validitas .....	XV
Lampiran 7	Hasil Uji Reliabilitas .....	XVII
Lampiran 8	Hasil Uji Normalitas .....	XVIII
Lampiran 9	Hasil Uji Multikolinearitas .....	XIX
Lampiran 10	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	XX
Lampiran 11	Hasil Uji Linearitas.....	XXI
Lampiran 12	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	XXIII
Lampiran 13	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	XXIV
Lampiran 14	Hasil Uji F (Simultan) .....	XXV
Lampiran 15	Hasil Uji T (Parsial) .....	XXVI
Lampiran 16	Surat Pengantar Penelitian.....	XXVII
Lampiran 17	Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian .....	XXVIII
Lampiran 18	Dokumentasi.....	XXIX
Lampiran 19	Riwayat Hidup Penulis .....	XXX

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada zaman sekarang, sistem informasi dan komunikasi berteknologi tinggi dan sangat portabel telah menembus setiap bidang kehidupan modern. Karena perkembangannya yang pesat, semuanya dapat diselesaikan dengan cepat dan efektif. Khususnya di dunia global saat ini, peran internet dalam kehidupan sosial, politik dan ekonomi semakin berkembang dengan kemajuan teknologi internet. Jumlah individu yang hidupnya dipengaruhi oleh internet meningkat setiap tahun. Tidak dapat disangkal bahwa teknologi ini telah mengubah budaya global secara drastis (Kusumaningtuti S. Soetiono et al., 2014).

Di era sekarang ini, semua orang menggunakan internet sebagai alat komunikasi dan bisnis selain sebagai sumber kesenangan. Industri perbankan hanyalah salah satu dari sekian banyak perusahaan dari berbagai sektor yang terhubung melalui internet. Internet dimanfaatkan dalam industri perbankan sebagai alat untuk membantu meningkatkan efisiensi kegiatan keuangan dengan adanya kemajuan teknologi informasi yang semakin tahun semakin modern (Kusumaningtuti S. Soetiono et al., 2014).

Munculnya teknologi informasi yang semakin canggih mengungkapkan prospek komersial dapat dimanfaatkan oleh setiap orang dengan ponsel. Harapan nasabah tentunya dapat ditemukan dengan

tersedianya layanan perbankan yang lugas dan ramah pengguna yang dapat memperlancar transaksi bisnisnya dan dapat diakses melalui ponsel, memungkinkan lembaga keuangan untuk berinovasi dengan mengembangkan layanan *m-banking* untuk menjawab permintaan nasabahnya. Alasan lain untuk strategi ini adalah adopsi cepat *e-banking* untuk membantu operasional bank dan meringankan transaksi nasabah (Kusumaningtuti S. Soetiono et al., 2014). Untuk memenuhi ekspektasi konsumen dan tuntutan yang berkembang dan selalu berubah, sektor bank mempunyai teknologi untuk memasarkan layanan keuangan yang efisien (Afifah, 2017). Tanpa harus mengunjungi bank secara fisik, nasabah dapat menghubungi bank dengan cara menggunakan ATM, perangkat seluler dan bahkan internet.

*Mobile banking* telah memasuki industri perbankan online. *Mobile banking*, *SMS banking* serta istilah lainnya ialah sebuah layanan yang dapat diakses untuk mengecek saldo, melakukan transaksi keuangan dan melakukan pembayaran. Aplikasi seluler juga dapat digunakan, namun SMS dan internet seluler saat ini menjadi metode utama layanan perbankan seluler seperti program aplikasi perangkat seluler (Buse dan Tiwari, 2007) dalam (Hinestroza, 2018).

Untuk memanfaatkan pergeseran pola transaksi antar nasabah dari tradisional ke digital, dikembangkanlah *mobile banking*. Dimana menurut data Bank Indonesia, terdapat 3,2 miliar transaksi *mobile banking* antara Januari hingga Mei 2022, naik 67,87% *year on year* dibandingkan dengan dengan tahun lalu yang mencapai 1,90 miliar kali transaksi dengan nilai sebesar Rp

3.888,08 triliun (Walfajri, 2022). Agar dapat terus menyediakan layanan *mobile banking* yang semakin menarik dimata masyarakat, perkembangan industri perbankan yang sangat besar ini merupakan sebuah peluang yang sangat baik yang perlu dipantau dan dikendalikan secara seksama.

**Tabel 1.1**

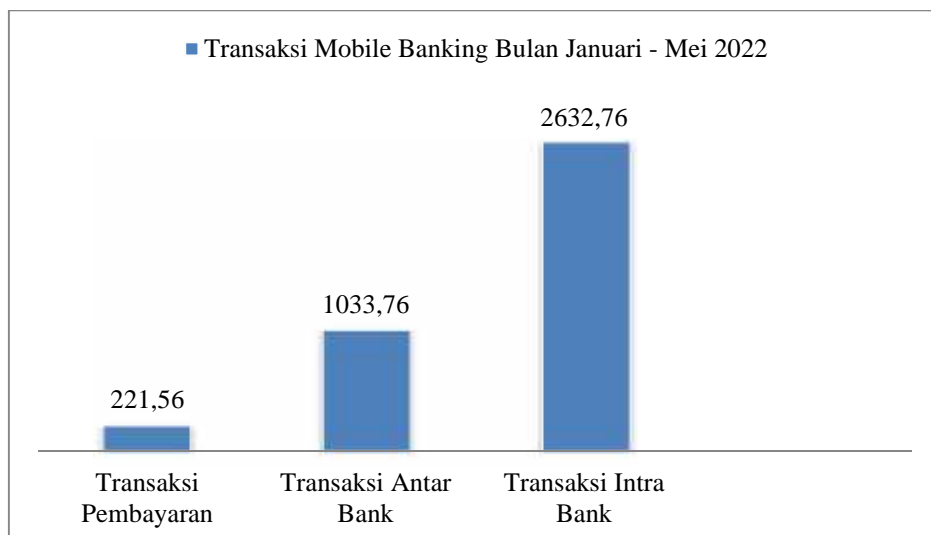
**Data Transaksi Mobile Banking**

No	Transaksi	Nilai
1	Transaksi intra bank	2632, 76 triliun
2	Transaksi antar bank	1033, 76 triliun
3	Transaksi pembayaran	221, 56 triliun
	Jumlah	3888, 08 triliun

Sumber : Data Bank Indonesia, diakses pada 20 Desember 2022.

**Gambar 1.1**

**Data Transaksi Mobile Banking Bulan Januari – Mei 2022**



Sumber : Data Bank Indonesia, diakses pada 20 Desember 2022.

Perdagangan elektronik atau *e-commerce* juga dipengaruhi oleh kemajuan teknologi informasi, selain industri perbankan. Mayoritas perusahaan yang terdaftar di Badan Pusat Statistik adalah pedagang atau pengecer, terhitung 80,81% dari semua perusahaan. Pada kenyataannya, nilai pendapatan penjualan online yang dihasilkan oleh 13.485 perusahaan *e-commerce* adalah 17,21 triliun dan total transaksi online mencapai 24,82 juta (Nirwana, 2021).

Salah satu segmen masyarakat yang tumbuh paling cepat adalah *e-commerce*. Perjanjian kontraktual antara pembeli dan penjual untuk harga pengiriman barang atau jasa tertentu dalam pengaturan elektronik internet dikenal sebagai perdagangan elektronik (*e-commerce*). Transaksi tersebut kemudian diselesaikan dengan pengiriman dan pembayaran barang atau jasa yang relevan (Guay & Ettwein, 1998). Aplikasi Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada dan aplikasi *e-commerce* lainnya adalah beberapa yang paling populer di Indonesia (Kangean & Rusdi, 2020).

*E-commerce* atau perdagangan elektronik mencakup beberapa komponen transfer data elektronik, sistem kontrol inventaris otomatis dan sistem pengumpulan data otomatis (Shomad & Purnomosidhi, 2012). Sektor teknologi informasi melihat aktivitas dari *e-commerce* sebagai praktik perdagangan elektronik yang terkait dengan layanan bisnis seperti: transfer uang elektronik, sumber untuk aplikasi SCM (*Supply Chain Management*), pemasaran elektronik yang juga dikenal sebagai pemasaran internet, serta apemasaran dan pemrosesan transaksi online (Walfajri, 2022).

**Gambar 1.2**  
**Presentase Tujuan Penggunaan Mobile Banking**



Sumber : Populix, diakses pada 20 Desember 2022.

Laporan pada gambar diatas menunjukkan bahwa 82% responden menggunakan aplikasi *mobile banking* untuk keperluan pembelian di *e-commerce* (Walfajri, 2022). Seperti yang terjadi pada masyarakat di Kelurahan Sragi, dari 100 orang yang telah diwawancarai, 80 orang dari mereka yang memilih menggunakan *mobile banking* sebagai sarana pembayaran pada *e-commerce*. Masyarakat merasa lebih nyaman untuk melakukan pembayaran di *e-commerce* melalui *mobile banking*. Sektor perbankan dapat mengurangi biaya bank dengan menyediakan layanan yang lebih murah karena semakin banyak orang yang menggunakan *mobile banking* untuk mengakses layanan keuangan digital. Untuk meningkatkan efektivitas, produktivitas dan kepuasan

nasabah, sektor bank yang ada di seluruh dunia termasuk juga di Indonesia belom-bela-lomba menawarkan pengalaman penggunaan terbaik untuk setiap aplikasi dan sistem *mobile banking* yang mereka miliki.

Pada penelitian ini terdapat tiga variabel yang akan digunakan sebagai landasan dalam mengetahui pengaruh minat penggunaan *mobile banking* pada *e-commerce* di Kelurahan Sragi. Variabel pertama yakni kemudahan, kemudahan yaitu betapa mudahnya sesuatu untuk dipelajari, dipahami dan dijalankan. Menurut Jogiyanto (2007), TAM menjelaskan bahwa kredibilitas pengguna dan prefensi individu adalah faktor terkait. Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Abi Fadlan (2018) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* (Studi pada Mahasiswa Pengguna *Mobile Banking* Universitas Brawijaya)”. Hasil dari temuan ini memperlihatkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Disisi lain, hasil yang berbeda diutarakan dalam penelitian Nurdin (2020) yang menyatakan bahwa variabel kemudahan tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Variabel kedua adalah kenyamanan, kenyamanan ialah suatu emosional seseorang yang mengalami keadaan tersebut dan akan sangat menentukan keadaan itu (Sanders & McCormick, 1993). Kenyamanan nasabah dalam menggunakan perbankan online ditingkatkan dengan mempermudah mereka dalam mengakses rekening mereka tanpa memperhatikan lokasi atau jadwal fisik mereka (Rahmah et al., 2022). Dalam

penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fahrul Rozi, Muhammad Ziyad (2019) yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bank BTN”. Hasil dari temuan ini memperlihatkan bahwa variabel kenyamanan memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Namun, dalam temuan yang dilakukan oleh Larasati (2016) mengutarakan bahwasanya variabel kenyamanan secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* dimana menurut Larasati (2016) penggunaan *mobile banking* belum tentu meningkat seiring dengan meningkatnya kenyamanan.

Variabel ketiga adalah kepercayaan (*trust*), dalam dunia bisnis kepercayaan merupakan hal penting yang harus dibangun sejak awal. Kepercayaan adalah dimana seseorang yakin terhadap sesuatu (Rahmad et al., 2017). Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Priestiani Putri (2019) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* (Studi Emperis pada Mahasiswa di Yogyakarta)”. Hasil dari temuan memperlihatkan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Sebaliknya, dalam penelitian Nurdin (2020) mengemukakan bahwa variabel kepercayaan tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.



Berdasarkan uraian dan penelitian dahulu diatas, maka penting untuk diketahui apakah kemudahan, kenyamanan dan kepercayaan transaksi dalam *mobile banking* akan meningkatkan ketertarikan nasabah yang lebih utamanya para pengguna *e-commerce* dalam menggunakan produk layanan dari *mobile banking*. Oleh karena itu, ditariklah judul : **“Pengaruh Kemudahan, Kenyamanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* pada *E-Commerce* (Studi Kasus pada Masyarakat Pengguna *Mobile Banking* di Kelurahan Sragi)”**.

#### **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking* pada *e-commerce*?
2. Apakah kenyamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking* pada *e-commerce*?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking* pada *e-commerce*?
4. Apakah kemudahan, kenyamanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking* pada *e-commerce*?

#### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menguji pengaruh kemudahan terhadap minat penggunaan *mobile banking* pada *e-commerce*.
2. Untuk menguji pengaruh kenyamanan terhadap minat penggunaan *mobile banking* pada *e-commerce*.

3. Untuk menguji pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan *mobile banking* pada *e-commerce*.
4. Untuk menguji pengaruh kemudahan, kenyamanan dan kepercayaan terhadap minat penggunaan *mobile banking* pada *e-commerce*.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

##### **1. Manfaat Teoritis**

Dari penelitian ini diharapkan dapat memajukan pengetahuan teoritis sekaligus memajukan pengetahuan kita tentang unsur-unsur yang mempengaruhi seberapa sering orang memanfaatkan layanan *mobile banking* pada *e-commerce*.

##### **2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan bisa mengedukasi pihak-pihak yang berkaitan dimana pihak-pihak tersebut ingin melihat bagaimana besarnya pengaruh beberapa faktor terhadap penggunaan *mobile banking* khususnya pada *e-commerce*.

#### **E. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan pada skripsi ini diuraikan dalam lima bagian meliputi pendahuluan, landasan teori, metode penelitian, analisis data dan penutup. Masing-masing disajikan dalam bentuk per bab yang saling berkaitan.

Bab I mengurai mengenai penjelasan luas tentang bahan kajian dalam penelitian ini yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan

penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan. Uraian tersebut dipaparkan untuk memperoleh gambaran tentang senjang fenomena (*phenomenon gap*) yang terjadi pada objek penelitian dan senjang penelitian (*research gap*) terdahulu yang menginspirasi penelitian ini. Uraian ini juga mempertegas tujuan dan manfaat penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini, yaitu factor yang mempengaruhi minat penggunaan *mobile banking* pada *e-commerce*.

Bab II mengurai tentang landasan teori dengan memuat teori yang digunakan pada penelitian ini. Teori perlu ditempatkan dibagian awal setelah pendahuluan agar dapat dipahami teori apa yang akan diuji dan diverifikasi dalam penelitian kuantitatif ini. Uraian ini juga memuat mengenai kerangka teori tentang telaah pustaka terdahulu dan kerangka teori yang relevan terkait dengan judul skripsi.

Bab III mengurai mengenai metode penelitian dimana uraian metode penelitian disini termasuk unsur yang penting. Metode penelitian memberikan suatu gambaran apa yang akan dilaksanakan guna menjawab beberapa rumusan masalah dan bagaimana data-data yang nantinya akan di olah sehingga mendapatkan hasil yang tepat. Tujuan dari metode penelitian yaitu untuk mengembangkan data-data berupa angka sebagai tolak ukur untuk menganalisis hasil temuannya.

Bab IV berisi hasil dan pembahasan yang mengurai mengenai analisis yang dilaksanakan serta interpretasi hasil atas analisis data yang dilakukan. Pembahasan hasil penelitian dipergunakan supaya dapat menganalisis dan

mengulas terhadap hasil penelitian yang diarahkan agar memperoleh kesimpulan untuk memenuhi tujuan penelitian. Dengan begitu, hasil yang diperoleh bisa dicermati sehingga akan tampak jelas perbandingan hasil yang diperoleh sekarang dengan hasil perolehan sebelumnya.

Bab V berisi penutup yang memuat kesimpulan dari penelitian. Tujuan sebuah kesimpulan ialah untuk memberikan informasi terhadap para pembaca dan mempertegas terkait hasil akhir yang diperoleh dari penelitian yang dilaksanakan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui apakah pengaruh kemudahan, kenyamanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking* pada *e-commerce*. Berdasarkan hasil dan pembahasan yang didapatkan mengenai kemudahan, kenyamanan dan kepercayaan terhadap minat penggunaan *mobile banking* pada *e-commerce* sebagai berikut:

1. Kemudahan terhadap minat penggunaan *mobile banking* pada *e-commerce* memiliki pengaruh yang signifikan. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kemudahan dalam bertransaksi melalui layanan *mobile banking* mudah dioperasikan dan dipahami oleh nasabah. Apabila semakin mudah *mobile banking* digunakan maka semakin besar pula minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada *e-commerce*.
2. Kenyamanan terhadap minat penggunaan *mobile banking* pada *e-commerce* terbukti memiliki pengaruh yang signifikan. Hal ini dikarenakan adanya fitur-fitur yang bisa membuat nasabah merasa nyaman untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Apabila kenyamanan seorang nasabah meningkat maka minat penggunaan *mobile banking* juga akan meningkat.

3. Kepercayaan terhadap minat penggunaan *mobile banking* pada *e-commerce* tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Hal ini dikarenakan kepercayaan yang diperoleh nasabah tidak sesuai dengan apa yang mereka harapkan, sehingga kepercayaan ini tidak menjamin minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada *e-commerce*.
4. Berdasarkan uji F (simultan) menunjukkan kemudahan, kenyamanan dan kepercayaan terbukti memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap minat penggunaan *mobile banking* pada *e-commerce*. Variabel kemudahan, kenyamanan dan kepercayaan memiliki nilai determinasi sebesar 26,3% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya diluar penelitian ini.

## **B. Saran**

Penelitian ini merupakan penelitian yang terbatas, sehingga jika ada penelitian yang baru maka menunjukkan hasil yang berbeda pula. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan, kenyamanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada *e-commerce* di Kelurahan Sragi. Akan tetapi masih banyak lagi faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat penggunaan *mobile banking* pada *e-commerce*.

Dari hasil pembahasan dan analisis serta kesimpulan yang telah dikemukakan diatas, maka saran-saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagi perbankan yang menyediakan layanan *mobile banking*, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan masukan untuk pihak bank dalam meningkatkan kemudahan, kenyamanan dan kepercayaan layanan *mobile banking*. Pihak perbankan disarankan untuk terus meningkatkan layanan *mobile banking* dengan meningkatkan kemudahan dan kenyamanan dalam menggunakan, serta mampu menyelesaikan masalah keuangan nasabah, meningkatkan tanggung jawab dan keamanan data agar nasabah merasa percaya untuk menggunakan layanan *mobile banking* untuk memenuhi kebutuhan nasabah dalam bertransaksi. Sehingga nasabah dapat lebih berminat dalam menggunakan layanan tersebut.
2. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan semakin memperluas penelitian dengan melakukan penelitian yang serupa pada lokasi yang berbeda, terkait minat nasabah menggunakan *mobile banking* perlu melihat faktor-faktor lain atau mengembangkan lebih banyak variabel independen, misalnya tingkat keberhasilan transaksi, kesediaan fitur, kemampuan sistem dan lain sebagainya, serta melibatkan banyak responden dalam melakukan penelitian yang dapat mempengaruhi minat nasabah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, & Rianse, U. (2009). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi (Teori Dan Aplikasi)*, Bandung, CV. In Alfabeta (Ed.), *Alfabeta Bandung*.
- Afifah, R. (2017). *Pengaruh manfaat, kemudahan, kepercayaan dan ketersediaan fitur terhadap penggunaan mobile banking bank syariah mandiri* (Bachelor's thesis, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis).
- Ainul, A, dkk. (2021). *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, dan Keamanan terhadap Minat Penggunaan Layanan Mobile Banking (Studi Empiris pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar)*.
- Arikunto, Suharismi. (1995). *Dasar – Dasar Research*. Tarsoto:Bandung.
- Asosiasi Penyelenggaraan Jaringan Internet Indonesia (APJII) <https://apjii.or.id/content/utama/39>
- Atarwaman, R. J. (2022). Pengaruh Persepsi Resiko, Kegunaan, Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking Di Kota Ambon. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 281-290.
- Bagastia, M. I. (2018). Pengaruh Kemudahan, Kenyamanan, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Institut Agama Islam Negeri (Iain) Salatiga*, 1–100. <http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/4772/1/skripsi.pdf>
- Bahrudin, B., & Sentosa, E. (2022). Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan Produk di Foodmart Supermarket Atrium Senen. *Ikraith-Ekonomika*, 6(2), 133–142. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i2.2344>
- Davis, Fred D. (1998). “Perceived Usefulnes, Perceived Easy Of Use, and UserAcceptance of Information Technology.” *Journal of MIS Quarterly*. Vo13(5).
- Djazari, M., Rahmawati, D., & Nugraha, M. A. (2013). Pengaruh sikap menghindari risiko sharing dan knowledge self-efficacy terhadap informal knowledge sharing pada mahasiswa FISE UNY. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 2(2), 181-209.



- Duwi Priyatno. (2010). *Paham Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Medikom.
- Fadlan, A. (2018). *Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap penggunaan mobile banking (studi pada mahasiswa pengguna mobile banking Universitas Brawijaya)* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi 7*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guay, D., & Ettwein, J. (1998). *Internet Commerce Basics Electronic Markets*. 8(1), 12–15.
- Hadi, S., & Novi, N. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 5(1), 55. <https://doi.org/10.12928/optimum.v5i1.7840>
- Handinisari, H., & Muhlisin, S. (2023). *Pengaruh Keamanan , Kemudahan dan Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Indonesia Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Layanan Mobile Banking ( BSI KCP Jalan Baru )*. 4(3), 818–828.
- Harmayani. (2020). *E-Commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Haryati dan Feranika. (2021). *Sistem Informasi Perbankan*. Sumatera Barat: Insan Cendikia Mandiri.
- Hinestroza, D. (2018). *Technologie- und Innovationsmanagement Mobile Services in Banking Sector□: The Role of Innovative Business Solutions in Generating Competitive Advantage*. 7, 1–25.
- Ikatan Bankir Indonesia. (2014). *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Jakarta: Gramdia.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Jogiyanto. (2008). *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kangean, S., & Rusdi, F. (2020). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Persaingan E-Commrece di Indonesia. *Prologia*, 4(2), 280-287. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6504>

- Kristianti, M. L., & Pambudi, R. (2017). Analisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, persepsi tingkat keamanan, dan fitur layanan terhadap penggunaan mobile banking pada Mahasiswa di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi*, 11(1), 50-67.
- Kusumaningtuti S. Soetiono, Komisioner, A. D., & Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen, O. (2014). *Mengenal Otoritas Jasa Keuangan dan Industri Jasa Keuangan Tingkat SMP*. 61. [https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/images/FileDownload/.6\\_Mengenal\\_OJK\\_dan\\_IJK\\_Tingkat\\_SMP.pdf](https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/images/FileDownload/.6_Mengenal_OJK_dan_IJK_Tingkat_SMP.pdf)
- Lameshow, S., Jr, D. W. H., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1997). Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan. In *Herd* (Vol. 4, Issue 4). Gadjahmada University Press. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/21960193>
- Laudon. (1998). Analisis Sistem , Jakarta: Salemba Empat Lucas Henry C.Jr , Analisis , Desain Implementasi Sistem.
- Lee, H.H., Fiore, A.M., and Kim, J.(2010). The role of the technology acceptance model in explaining effects of image interactivity echnology on consumer responses. *International Journal of Retail & Distribution Management*. 34(8).
- Lestari, D. (2016). Determinan Minat Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 4.
- Mark S. Sanders, Ph.D and Ernest J. McCormick, Ph.D. (1993). Human Factors In Engineering And Design, 7th Edition. McGraw Hill Inc. New York.
- Muhammad. (2017). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Depok; PT Rajawali Pers.
- Nirwana, B. (2021). *Pengaruh tingkat kepercayaan, keamanan, kemudahan dan ketersediaan fitur terhadap minat menggunakan layanan mobile banking Bank NTB Syariah untuk pembayaran online shop* (Doctoral dissertation, UIN Mataram).
- Nisa, F., Rozza, S., & Muchtar, A. M. (2020). Peran Public Relations, Kepercayaan, dan Persepsi Kemudahan dalam Mendorong Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pengguna Mobile Banking BNI Syariah di Kota Depok). *Account: Jurnal Akuntansi Keuangan dan Perbankan*, 7(1).
- Notoatmodjo. (2010). Metodologi Penelitian Kesehatan. Jakarta: Rineka Cipta.

- Nurdin, N., Musyawarah, I., Nurfitriani, N., & Jalil, A. (2020). Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu). *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(1), 87–104. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i1.24.87-104>
- OJK (Otoritas Jasa Keuangan). (2015). *Mengenal Otoritas Jasa Keuangan Dan Industri Jasa Keuangan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020). Mengenal Otoritas Jasa Keuangan dan Industri Jasa Keuangan. In PT Elex Media Komputindo (Ed.), *Otoritas Jasa Keuangan*.
- Rahayu, priestiani putri. (2019). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking. *Studi Empiris Pada Mahasiswa Di Yogyakarta*, 126(1), 1–7.
- Rahmad, A. D., Astuti, E. S., & Riyadi. (2017). Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepercayaan Dan Penggunaan Sms Banking. *Administrasi Bisnis*, 43(1), 36–43.
- Rahmah, F. K., Hartiyah, S., & Trihudyatmanto, M. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Resiko, Kepercayaan Dan Kenyamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Di Wonosobo). *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 2(3), 97–109.
- Ramadhan, A. F., Prasetyo, A. B., & Irviana, L. (2016). *Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-Money*. 13(2), 1–15.
- REGITA, A. (2020). *Analisis Pengaruh Kenyamanan, Kepercayaan Serta Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking pada BRIS KC A Rivai Palembang* (Doctoral dissertation, UIN Raden Fatah Palembang).
- Rianse, Usman dan Abdi. (2012). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi "teori dan aplikasi"*. Bandung: Alfabeta.
- Rizky, I. N., & Yasa, I. N. P. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Dalam Bertransaksi Pada Umkm Di Kecamatan Buleleng. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 9(3).
- Rosada Kalfadia. (2019). Pengaruh tingkat kepercayaan, Brand Image, Kualitas pelayanan dan Customer Value terhadap loyalitas pelanggan pada sarung batik mahda jenggot pekalongan.

- Rozi, F., & Ziyad, M. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank BTN. *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(2), 92-102.
- Sanders, M. S., & McCormick, E. J. (1993). Human factors in engineering and design, 7th ed. *Human Factors in Engineering and Design, 7th Ed.*, xiii, 790–xiii, 790.
- Sangadji E.M., Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Shomad, A. C., & Purnomosidhi, B. (2012). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko terhadap Perilaku Penggunaan E-commerce. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2), 1–20. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/466/411>
- Silalahi, Uber. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Sutisna, Ican. (2020). *Statistika Penelitian Teknik Analisis Data Penelitian Kuantitatif*.
- Tjiptono, Fandi. (2004). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Walfajri, M. (2022). BI Catat Transaksi Mobile Banking Tembus Rp 3.888,09 Triliun hingga Mei 2022. *Kontan.Co.Id*, 1. <https://keuangan.kontan.co.id/news/bi-catat-transaksi-mobile-banking-tembus-rp-388809-triliun-hingga-mei-2022>
- Wibowo, M. A., & Suryoko, S. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat, Tarif dan Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan Produk E-Money (Studi Kasus pada Pengguna Layanan Go-Pay di Kota Jakarta). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(5), 1-10.
- Wibowo, M. A., & Suryoko, S. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat, Tarif Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Produk E-Money (Studi Kasus Pada Pengguna Layanan Go-Pay Di Kota Jakarta). *Jurnal Ilmu*

*Administrasi Bisnis*, 8(1), 16–25.  
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/22704>

Zuhron Muhammad. (2019). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan di BMT UBK.