

**PENGARUH PERSEPSI TEKNOLOGI DAN
KEMUDAHAN PELAYANAN TERHADAP MINAT
NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING
DENGAN SIKAP PENGGUNAAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING (STUDI PT BANK BSI
KCP LOMBOK AIKMEL)**

Riswandi¹, Muh. Baihaqi², Tati Atmayanti^{3*}

^{1, 2,3}*Universitas Islam Negeri Mataram*

[1riswandy142@gmail.com](mailto:riswandy142@gmail.com), [2baihaqi@uinmataram.ac.id](mailto:baihaqi@uinmataram.ac.id),

[3tatiatmayanti@uinmataram.ac.id](mailto:tatiatmayanti@uinmataram.ac.id)

JPS
5

Paper type
Research paper

Abstract

This study aims to determine the effect of Perceptions of Technology and Ease of Service on Customer Interests in Using Mobile Banking with Attitudes to Use as Intervening Variables (Study at PT Bank BSI KCP Lombok Aikmel). This research is a quantitative research with the type of causal associative research. The data collection technique in this study used a probability sampling technique with a simple random sampling method with a sample size of 100 respondents. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis with the development of a path analysis model with the help of the SPSS 26 program. In this study, two types of models were used, namely the first model and the second model. Based on the research results obtained in model I (first) that the variable Perception of Technology and Ease of Service has a significant effect on the Attitude of Use variable. While the results of the research on model II (second) found that the variables Perception of Technology and Ease of Service have a significant effect on Customer Interests in Using Mobile Banking with Attitudes of Use as intervening variables.

Keywords: Technology Perception, Ease of Service, Mobile Banking



*Jurnal Perbankan
Syariah,
Vol. 2 No. 2 Desember
2023,
pp 46 – 57*

✉ Email korespondensi: tatiatmayanti@uinmataram.ac.id

Pedoman Sitasi: Riswandi. Muh. Baihaqi. Tati Atmayanti (2023). Pengaruh Persepsi Teknologi dan Kemudahan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi PT. Bank BSI KCP Lombok Aikmel). *Jurnal Perbankan Syariah*.2(2), 46- 57

eISSN : 2962-2425

Publisher:

JurnalPerbankan Syariah
Gedung FakultasEkonomi dan Bisnis Islam. LT, 2
Jl. Gajah MadaPagesangan No.100, JempongBaru, Kec. Sekarbela, Kota
Mataram, Nusa Tenggara Bar. 83116 - Indonesia

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi secara bertahap sudah merubah realitas menjadi dunia maya. Salah satu bagian teknologi yaitu, internet telah mendorong perkembangan konsep teknologi informasi. Salah satu pihak yang sangat mengikuti perkembangan teknologi adalah dunia perbankan. Sampai saat ini metode transaksi perbankan yang digunakan adalah dengan nasabah datang ke bank, mengisi formulir, selanjutnya menunggu antrian (Larasati, 2019). Hal ini tentu saja tidak efisien dikarenakan waktu tersita cukup banyak. Dan ini merupakan kesempatan bagi dunia perbankan untuk melangkah maju dengan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada nasabahnya, yaitu dengan adanya layanan *mobile banking*(Nirwana, 2021).

Saat ini layanan *mobile banking* tidak hanya berlaku pada bank konvensional saja, akan tetapi bank syariah juga sudah mulai bergerak pada layanan tersebut (Haqiqi, 2017). Salah satu bank syariah yang mulai menggunakan layanan *mobile banking* adalah Bank Syariah Indonesia (BSI). Bank Syariah Indonesia merupakan hasil dari merger / penggabungan tiga bank yakni PT Bank BRI Syariah Tbk (BRIS), PT Bank BNI Syariah (BNIS) dan PT Bank Syariah Mandiri (BSM). PT Bank BSI KCP Lombok Aikmel merupakan salah satu bank yang melakukan merger dari PT Bank BRI Syariah Tbk (BRIS) menjadi Bank Syariah Indonesia. Setelah melakukan merger kini PT Bank BSI KCP Lombok Aikmel terus berbenah dan meningkatkan semua jenis produk maupun layanan untuk menjadi bank unggulan, salah satunya yakni mengembangkan layanan dibidang teknologi untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan.

Terkait dengan layanan dibidang teknologi, kini PT Bank BSI sudah menyediakan fitur layanan *mobile banking*. Pada layanan *mobile banking* banyak sekali fitur-fitur yang telah disediakan, mulai dari transaksi keuangan baik transfer antar bank, bayar pulsa listrik, cek saldo dan masih banyak lagi kemudahan yang bisa dirasakan oleh nasabah (Maula, 2021). Seperti yang diketahui nasabahdi BSI KCP Lombok Aikmel sangat terbantu dengan kemudahan layanan *mobile banking* sehingga dengan layanan tersebut mampu membuat nasabah untuk tetap menggunakan teknologi serta layanan yang telah disediakan oleh pihak bank.

BSI KCP Lombok Aikmel bukan hanya meningkatkan produk- produknya, akan tetapi juga meningkatkan kualitas pelayanannya. Dengan adanya *mobile banking* akan membuat nasabah semakin mudah dan efisien dalam melakukan transaksi perbankan. Mengingat banyak nasabah di BSI KCP Lombok Aikmel belum bisa menggunakan aplikasi *mobile banking* dan juga belum mengetahui kemudahan-kemudahan yang ditawarkan oleh aplikasi tersebut, salah satu contohnya nasabah masih menggunakan layanan BRI *Link* dan sejenisnya untuk melakukan transaksi perbankan sedangkan di aplikasi *mobile banking* itu hanya satu genggaman saja.

Berdasarkan hal tersebut, maka persepsi teknologi dan kemudahan pelayanan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking masih sangat jarang diteliti sehingga sekiranya menjadi salah satu pembaharuan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini sikap penggunaan dijadikan oleh penulis sebagai variabel intervening atau mediasi.

KAJIAN PUSTAKA

a. Persepsi Teknologi

Teknologi informasi adalah segala bentuk teknologi yang diterapkan untuk memproses dan mengirimkan informasi dalam bentuk elektronik (Lucas, 1999). Persepsi teknologi diartikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan

teknologi informasi dapat bekerja lebih singkat dari pada orang yang tidak menggunakan teknologi informasi.

b. Hubungan kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking*

Kemudahan merupakan aktifitas yang bersifat tidak terlihat akibat adanya interaksi antara nasabah dengan sesuatu yang difasilitasi oleh sebuah perusahaan perbankan yang bertujuan untuk memecahkan suatu permasalahan yaitu dengan adanya produk layanan *mobile banking*. Kemudahan juga berpengaruh terhadap minat menggunakan produk layanan *mobile banking*, keduanya memiliki hubungan erat. Karena dengan adanya kemudahan yang tinggi kepada nasabah maka akan menciptakan minat menggunakan suatu produk tersebut. Dengan hal ini maka perusahaan bisa meningkatkan loyalitas nasabah dan akhirnya akan mendapatkan keuntungan sesuai dengan target yang telah ditentukan (Zadlan, 2018).

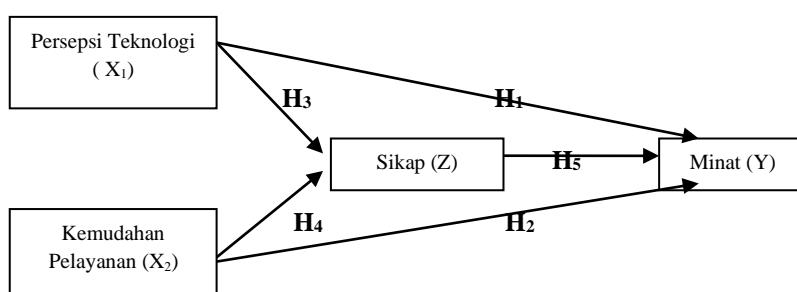
c. *Mobile Banking*

Mobile banking merupakan suatu layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan pengguna kegiatan transaksi perbankan melalui smartphone. *Mobile banking* atau yang lebih dikenal dengan m-banking merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti handphone, dengan penyedia fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui aplikasi unggulan pada smartphone. (Riswandi, 2005).

d. Hubungan Sikap dengan Minat Menggunakan *Mobile Banking*

Sikap adalah tindakan tak terlihat yang muncul dari interaksi antara konsumen dan perusahaan untuk memecahkan suatu masalah konsumen. Sikap juga berpengaruh terhadap minat penggunaan keduanya memiliki hubungan erat. Karena dengan adanya sikap atau keputusan yang tinggi kepada konsumen akan menciptakan minat penggunaan suatu produk. Dengan hal ini maka perusahaan bisa meningkatkan penjualan dan akhirnya akan mendapatkan keuntungan sesuai dengan yang diharapkan (Himawati, 2018).

KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESIS



Gambar 1. Kerangka Berpikir

H₁ : Diduga persepsi teknologi berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking*

H₂ : Diduga kemudahan pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking*

H₃ : Diduga persepsi teknologi berpengaruh terhadap sikap penggunaan *Mobile Banking*

H₄ : Diduga kemudahan pelayanan berpengaruh terhadap sikap penggunaan *Mobile Banking*

- H₅ : Diduga sikap penggunaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking
- H₆ : Diduga persepsi teknologi berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking melalui sikap penggunaan sebagai variabel intervening
- H₇ : Diduga kemudahan pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking melalui sikap penggunaan sebagai variabel intervening.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Asosiatif kausal adalah rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2013). Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah nasabah PT Bank BSI KCP Lombok Aikmel dengan jumlah populasi tidak terbatas atau sulit ditentukan dengan pasti (*Infinite Population*). Sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini *probability sampling* dengan menggunakan metode *simple random sampling*. Sampel untuk penelitian ini adalah nasabah yang sudah dan yang belum menggunakan layanan Mobile Banking di PT Bank BSI KCP Lombok Aikmel. Dalam menentukan ukuran sampel ini, peneliti menggunakan Rumus Lemeshow karena jumlah populasi yang tidak diketahui atau tidak terbatas (*infinite population*). Jumlah sample yang digunakan sebesar 100 sample.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil dan pembahasan yang diperoleh berdasarkan estimasi dalam pengolahan data sebagai berikut:

a. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Hasil uji validitas dari variabel Persepsi Teknologi (X1). Terdiri dari 10 item pernyataan yang memiliki rhitung> rtabel yakni 0,1966 sehingga item kuesioner dinyatakan valid. hasil uji validitas dari Kemudahan Pelayanan (X2). Terdiri dari 10 item pertanyaan yang memiliki rhitung> rtabel yakni 0,1966 sehingga item kuesioner dinyatakan valid. hasil uji validitas dari variabel Minat Nasabah (Y). Terdiri dari 10 item pertanyaan yang memiliki rhitung> rtabel yakni 0,1966 sehingga item kuesioner dinyatakan valid. hasil uji validitas dari variabel Sikap Penggunaan (Z). Terdiri dari 10 item pertanyaan yang memiliki rhitung> rtabel yakni 0,1966 sehingga item kuesioner dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 1. Uji Reliabilitas

Variabel	Reliabilitas Coefficient	Cronbach's Alpha	Keterangan
X1	10	0,939	Reliabel
X2	10	0,925	Reliabel
Y	10	0,933	Reliabel
Z	10	0,946	Reliabel

Sumber: data diolah, 2023

Variabel persepsi teknologi (X1) diketahui nilai cronbach's alpha sebesar 0,939 variabel kemudahan pelayanan (X2) diketahui nilai Cronbach's alpha sebesar 0,925, variabel minat nasabah (Y) diketahui cronbach's alpha sebesar 0,933, variabel sikap penggunaan (Z) diketahui cronbach's alpha sebesar 0,946,

dan semua variabel ini diketahui nilai cronbach's alpha lebih besar dari 0,60 berarti reliabel.

b. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Berdasarkan uji normalitas pada model I diketahui nilai signifikan Monte Carlo sebesar $0.184 > 0.05$, maka disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Selain itu, untuk model II diketahui nilai signifikan Monte Carlo sebesar $0.481 > 0.05$, maka data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Nilai tolerance seluruh variabel independent $> 0,1$ dan *VIF* < 10 maka uji *Multikolinearitas* Model I terpenuhi, sedangkan nilai *tolerance* $< 0,1$ dan *VIF* > 10 , maka uji *Multikolinearitas* Model II terpenuhi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Pada model I nilai signifikansi keseluruhan variabel $> 0,05$, sehingga terhindar dari masalah *Heteroskedastisitas* pada data yang diolah, Sedangkan pada Model II nilai signifikansi keseluruhan variabel $> 0,05$. Sehingga terhindar dari masalah *Heteroskedastisitas* pada data yang diolah.

c. Uji Statistik

1. Uji-t

Tabel 2. Uji-t Model I

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.824	1.343		1.358	.178
	Persepsi Teknologi	.381	.053	.408	7.177	.000
	Kemudahan Pelayanan	.570	.056	.583	10.252	.000

a. Dependent Variable: Sikap Penggunaan

Sumber data: Output Software Versi spss 26.0

Berdasarkan tabel 1, uji-t Model I dirincikan:

- a) Pengujian variabel persepsi teknologi yaitu nilai thitung $7.177 > 1,661$ t-tabel dan nilai signifikansi uji t sebesar $0,000 < 0,05$ maka terdapat pengaruh dan signifikan
- b) Pengujian variabel Kemudahan Pelayanan yaitu nilai thitung $10,252 > 1,661$ t-tabel dan nilai signifikansi uji t sebesar $0,000 < 0,05$ maka terdapat pengaruh dan signifikan.

Tabel 3. Uji-t Model II

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.308	1.405		.931	.354
	Persepsi Teknologi	.153	.068	.165	2.256	.026
	Kemudahan Pelayanan	.291	.083	.299	3.499	.001
	Sikap Penggunaan	.499	.105	.501	4.743	.000

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber data: Output Software Versi spss 26.0

Berdasarkan tabel 2, uji t Model II dirincikan:

- Pengujian variabel persepsi teknologi yaitu nilai thitung $2.256 > 1,661$ t-tabel dan nilai signifikansi uji t sebesar $0,026 < 0,05$ maka terdapat pengaruh dan signifikan
- Pengujian variabel Kemudahan Pelayanan yaitu nilai thitung $3.499 > 1,661$ t-tabel dan nilai signifikansi uji t sebesar $0,001 < 0,05$ maka terdapat pengaruh dan signifikan
- Pengujian variabel Sikap Penggunaan yaitu nilai thitung $4.743 > 1,661$ t-tabel dan nilai signifikansi uji t sebesar $0,000 < 0,05$ maka terdapat pengaruh dan signifikan

2. Uji-f

Tabel 4. Uji-f Model I

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.221.270	2	1.110.635	263.422	.000 ^b
	Residual	408.970	97	4.216		
	Total	2.630.240	99			

a. Dependent Variable: Sikap Penggunaan
b. Predictors: (Constant), Kemudahan Pelayanan, Persepsi Teknologi

Sumber data: Output Software Versi spss 26.0

Berdasarkan tabel 3 fhitung > f-tabel yaitu $263.422 > 2.699$ dan nilai sig. $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama terdapat pengaruh antara persepsi teknologi (X1), kemudahan pelayanan (X2) terhadap sikap penggunaan mobile banking (Z).

Tabel 5. Uji-f Model II

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.179.520	3	726.507	160.454	.000 ^b
	Residual	434.670	9	4.528		
	Total	2.614.190	9			

a. Dependent Variable: Minat Nasabah
b. Predictors: (Constant), Sikap Penggunaan, Persepsi Teknologi,Kemudahan Pelayanan

Sumber data: Output Software Versi spss 26.0

Berdasarkan tabel 4. fhitung > ftabel yaitu $160.454 > 2.699$ dan nilai sig. $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama terdapat pengaruh antara persepsi teknologi (X1), kemudahan pelayanan (X2) terhadap minat nasabah (Y) melalui sikap penggunaan mobile banking (Z).

d. Uji Analisis Jalur (Path Analysis)

1) Menghitung Koefisien Jalur Model I

Tabel 6. Koefisien Jalur Model I

Coefficients ^a				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.

Riswandi. Muh. Baihaqi. Tati Atmayanti.(2023). Pengaruh Persepsi Teknologi dan Kemudahan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi PT. Bank BSI KCP Lombok Aikmel).

		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.824	1.343			1.358	.178
	Persepsi Teknologi	.381	.053		.408	7.177	.000
	Kemudahan Pelayanan	.570	.056		.583	10.252	.000
a. Dependent Variable: Sikap Penggunaan							

Sumber data: Output Software Versi spss 26.0

Tabel 7. Nilai R-Square Model I

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.919 ^a	.845	.841	205.333
a. Predictors: (Constant), Kemudahan Pelayanan, Persepsi Teknologi				

Sumber data: Output Software Versi spss 26.0

Interpretasi hasil baca output SPSS Analisis Path (*Path Analysis*) model I:

- Pada tabel “coeffecients” diketahui nilai signifikan $X_1=0,000$ dan $X_2=0,000 < 0,05$. hasil ini memberikan kesimpulan bahwa regresi model I yakni variabel X_1 dan X_2 berpengaruh signifikan terhadap Z.
- Besarnya nilai R square yang adalah sebesar 0,845 hal ini menunjukkan bahwa sumbangan pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Z adalah sebesar 84,5 %. Sementara sisanya 15,5% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Sementara itu, untuk nilai e1 dapat dicari dengan rumus $e1=\sqrt{1-0,845}=\sqrt{0,155}=0,393$

2) Menghitung Koefisien Jalur Model II

Tabel 8. Koefisien Jalur Model II

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.308	1.405		.931	.354
	Persepsi Teknologi	.153	.068	.165	2.256	.026
	Kemudahan Pelayanan	.291	.083	.299	3.499	.001
	Sikap Penggunaan	.499	.105	.501	4.743	.000
a. Dependent Variable: Minat Nasabah						

Sumber data: Output Software Versi spss 26.0

Tabel 8. Nilai R-Square Model II

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.913 ^a	.834	.829	212.787

a. Predictors: (Constant), Sikap Penggunaan, Persepsi Teknologi,Kemudahan Pelayanan

Sumber data: Output Software Versi spss 26.0

Interpretasi hasil baca output SPSS Analisis Path (*Path Analysis*) model II:

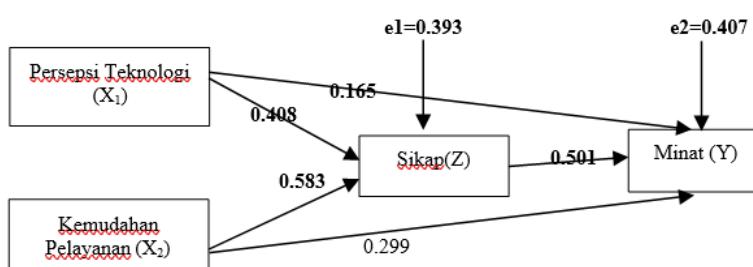
- Berdasarkan tabel "coefficients" diketahui nilai signifikansi dari $X_1=(0,026)$, $X_2=(0,001)$ dan $Z=(0,000)$ lebih kecil dari 0,05. hasil ini memberi kesimpulan bahwa regresi model II yakni variabel X_1, X_2 dan Z berpengaruh signifikan terhadap Y .
- Besarnya nilai R Square adalah sebesar (0,834), hal ini menunjukkan bahwa kontribusi X_1 , X_2 dan Z terhadap Y adalah sebesar (83,4%) sementara sisanya (16,6%) merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak diteliti. Sementara untuk $e^2=\sqrt{(1-0,834)}=\sqrt{0,166}=0,407$

Tabel 9. Hasil Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Variabel	Kontribusi		
	Langsung	Tidak Langsung	Total
X_1 terhadap Z	0,408	-	0,408
X_2 terhadap Z	0,583	-	0,583
X_1 terhadap Y	0,165	-	0,165
X_2 terhadap Y	0,299	-	0,299
Z terhadap Y	0,501	-	0,502
X_1 terhadap Y melalui Z	-	$0,408 \times 0,501 = 0,204$	$0,165 + 0,204 = 0,369$
X_2 terhadap Y melalui Z	-	$0,299 \times 0,501 = 0,149$	$0,299 + 0,149 = 0,448$

Sumber: Data diolah, 2022

Hasil baca output Analisis Jalur Path



Gambar 2. Analisis Jalur Path

Berdasarkan hasil estimasi data diperoleh kesimpulan bahwa:

- Analisis pengaruh X_1 terhadap Z

Diperoleh nilai signifikansi X_1 sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh signifikan X_1 terhadap Z

- Analisis pengaruh X_2 terhadap Z

Diperoleh nilai signifikansi X_2 sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh signifikan X_2 terhadap Z

3. Analisis pengaruh X1terhadap Y

Diperoleh nilai signifikansi X1 sebesar $0,026 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh signifikan X1 terhadap Y

4. Analisis pengaruh X2terhadap Y

Diperoleh nilai signifikansi X2 sebesar $0,001 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh signifikan X2 terhadap Y

5. Analisis pengaruh Z terhadap Y

Diperoleh nilai signifikansi Z sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh signifikan Z terhadap Y

6. Analisis pengaruh X1 melalui Z terhadap Y

Pengaruh langsung yg diberikan X1 terhadap Y sebesar (0,165). Sedangkan pengaruh tidak langsung X1 melalui Z terhadap Y adalah perkalian antara nilai beta X1 terhadap Z dengan nilai beta Z terhadap Y yaitu: $(0,408) \times (0,501) = (0,204)$. Maka pengaruh total yang diberikan X1 terhadap Y adalah pengaruh langsung ditambah dengan pengaruh tidak langsung yaitu : $(0,165) + (0,204) = (0,369)$. Berdasarkan hasil perhitungan diatas diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,165 lebih kecil dari pengaruh tidak langsung sebesar 0,204, hasil ini menunjukkan bahwasecara tidak langsung X1 melalui Z mempunyai pengaruh signifikan terhadap Y.

7. Analisis pengaruh X2 melalui Z terhadap Y

Diketahui pengaruh langsung yg diberikan X2 terhadap Y sebesar (0,299). Sedangkan pengaruh tidak langsung X2 melalui Z terhadap Y yaitu: $(0,299) \times (0,501) = (0,149)$. Maka pengaruh total yg diberikan X2 terhadap Y adalah pengaruh langsung ditambah dengan pengaruh tidak langsung yaitu $0,299 + 0,149 = 0,448$. Berdasarkan hasil perhitungan diatas diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,299 lebih besar dari pengaruh tidak langsung yakni sebesar 0,149 . hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung X2 melalui Z tidak mempunyai pengaruh signifikansi terhadap Y

Pembahasan

1. Pengaruh Persepsi Teknologi (X1) terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking (Z)

Hipotesis pertama (H_1) penelitian ini menyatakan bahwa persepsi teknologi berpengaruh terhadap sikap penggunaan mobile banking. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi teknologi mempunyai nilai positif sehingga memiliki arti bahwa dengan adanya persepsi teknologi ataupun produk BSI yang berbasis teknologi akan meningkatkan sikap nasabah dalam menggunakan mobile banking di PT Bank BSI KCP Lombok Aikmel. Hal ini dijelaskan berdasarkan ringkasan hasil pengujian hipotesis, untuk variabel Persepsi Teknologi t hitung sebesar 7.177 lebih besar dari t_{tabel} 1.661 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian **H_1 diterima**.

Hal ini menunjukkan bahwa persepsi teknologi berpengaruh terhadap sikap penggunaan nasabah dalam menggunakan mobile banking di PT Bank BSI KCP Lombok Aikmel. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Gilang Rizky Amijaya (2020). Semakin tinggi penggunaan teknologi informasi maka sikap penggunaan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* meningkat.

2. Pengaruh Kemudahan Pelayanan (X2) terhadap sikap penggunaan Mobile banking (Z)

Hipotesis kedua (H_2) penelitian ini menyatakan bahwa kemudahan pelayanan berpengaruh terhadap sikap penggunaan mobile banking. Hal ini dijelaskan berdasarkan

ringkasan hasil pengujian hipotesis, untuk variabel kemudahan pelayanan t hitung sebesar 10.252 lebih besar dari ttabel 1.661 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian H_2 diterima.

Hasil pengujian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Ngizaul Fatul Maula (2021). Yakni kemudahan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan mobile banking.

3. Pengaruh Persepsi Teknologi (X1) terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking (Y)

Hipotesis ketiga (H_3) penelitian ini menyatakan bahwa persepsi teknologi berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking di PT Bank BSI KCP Lombok Aikmel. Hal ini dijelaskan berdasarkan ringkasan hasil pengujian hipotesis, untuk variabel persepsi teknologi F hitung sebesar 2.256 dengan nilai signifikansi sebesar 0,026 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian H_3 diterima.

Hasil analisis diatas menunjukkan bahwa persepsi teknologi berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking. Hal ini sesuai dengan penelitian Gilang Rizky Amijaya(2020), bahwa semakin tinggi penggunaan teknologi maka minat nasabah menggunakan mobile banking semakin meningkat.

4. Pengaruh kemudahan pelayanan (X2) terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Y)

Hipotesis ke empat (H_4) penelitian ini menyatakan bahwa kemudahan pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking di PT Bank BSI KCP Lombok Aikmel. Hal ini dijelaskan berdasarkan ringkasan hasil pengujian hipotesis, untuk variabel kemudahan pelayanan t hitung sebesar 3.499 lebih besar dari ttabel 1.661 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian **H_4 diterima**.

Hal ini menggambarkan bahwa kemudahan bernilai positif sehingga memiliki arti bahwa dengan meningkatkan kemudahan akan meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan mobile banking di PT Bank BSI KCP Lombok Aikmel. Hasil analisis menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking, hal ini sesuai dengan penelitian Ngizaul Fatul Maula (2021), yakni kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan mobile banking.

5. Pengaruh Sikap Penggunaan (Z) terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking (Y)

Hipotesis kelima (H_5) penelitian ini menyatakan bahwa sikap penggunaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking di PT Bank BSI KCP Lombok Aikmel. Hal ini dijelaskan berdasarkan ringkasan hasil pengujian hipotesis, untuk variabel sikap penggunaan t hitung sebesar 4.743 lebih besar dari ttabel 1.661 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian **H_5 diterima**.

Artinya terdapat pengaruh antara sikap penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan mobile bankingdi PT Bank BSI KCP Lombok Aikmel. Berdasarkan kondisi dilapangan bahwa semakin sering menggunakan aplikasi mobile banking maka minat nasabah menggunakan aplikasi tersebut semakin sering. Hasil analisis menunjukkan bahwa sikap penggunaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking, hal ini sesuai dengan penelitian Ngizaul Fatul Maula (2021), yakni sikap penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan mobile banking

6. Pengaruh persepsi teknologi (X_1) terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking dengan sikap penggunaan mobile banking $s(Z)$ sebagai variable intervening.

Hipotesis kelima (H_5) penelitian ini menyatakan bahwa sikap Penggunaan (Z) mampu memediasi pengaruh tidak langsung antara persepsi teknologi (X_1) terhadap minat minat nasabah menggunakan mobile banking (Y) di PT Bank BSI KCP Lombok Aikmel di lakukan dengan analisis jalur (Path Analysis). Hal ini dijelaskan berdasarkan hasil perhitungan analisis path diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,165 lebih kecil dari pengaruh tidak langsung sebesar 0,204, hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung X_1 melalui Z mempunyai pengaruh signifikan terhadap Y . Dengan demikian **H_6 diterima**.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa sikap penggunaan bisa dijadikan sebagai perantara antara persepsi teknologi terhadap minat nasabah menggunakan mobie banking. Hal ini sesuai dengan penelitian Ngizaul Fatul Maula (2021), bahwa jika semakin merasa puas dengan penggunaan mobile banking, maka nasabah akan tetap berminat untuk menggunakan mobile banking.

7. Pengaruh Kemudahan pelayanan (X_2) terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking (Y) dengan sikap penggunaan mobile banking (Z) sebagai variable intervening.

Hipotesis kelima (H_7) penelitian ini menyatakan bahwa kemudahan pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking dengan sikap penggunaan sebagai variabel intervening di lakukan dengan analisis jalur (Path Analysis). Hal ini dijelaskan berdasarkan hasil perhitungan analisis path bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,299 lebih besar dari pengaruh tidak langsung yakni sebesar 0,149 . hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung X_2 melalui Z tidak mempunyai pengaruh signifikansi terhadap Y . Dengan demikian **H_7 ditolak**.

Hasil tersebut sesuai dengan penelitian Rezza Resita Himawati (2018) yang menunjukkan hasil penelitian bahwa sikap tidak mampu memediasi pengaruh kemudahan terhadap minat nasabah dalam penggunaan mobile banking.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- a. Persepsi Teknologi dan Kemudahan Pelayanan berpengaruh terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking
- b. Persepsi Teknologi dan Kemudahan berpengaruh terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking
- c. Sikap Penggunaan berpengaruh terhadap Minat Nasabah menggunakan mobile banking
- d. Persepsi teknologi berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking dengan sikap penggunaan sebagai variabel intervening
- e. Kemudahan pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking dengan sikap penggunaan sebagai variabel intervening

REFERENSI

Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro).

- Haqiqi, Izza Halida. (2017) "Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Fitur Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Net Banking (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri KCP Kelapa Dua Tangerang), (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Jakarta, 2017).
- Hans Setiawan The riady dan Dahlia Br Ginting. (2015) "analisis pengaruh persepsi teknologi informasi, resiko, kepercayaan dan fitur layanan terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan e-banking (studi kasus: PT. Bank BPRKS Bandung), (*Jurnal media informatika* Vol. 14 Nomor. 2).
- Hendra Iskandar, (2016). "Preceived Usselfunes, Preceived Ease of Use, and Acceptance of Information System Technology, (*MIS Quarterly*, Vol. 13, Nomor 3, Probolinggo: Universitas Panca Marga).
- Himawati, Rezza Resita. (2018). "Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Kantor Cabang Syariah Solo), (*Skripsi*, FEBI IAIN Salatiga, Solo).
- Larasati, Ira Mega. Andjarwati, Anik Lestari. (2019)."Pengaruh Perceived Ease Of Use dan Perceived Usefuiness Terhadap Niat Menggunakan Internet Banking dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening , (*Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 7, Nomor 1).
- Maula, Ngizaul Fatul. (2021)."Pengaruh Manfaat dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo),(*Skripsi*, FEBI IAIN Ponorogo, Ponorogo, 2021).
- Nirwana, Bq Elok. (2021) "Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Keamanan, Kemudahan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank NTB Syariah untuk Pembayaran Online Shop, (*Tesis*, FEBI Pascasarjana UIN Mataram, Mataram)
- Riswandi, Budi Agus. (2005). Aspek *Hukum Internet Banking*, Yogyakarta; Persada.
- Stanley Lemeshow et. Al. (1997). "Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan, Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Sugiyono. (2019) *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung: Alfabeta.
- Žadlan, Abi. dkk. (2018) "Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya), (*Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 62, Nomor.1, September).

Profil Penulis

Riswandi. Mahasiswa Lulusan Prodi Perbankan Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Universitas Islam Negeri Mataram. riswandy142@gmail.com

Muhammad Baihaqi. Dosen Dosen Tetap Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram. Kebidangan Ekonomi Islam. Lulusan S2 Universitas Islam Indonesia Email: baihaqi@uinmataram.ac.id,

Tati Atmayanti. Dosen Tetap Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram. Kebidangan Ekonomi Pembangunan. Lulusan S2 Universitas Gadjah Mada. Email: tatiatmayanti@uinmataram.ac.id