

PENGARUH KETERSEDIAAN FITUR DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING* PADA BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU ULEE KARENG

Ulfa Nazirah¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry, Banda Aceh

Farid Fathony Ashal²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry, Banda Aceh

Akmal Riza³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry, Banda Aceh

Email: ulfa.nazirah3@gmail.com¹, farid.fathony@ar-raniry.ac.id², akmalriza@ar-raniry.ac.id³

ABSTRACT

The existence of Mobile Banking has a positive impact on the user because it drives transactions easier. This study aimed to specify the effect of feature availability and risk perception on customers' wishes to use Mobile Banking at BSI KCP Ulee Kareng. This study utilizes a quantitative research method with a purposive sampling technique in the form of distributing 65 questionnaires to the BSI KCP Ulee Kareng customers and utilizing multiple linear regression analysis techniques. The results show that the availability of features partially has an effect, while the other, risk perception, does not affect customers' wishes. However, the availability of features and risk perceptions simultaneously affect customers' wishes to use Mobile Banking.

Keywords: Feature Availability, Risk Perception, and Customer Interest in Using Mobile Banking

ABSTRAK:

Adanya *Mobile Banking* berdampak positif bagi masyarakat yang menggunakannya dikarenakan mempermudah saat bertransaksi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh ketersediaan fitur dan persepsi risiko terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking* pada BSI KCP Ulee Kareng. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik *purposive sampling* berupa menyebarkan 65 kuesioner kepada nasabah BSI KCP Ulee Kareng dan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial ketersediaan fitur berpengaruh dan persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking*. Sedangkan secara simultan ketersediaan fitur dan persepsi risiko berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking*.

Kata kunci: Ketersediaan Fitur, Persepsi Risiko dan Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking

PENDAHULUAN

Teknologi yang berkembang di zaman sekarang semakin pesat dan sangat cepat mempengaruhi kehidupan manusia. Setiap kegiatan manusia sehari-hari tidak luput dari teknologi yang mempermudah setiap kegiatannya, sehingga teknologi menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia di masa sekarang. Perkembangan teknologi dari segi informasi dan komunikasi memberikan dampak yang luar biasa. Perkembangan teknologi di tandai dengan munculnya teknologi baru diberbagai bidang, tidak terkecuali dibidang perbankan.

Pada saat ini, pemanfaatan teknologi informasi di bidang industri perbankan telah banyak dipakai untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan yang disediakan. Inovasi dalam bidang pelayanan di perbankan dengan menggunakan *e-banking* diharapkan dapat menekan segala biaya transaksi dan juga antian yang terjadi di setiap kantor-kantor bank.¹

Bank memberikan layanan Elektronik *Banking* atau yang lebih dikenal dengan *e-Banking* untuk kebutuhan dalam bertransaksi diperbankan selain layanan perbankan yang disediakan setiap cabang bank. Dengan menggunakan *e-Banking* nasabah dapat lebih menghemat waktu dan bisa bertransaksi dengan lebih praktis dan mudah. Transaksi yang dilakukan dapat berupa transfer antar rekening maupun bank, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, pengecekan mutasi, pengecekan saldo rekening dan lainnya. Adapun layanan yang termasuk dalam *e-Banking* adalah *Internet Banking*, *Mobile Banking*, *Phone Banking*, dan *SMS Banking*.

Mobile Banking ini menjadi prasarana untuk mengembangkan pelayanan yang sangat cepat. Setiap bank menyediakan fasilitas *Mobile Banking* untuk memenuhi kebutuhan dari para nasabah seperti halnya melakukan transaksi. *Mobile banking* salah satu inovasi bank untuk memberikan pelayanan kepada nasabah melalui aplikasi yang dapat digunakan melalui *smartphone*, sehingga nasabah dapat melakukan transaksi keuangan, tanpa batasan waktu, tanpa perlu mengunjungi cabang bank dan tidak perlu melakukan transaksi menggunakan *Automatic Teller Machine (ATM)* secara nontunai. Produk tersebut sangat diminati banyak kalangan masyarakat karena cukup banyak pengguna *smartphone*.

PT. Bank Syariah Indonesia atau disingkat BSI salah satu merger tiga bank syariah milik negara: PT. Bank BRI Syariah, PT. Bank BNI Syariah dan PT. Bank Syariah Mandiri. Dengan penggabungan ini, Bank Syariah Indonesia dapat menjadi lebih inovatif, berguna dan kuat serta menjadi bagian dari penggerak pembangunan Indonesia.²

Pada tanggal 25 April 2021 tingkat transaksi digital PT. Bank Syariah Indonesia mencapai Rp40,85 triliun, dengan banyaknya kontribusi yang berasal dari transaksi menggunakan aplikasi BSI *Mobile* hingga 82,53%, dengan tingkat volume transaksi

¹ Fauzul Azhar, Azharsyah Ibrahim dan Akmal Riza, *Pengaruh Teknologi Informasidan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Banda Aceh*. (Scientific Journal of Students Islamic Economics and Business: 2022) Vol. 3 No. 1 hlm 8.

² Markombur.com, *Sejarah Singkat PT Bank Syariah Indonesia, TBK. (Bank BSI)*, 2021 dapat diakses melalui <https://www.markombur.com/2021/02/sejarah-singkat-pt-bank-syariah.html?m=1>

hingga Rp17,3 triliun. Tidak hanya penggunaan aplikasi BSI *Mobile*, kenaikan transaksi digital juga ditompang oleh aktivitas nasabah yang menggunakan kartu debit/kredit dengan persentase 17%, kemudian ada *Automatic Teller Machine* (ATM) yaitu 14% dan yang terakhir adalah penggunaan *Internet Banking* 24%.³ Pada bulan Juli 2021 dikarenakan masih dalam masa pandemi Covid-19 membuat aktivitas dan perilaku perbankan nasabah ikut berubah, tak terkecuali bank BSI. Transaksi layanan digital menggunakan *Mobile Banking* menjadi meningkat, hingga mencapai 97,4% secara tahunan atau 46,4 juta transaksi per Juli 2021.⁴

Jumlah pengguna BSI *Mobile* hingga tanggal 17 Agustus 2021 tercatat 2,7 juta pengguna atau meningkat 79,4% dari awal 2021 secara tahunan dan pengguna aktif mencapai lebih dari 1,1 juta nasabah atau meningkat hingga 92,5% secara tahunan.⁵ Pada tanggal 1 November 2021 penggunaan BSI *Mobile* mencapai 74,24 juta transaksi atau 133% secara tahunan. Sedangkan pada bulan Desember BSI mencatat jumlah pengguna BSI *Mobile* mencapai 3,47 juta pengguna atau 127% dengan jumlah transaksi yang semakin meningkat yaitu 169% atau mencapai 124,24 juta transaksi.⁶

Dengan berbagai pelayanan transaksi yang lebih memudahkan nasabah, BSI KCP Ulee Kareng juga menyediakan layanan transaksi *online*. Pelayanan transaksi *online* atau *E-Channel* yang disediakan oleh BSI KCP Ulee Kareng ada 4 yaitu *Cash Management System (CMS)*, *BSI Net*, *Internet Banking* dan *Mobile Banking*, yang masing-masingnya memiliki fitur transaksi yang berbeda sesuai dengan keperluan dari nasabah.

Tabel 1. Jumlah pengguna *Mobile Banking* pada BSI KCP Ulee Kareng Tahun 2021

No	Bulan	Jumlah Pengguna <i>Mobile Banking</i>
1.	Oktober	14.453 pengguna
2.	November	14.978 pengguna
3.	Desember	15.447 pengguna

Sumber : Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Ulee Kareng (2022)

Berdasarkan observasi awal penulis dengan pihak bank dan data yang tercatat pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Ulee Kareng, jumlah nasabah pada akhir tahun 2021 terdapat 35.233 nasabah. Banyaknya jumlah nasabah yang tercatat dikarenakan penggabungannya 3 bank milik negara menjadi satu. Sedangkan untuk jumlah pengguna *Mobile Banking* pada bulan Oktober berjumlah 14.453 pengguna, pada bulan November jumlah pengguna meningkat menjadi 14.978 pengguna, dan pada bulan Desember jumlah pengguna *Mobile Banking* semakin meningkat yaitu 15.447 pengguna (Sumber: BSI KCP Ulee Kareng, 2022).

³ CNNIndonesia, *BSI Catat Transaksi Digital Banking Rp 40 Triliun*. 2021 dapat diakses melalui <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210426100841-78-634688/bsi-catat-transaksi-digital-banking-rp40-triliun>

⁴ Suarainvestor.com, *Juli 2021, BSI: Transaksi Digital Melonjak 97,4 Persen*. 2021 dapat diakses melalui <https://www.suarainvestor.com/juli-2021-bsi-transaksi-digital-melonjak-974-persen/>

⁵ CNBCIndonesia, *Gegara ini, Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Melesat 98%*. 2021 dapat diakses melalui <https://www.cnbcindonesia.com/syariah/20210823140844-29-270488/gegara-ini-mobile-banking-bank-syariah-indonesia-melesat-98>

⁶ Bisnistempo.co, *Aset Bank Syariah Indonesia Tembus Rp 265 Triliun per Desember 2021*. 2021 dapat diakses melalui <https://bisnis.tempo.co/read/1556434/aset-bank-syariah-indonesia-tembus-rp-265-triliun-per-desember-2021>

Berdasarkan wawancara yang dilakukan penulis dengan salah satu nasabah BSI KCP Ulee Kareng, beliau mengatakan tidak menggunakan *Mobile Banking* di karenakan tidak paham dengan cara penggunaan *Mobile Banking* dan malas untuk mencoba sehingga lebih memilih untuk menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM). Sama halnya dengan seorang nasabah yang juga tidak menggunakan *Mobile Banking*, beliau mengatakan bahwa tidak mau menggunakan *Mobile Banking* karena takut salah tekan sehingga dapat menyebabkan hilangnya uang di dalam rekening.

Adapun hasil wawancara penulis dengan nasabah BSI KCP Ulee Kareng lainnya yang menggunakan *Mobile Banking*, beliau mengatakan alasan beliau menggunakan *Mobile Banking* karena supaya lebih mudah saja, jika ingin transfer uang tidak perlu keluar rumah. Beliau juga mengatakan jika berbelanja *online* menjadi lebih cepat dalam melakukan pembayaran yang tersedia dalam aplikasi tersebut. Tidak hanya itu, beliau juga berjualan barang secara *online*, dengan menggunakan aplikasi *Mobile Banking* beliau bisa mengecek uang yang ditransfer oleh pembeli sudah masuk atau belum.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian dengan berlandaskan pada filsafat *positivisme*, pendekatan ini digunakan untuk meneliti populasi atau pun sampel tertentu. Dalam proses pengumpulan data, analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik memiliki tujuan untuk menguji hipotesis-hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya.⁷

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Ulee Kareng. Adapun jumlah nasabah yang tercatat pada BSI KCP Ulee Kareng adalah 35.233 nasabah (Sumber: Bank Syariah Indonesia KCP Ulee Kareng, 2022). Teknik pengambilan sampel yaitu dengan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah teknik pemilihan sekelompok subyek *sampling* yang didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang mempunyai keterkaitan atau sangkut paut dengan ciri-ciri populasi yang yang sudah diketahui sebelumnya. Dengan kata lain, unit sampel yang dipilih adalah yang memiliki kesesuaian dengan kriteria-kriteria tertentu yang telah diterapkan berdasarkan penelitian.⁸

Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah yang mempunyai kriteria tertentu. Adapun yang digunakan sebagai kriteria pengambilan sampel pada penelitian ini adalah:

1. Nasabah BSI KCP Ulee Kareng
2. Usia minimal 17 tahun
3. Menggunakan *Mobile Banking*

⁷ Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 7.

⁸ Syahrudin dan Salim, *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Bandung: Citapustaka Media, 2012), h. 118.

Untuk menentukan jumlah sampel, maka menggunakan rumus *slovin*, yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$
$$n = \frac{35.233}{1 + 35.233 (0,1)^2}$$
$$n = \frac{35.233}{1 + 35.233 (0,01)}$$
$$n = \frac{35.233}{1 + 352,33}$$
$$n = \frac{35.233}{353,33}$$
$$n = 99,71$$

Hasil perhitungan diatas adalah 99,71 maka sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 sampel, dari jumlah populasi sebanyak 35.233 nasabah.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner atau angket. Metode penelitian kuantitatif digunakan untuk mengukur tentang ketersediaan fitur dan persepsi risiko terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking*.

LANDASAN TEORI

Minat

Pengertian Minat

Minat adalah suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang tersebut melihat ciri-ciri atau arti sementara keadaan yang dihubungkan dengan segala keinginan atau kebutuhannya sendiri.⁹ Minat perilaku yaitu sebuah keinginan atau tindakan seseorang untuk melakukan suatu kegiatan. Hubungan minat bisa diartikan sebagai perilaku-perilaku atau tindakan-tindakan, minat juga dapat berubah sesuai dengan waktu, jangka waktu yang semakin panjang memungkinkan terjadi perubahan minat seseorang.¹⁰

Indikator Minat Menggunakan *Mobile Banking*

Untuk mengetahui seberapa jauh tumbuhnya minat seseorang terhadap suatu produk, maka dapat diidentifikasi dengan indikator-indikator sebagai berikut:¹¹

1. Minat transaksional, adalah kecenderungan seseorang untuk melakukan pembelian suatu produk.

⁹ Marthauli, Mirati & Widyasari, *Pengaruh Ketersediaan Fitur Layanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan BCA Mobile di Wilayah Jabodetabek*. (Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan, 2019) Vol. 8, No. 1, hlm 1466.

¹⁰ Ahmad & Bambang Setiyo Pambudi, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking BRI)*. (Jurnal Studi Manajemen, 2014) Vol. 8, No. 1, hlm 5.

¹¹ Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen*. (Semarang: Universitas Diponegoro, 2006), h. 188.

2. Minat eksploratif, upaya seseorang dalam mencari informasi mengenai produk yang diminatinya serta mencari informasi untuk mengetahui sifat-sifat positif dari produk tersebut.
3. Minat preferensial, adalah perilaku seseorang yang mempunyai pilihan produk utama bagi dirinya serta memiliki preferensi yang dapat berubah bila terjadi sesuatu dengan produk pilihannya.
4. Minat referensial, adalah sikap seseorang dalam mereferensikan produk kepada orang lain.

MOBILE BANKING

Mobile Banking adalah layanan produk perbankan yang dirancang untuk memfasilitasi proses perbankan bagi nasabah dan bank. *Mobile Banking* merupakan perkembangan teknologi yang sangat menarik karena dapat bertransaksi secara langsung kapan saja, di mana saja dan memiliki akses 24 jam melalui internet/*mobile data* melalui *smartphone*.¹² *Mobile Banking* adalah fasilitas perbankan modern yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan yang termasuk dalam *Mobile Banking* yaitu meliputi pembayaran, pengiriman uang, dan riwayat. Layanan *Mobile Banking* pada *handphone* memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan tanpa batasan ruang dan waktu. Layanan *Mobile Banking* diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi para nasabah untuk memiliki akses ke bank tanpa harus datang langsung ke bank.¹³

KETERSEDIAAN FITUR

Pengertian Ketersediaan Fitur

Fitur merupakan karakteristik dari penambahan fungsi dasar suatu produk. Dengan keberadaan dan kecanggihan adanya fitur dapat menjadi sebuah alasan bagi pengguna dalam memilih produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, perusahaan yang menyediakan layanan jasa harus melakukan inovasi atau memperbaharui layanan produk yang ditawarkan kepada konsumen.¹⁴ Menurut Poon (2017) fitur mengarah pada layanan yang tersedia di *e-Banking*. Pembaruan produk dikaitkan dengan ketersediaan teknologi tepat guna, dan dukungan teknis, pengenalan yang tepat dan peningkatan layanan elektronik.¹⁵

¹² Achmad Fandi, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya*. (Jurnal Ekonomi Islam, 2019) Vol. 2, No. 3, hlm 111.

¹³ Hanif Astika Kurniawati, Wahyu Agus Winarno Alfi Arif, *Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi*. (e-Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, 2017) Vol. 4, No. 1, hlm 24.

¹⁴ Setyo Ferry Wibowo, Dede Rosmauli & Usep Suhud, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta)*. (Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, 2015) Vol. 6, No. 1, hlm 445.

¹⁵ Johandri Iqbal, Heriyani & Isroq Urrahmah, *Pengaruh Kemudahan Dan Ketersediaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking*. (Global Finacial Accounting Journal, 2021) Vol. 5, No. 2, hlm 29.

Indikator Ketersediaan Fitur

Menurut Poon (2017) ada beberapa konstruk yang menjadi indikator ketersediaan fitur (*feature availability*) suatu sistem *e-Banking*, diantaranya yaitu:¹⁶

1. Kemudahan dalam akses informasi tentang produk dan jasa
Kemudahan dalam akses informasi adalah kemudahan yang diberikan kepada seseorang atau masyarakat untuk memperoleh informasi yang diperlukan. Akses informasinya menyangkut tentang produk apa saja dan jasa yang tersedia pada layanan *e-Banking*.
2. Keberagaman layanan transaksi
Keberagaman layanan transaksi yang tersedia akan dapat menambah kepuasan tersendiri bagi para pengguna layanan, karena terdapat berbagai layanan transaksi yang bisa digunakan dalam melakukan transaksi apapun.
3. Keberagaman fitur
Keberagaman fitur merupakan kumpulan semua produk yang ditawarkan oleh pihak produsen terhadap para konsumen dengan berbagai fitur yang terdapat didalamnya.
4. Inovasi produk
Inovasi produk adalah upaya yang dilakukan untuk memperbaiki, meningkatkan dan mengembangkan produk yang diproduksi selama ini.

RISIKO

Persepsi Risiko

Persepsi risiko merupakan risiko yang secara awam dapat diterima oleh siapapun pada saat menggunakan suatu sistem. Persepsi risiko pula merupakan subjektivitas atas kerugian.¹⁷ Persepsi risiko ialah suatu persepsi-persepsi tentang ketidakpastian serta segala konsekuensi-konsekuensi yang tidak diinginkan pada saat menggunakan suatu produk atau layanan.¹⁸ Persepsi risiko juga didefinisikan sebagai evaluasi subjektif dari seorang terhadap kemungkinan atas sebuah peristiwa kecelakaan serta seberapa khawatir individu dengan dampak yang ditimbulkan dari kejadian tersebut.¹⁹

Indikator Persepsi Risiko

¹⁶ Johandri Iqbal, Heriyani & Isroq Urrahmah, *Pengaruh Kemudahan Dan Ketersediaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking*. (Global Financial Accounting Journal, 2021) Vol. 5, No. 2, hlm 29.

¹⁷ Ni Made Ari Puspita Dewi & I Gde Kt. Warmika. *Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan Mobile Commerce Di Kota Denpasar*. (E-Jurnal Manajemen Unud, 2016) Vol. 5, No. 4, hlm 2610.

¹⁸ Singgih Priambodo & Bulan Prabawani, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang, 2016)* Vol. 5, No. 2, hlm 130.

¹⁹ Azwar Haekal & Bambang Widjajanta, *Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Membeli Secara Online Pada Pengunjung Website Classifieds Di Indonesia*. (Journal of Business Management and Entrepreneurship Education, 2016) Vol. 1, No. 1, hlm 181-193.

Menurut Pavlou (2003:77) terdapat beberapa indikator yang dipergunakan pada mengukur sebuah persepsi risiko, antara lain adalah sebagai berikut:²⁰

1. Berupa adanya risiko tertentu
Adanya risiko tertentu merupakan risiko yang jelas didapat oleh pengguna *Mobile Banking*.
2. Mengalami kerugian
Mengalami kerugian merupakan suatu kejadian saat telah menggunakan *Mobile Banking*.
3. Pemikiran bahwa berisiko
Pemikiran bahwa berisiko artinya para pengguna memikirkan suatu risiko yang belum tentu terjadi ketika akan melakukan transaksi menggunakan *Mobile Banking*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen Data

1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui pernyataan kuesioner/angket valid atau tidak. Uji validitas juga berguna untuk mengetahui relevan atau tidak pernyataan-pernyataan dalam kuesioner/angket. Jumlah responden (N) pada penelitian ini adalah 100 dengan taraf signifikansi 10% atau 0,1. Dari 100 lebih kuesioner yang tersebar hanya 65 kuesioner yang penulis terima kembali, sehingga nilai r_{tabel} untuk 65 responden adalah 0.2404. Berikut ini adalah uraian hasil uji validitas setiap pernyataan kuesioner/angket dalam penelitian ini.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

No	Kode Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	KF1	0,634	0.2404	Valid
2	KF2	0,640	0.2404	Valid
3	KF3	0,676	0.2404	Valid
4	KF4	0,677	0.2404	Valid
5	KF5	0,752	0.2404	Valid
6	KF6	0,643	0.2404	Valid
7	KF7	0,621	0.2404	Valid
8	KF8	0,584	0.2404	Valid
9	PR1	0,727	0.2404	Valid
10	PR2	0,705	0.2404	Valid
11	PR3	0,684	0.2404	Valid
12	PR4	0,708	0.2404	Valid
13	PR5	0,741	0.2404	Valid
14	PR6	0,763	0.2404	Valid
15	PR7	0,651	0.2404	Valid
16	MMB1	0,730	0.2404	Valid
17	MMB2	0,716	0.2404	Valid

²⁰ Singgih Priambodo & Bulan Prabawani, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik* (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang, 2016) Vol. 5, No. 2, hlm 130.

18	MMB3	0,647	0.2404	Valid
19	MMB4	0,588	0.2404	Valid
20	MMB5	0,744	0.2404	Valid
21	MMB6	0,664	0.2404	Valid
22	MMB7	0,552	0.2404	Valid
23	MMB8	0,610	0.2404	Valid
24	MMB9	0,740	0.2404	Valid
25	MMB10	0,650	0.2404	Valid

Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan Tabel 2 diatas menunjukkan bahwa setiap pernyataan dalam variabel ketersediaan fitur (X_1), persepsi risiko (X_2) dan minat nasabah menggunakan *Mobile Banking* (Y) memperoleh nilai yang dapat dinyatakan valid. Validnya suatu pernyataan dapat diketahui dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} , dimana r_{hitung} harus lebih besar daripada r_{tabel} sehingga hasilnya akan valid.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas memiliki kaitannya dengan konsistensi sebuah indikator. Reliabilitas merupakan alat ukur dalam menunjukkan konsistensi yang dapat dipercaya apabila alat ukur itu digunakan secara berulang. Suatu variabel dapat dikatakan reliabilitas jika nilai dari *coefficient cronbach's alpha* > 0,60. Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Minimal Cronbach Alpha	Cronbach Alpha	Keterangan
X1	0,60	0,807	Reliabel
X2		0,835	Reliabel
Y		0,857	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel Ketersediaan Fitur (X_1) yaitu 0,807, nilai variabel Persepsi Risiko (X_2) adalah 0,835 dan untuk variabel minat nasabah menggunakan *Mobile Banking* (Y) sebesar 0,857. Hal ini menunjukkan bahwa setiap nilai *Cronbach Alpha* variabel >0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dalam indikator yang digunakan pada variabel X_1 , variabel X_2 dan variabel Y merupakan alat ukur yang reliabel.

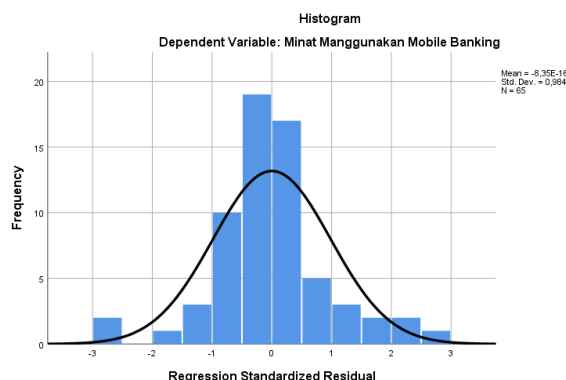
Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji model regresi variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas) mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang berdistribusi secara normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini adalah menggunakan

metode garfik histogram dan *probability plot*. Berikut ini merupakan penyajian uji normalitas dalam penelitian ini:

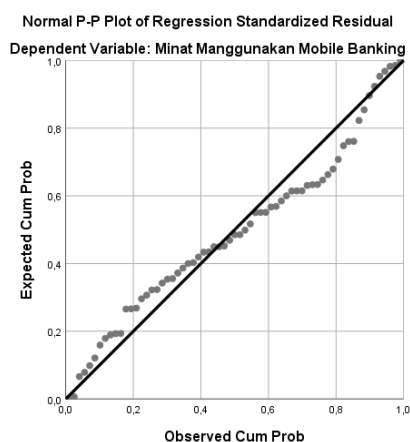
Gambar 1. Hasil Uji Normalitas



Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan grafik dapat diketahui bahwa hasil uji normalitas menggunakan grafik histogram tersebut melengkung dengan standar normal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian berdistribusi normal atau dengan kata lain grafik tersebut memberikan pola yang berdistribusi mendekati normal. Pengujian normalitas menggunakan grafik histogram tersebut juga diperkuat dengan hasil pengujian dengan *probability plot* (P-Plot) berikut ini.

Gambar 2. Hasil Uji Normalitas



Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan hasil diagram *probability plot* (P-Plot) diatas menunjukkan bahwa titik-titik yang ada didalam diagram tersebut mengikuti garis diagonal. Maka dapat disimpulkan bahwa hasil uji model regresi pada peneliltitan ini berdistribusi secara normal.

2. Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk analisis regresi berganda variabel bebas (independen), baik yang terdiri dari dua ataupun lebih. Pengujian ini bertujuan untuk melihat apakah didalam model regresi terdapat korelasi antara

masing-masing variabel bebas (independen). Model regresi dapat dikatakan baik apabila tidak terjadinya korelasi antara variabel bebas (independen), apabila terjadinya korelasi antara variabel bebas maka variabel tersebut disebut sebagai variabel yang tidak ortogonal. Variabel ortogonal merupakan variabel bebas yang nilai korelasinya dengan sesama variabel bebas adalah sama dengan nol. Untuk melihat apakah terjadi multikolinieritas atau tidak dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF (*Varian Inflation Factor*). Yang mana apabila nilai *tolerance* >0,10 dan VIF <10, maka antara variabel bebas dalam model regresi tidak terjadi multikolinieritas. Berikut ini adalah hasil uji mutikolinieritas dalam penelitian ini.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Ketersediaan Fitur (X1)	0,806	1,241	Tidak ternjadinya multikolinieritas
Persepsi Risiko (X2)	0,806	1,241	Tidak terjadinya multikolinieritas

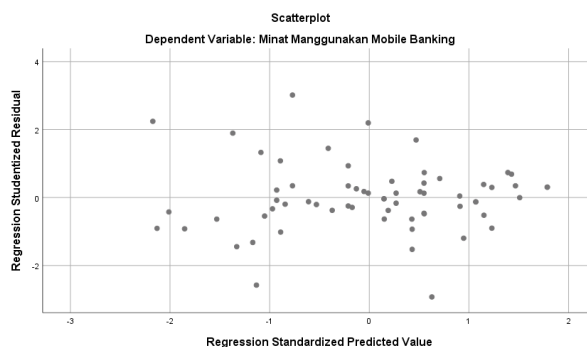
Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* untuk variabel Ketersediaan Fitur (X₁) dan Persepsi Risiko (X₂) adalah >0,10 yaitu 0,806 dan VIF (*Varian Inflation Factor*) untuk variabel Ketersediaan Fitur (X₁) dan Persepsi Risiko (X₂) adalah <10 yaitu 1,241, maka dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini variabelnya tidak terjadi multikolinieritas.

3. Hasil Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji model regresi apakah adanya ketidaksamaan *variance* dan residual dari semua variabel bebas (independen). Model regresi yang baik adalah apabila tidak terjadinya heteroskedastisitas. Pengujian heteroskedastisitas pada penelitian ini adalah dengan melihat grafik *Scatterplot*. Apabila titik-titik dalam grafik *Scatterplot* menyebar secara tidak teratur dan tidak membentuk suatu pola, maka tidak terjadinya heteroskedastisitas. Berikut ini adalah hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

Gambar3. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan grafik *scatterplot* diatas penyebaran titik-titiknya tidak beraturan dan tidak membentuk suatu pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadinya heteroskedastisitas. Sehingga model regresi layak untuk digunakan untuk menganalisis hubungan antara ketersediaan fitur, persepsi risiko dan minat nasabah menggunakan *Mobile Banking* pada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Ulee kareng.

Hasil Regresi linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk menguji apakah adanya pengaruh dari variabel bebas (independen) atau variabel X dengan variabel terikat (dependen) atau variabel Y. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Ketersediaan Fitur (X_1) dan Persepsi Risiko (X_2), sedangkan yang menjadi variabel dependen adalah minat nasabah menggunakan *Mobile Banking*. Berikut ini adalah hasil regresi linier berganda dalam penelitian ini.

Tabel 5. Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	9,590	4,002
	Ketersediaan Fitur	,861	,124
	Persepsi Risiko	,142	,116
a. Dependent Variable: Minat Manggunakan Mobile Banking			

Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui bahwa persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 9,590 + 0,861X_1 + 0,142X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Minat Nasabah

X1 = Ketersediaan Fitur

X2 = Persepsi Risiko

b1 = Koefisien Ketersediaan Fitur

b2 = Koefisien Persepsi Risiko

a = Konstanta

e = Standard Error

Berdasarkan tabel 5 maka berikut ini adalah penjelasan dari hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian ini:

1. Konstanta (a) persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah 9,590.
2. Nilai koefisien untuk variabel Ketersediaan Fitur (X_1) adalah 0,861. Dengan ini dapat dinyatakan bahwa Ketersediaan Fitur (X_1) bertambah 1 satuan dan variabel lain akan dianggap konstan, maka variabel Y akan meningkat menjadi 0,861 satuan atau dengan persentase 86,1%. Pada penelitian ini koefisien regresi untuk variabel ketersediaan fitur memiliki nilai yang positif yang berarti bahwa jika meningkatnya ketersediaan fitur maka minat nasabah untuk menggunakan *Mobile Banking* akan semakin meningkat.
3. Nilai koefisien untuk variabel Persepsi Risiko (X_2) adalah 0,142. Dengan ini dapat dinyatakan bahwa Persepsi Risiko (X_2) bertambah 1 satuan dan variabel lain akan dianggap konstan, maka variabel Y akan meningkat menjadi 0,142 satuan atau dengan persentase 14,2%. Pada penelitian ini koefisien regresi untuk variabel persepsi risiko memiliki nilai yang positif yang berarti bahwa jika meningkatnya persepsi risiko maka minat nasabah untuk menggunakan *Mobile Banking* akan semakin meningkat.

Hasil Uji Hipotesis

1. Hasil Uji Parsial

Uji parsial digunakan untuk mengetahui seberapa berpengaruhnya suatu variabel secara individual dalam menerangkan variasi dari variabel terkait. Perbandingannya adalah nilai t hitung > t tabel. Hasil perhitungan yang didapat akan dibandingkan dengan nilai t tabel dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05 (5%).

Tabel 6. Hasil Uji Parsial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,590	4,002		2,396	,020
	Ketersediaan Fitur	,861	,124	,669	6,920	,000
	Persepsi Risiko	,142	,116	,119	1,227	,224

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan Mobile Banking

Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui bahwa :

1. Nilai t hitung untuk variabel Ketersediaan Fitur (X_1) adalah 6,920 sedangkan t tabelnya adalah 1,998. Dapat dilihat bahwa nilai t hitung lebih besar daripada nilai t

tabel yaitu $6,920 > 1,998$ dan tingkat signifikansi sebesar $0,000$ yaitu dibawah $0,05$ (5%). Maka dapat disimpulkan bahwa ketersediaan fitur berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking*.

2. Nilai t hitung untuk variabel Persepsi Risiko (X_2) adalah $1,227$ sedangkan t tabelnya adalah $1,998$. Dapat dilihat bahwa nilai t hitung lebih kecil daripada nilai t tabel yaitu $1,227 < 1,998$ dan tingkat signifikansi sebesar $0,224$ yaitu diatas $0,05$ (5%). Maka dapat disimpulkan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking*.

2. Hasil Uji Simultan

Uji simultan adalah pengujian koefisien regresi secara simultan atau bersama-sama. Uji simultan ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (dependen). Untuk mengetahuinya yaitu dengan cara membandingkan F hitung dengan F tabel yaitu sebagai berikut:

1. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan mempunyai tingkat signifikansi $< 0,05$ (5%), maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan mempunyai tingkat signifikansi $> 0,05$ (5%), maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Hasil dari perhitungan uji simultan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 7 berikut ini:

Tabel 7. Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	d f	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	822,784	2	411,392	35,287	,000 ^b
	Residual	722,816	62	11,658		
	Total	1545,600	64			
a. Dependent Variable: Minat Menggunakan Mobile Banking						
b. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko, Ketersediaan Fitur						

Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui perhitungan yang telah dilakukan memperoleh F hitung sebesar $35,287$ dengan nilai signifikansi $0,000$. Sedangkan F tabel dapat diperoleh dengan cara:

$$(N1) = df1 = k - 1 = 3 - 1 = 2$$

$$(N2) = df2 = n - k = 65 - 3 = 62$$

Maka nilai F tabel untuk penelitian ini adalah $3,145$. Dimana nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel, maka dapat disimpulkan bahwa variabel ketersediaan fitur dan persepsi risiko berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking*.

3. Hasil Uji Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk menghitung seberapa berpengaruhnya variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Uji determinasi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa berpengaruhnya variabel Ketersediaan fitur (X₁) dan Persepsi Risiko (X₂) terhadap Minat nasabah menggunakan *Mobile Banking* (Y) pada nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ulee Kareng. Berikut ini adalah hasil uji koefisien determinasi:

Tabel 8. Hasil Uji Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,730 ^a	,532	,517	3,414
a. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko, Ketersediaan Fitur				

Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan tabel 4.15 diatas dapat diketahui bahwa nilai Adjusted R square yaitu sebesar 0,517. Hal ini menunjukkan bahwa 0,517 atau 51,7% variabel independen dalam penelitian ini yaitu ketersediaan fitur dan persepsi risiko dapat berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu minat nasabah menggunakan *Mobile Banking*. Sedangkan sisanya 48,3% dipengaruhi oleh variabel yang lain.

Pengaruh Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*

Berdasarkan hasil penelitian uji statistik secara parsial yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa variabel Ketersediaan Fitur (X₁) memperoleh nilai t hitung sebesar 6,920 dan t tabelnya adalah 1,998. Dengan ini dapat diketahui bahwa nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel yaitu 6,920 > 1,998 dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yaitu dibawah 0,05 (5%). Maka dapat disimpulkan bahwa Ha1 dapat diterima yang artinya variabel Ketersediaan Fitur (X₁) berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking* (Y).

Dari hasil analisis tersebut dapat diketahui bahwa ketersediaan fitur didalam aplikasi *Mobile Banking* berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* pada nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ulee Kareng. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin banyak pembaruan dan ketersediaan fitur-fitur yang menarik, tidak hanya iklan tapi juga terdapat berita, hiburan atau promo-promo yang berguna dalam aplikasi BSI *Mobile*, maka akan semakin meningkatnya minat dari para nasabah untuk menggunakan *Mobile Banking* tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad & Pambudi (2014) yaitu variabel ketersediaan fitur memiliki pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *Internet Banking*, hal ini dikarenakan dengan adanya fitur-fitur yang diperlukan nasabah dapat melakukan berbagai hal yang diperlukan. Pada penelitian Marthauli et al. (2019) juga memiliki hasil yang positif yaitu variabel

ketersediaan fitur layanan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan aplikasi BCA *Mobile* di wilayah Jabodetabek.

Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*

Berdasarkan hasil penelitian uji statistik secara parsial yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa variabel Persepsi Risiko (X_2) memperoleh nilai t hitung sebesar 1,227 sedangkan t tabelnya adalah 1,998. Dengan ini dapat diketahui bahwa nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel yaitu $1,227 < 1,998$ dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,224 yaitu diatas 0,05 (5%). Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak yang artinya variabel Persepsi Risiko (X_2) tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking* (Y).

Dari hasil analisis tersebut dapat diketahui bahwa persepsi risiko didalam aplikasi *Mobile Banking* dinyatakan tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap minat nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* pada nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ulee Kareng. Tidak berpengaruhnya variabel persepsi risiko dikarenakan minimnya risiko atau masih dikategorikan sebagai risiko rendah yang dialami saat nasabah menggunakan *Mobile Banking*. Hal tersebut juga dikarenakan pengguna aplikasi tersebut banyak dari kaum milenial yang dapat mudah menggunakan aplikasi dalam kehidupan sehari-hari dan juga nasabah pengguna aplikasi *Mobile Banking* yang penulis jumpai pada bank BSI KCP Ulee Kareng jarang mengalami hal-hal yang dapat menyebabkan risiko tertentu. Seperti halnya transaksi gagal bayar, terjadinya salah transfer, tidak masuknya pulsa, dan lainnya. Untuk meningkatkan segala pencegahan risiko terhadap penggunaan *Mobile Banking* pihak bank BSI harus semakin menjaga dan mengantisipasi segala kemungkinan kerugian/risiko yang bisa terjadi dalam penggunaan aplikasi tersebut.

Hal ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustina et al. (2018) mengemukakan variabel persepsi risiko tidak berpengaruh dengan minat nasabah, dalam penelitian ini dijelaskan bahwa nasabah memiliki rasa percaya terhadap penggunaan transaksi *online* dikarenakan nasabah beranggapan bahwa risiko atau kerugian yang dapat dialami oleh pengguna dalam menggunakan transaksi *online* tidak memiliki kerugian bagi para penggunanya. Sedangkan pada penelitian Rithmaya (2016) dan Utami & Herawati (2020) mengemukakan bahwa persepsi risiko berpengaruh terhadap minat nasabah.

Pengaruh Ketersediaan Fitur dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*

Berdasarkan hasil penelitian uji statistik secara simultan yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa variabel Ketersediaan Fitur (X_1) dan Persepsi Risiko (X_2) memperoleh nilai F hitung sebesar 35,287 dan F tabelnya adalah 3,145. Dengan ini dapat diketahui bahwa nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel yaitu $35,287 > 3,145$ dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yaitu dibawah 0,05 (5%). Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 dapat diterima yang artinya variabel Ketersediaan Fitur (X_1)

dan Persepsi Risiko (X_2) berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap minat nasabah menggunakan Mobile Banking (Y).

Dari hasil analisis tersebut dapat diketahui bahwa ketersediaan fitur dan persepsi risiko didalam aplikasi Mobile Banking berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap minat nasabah dalam menggunakan Mobile Banking pada nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ulee Kareng. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkat segala pembaruan dan semakin tinggi tingkat pencegahan risiko terhadap penggunaan Mobile Banking maka akan semakin meningkat pula minat dari para nasabah untuk menggunakan aplikasi Mobile Banking. Berdasarkan hasil penelitian ini ketersediaan fitur dan persepsi risiko mempengaruhi minat sebesar 51,7% sedangkan sisanya 48,3% dipengaruhi oleh variabel lain, seperti: manfaat (Ahmad & Pambudi, 2014), (Rithmaya, 2016), (Agustina et al., 2018), (Utami & Herawati, 2020). Kemudian variabel kemudahan (Ahmad & Pambudi, 2014), (Rithmaya, 2016), (Agustina et al., 2018), (Utami & Herawati, 2020). Variabel lain yaitu keamanan (Ahmad & Pambudi, 2014), variabel sikap (Rithmaya, 2016), variabel kepercayaan (Agustina et al., 2018), variabel kualitas pelayanan (Marthauli et al., 2019) dan variabel kesesuaian (Utami & Herawati, 2020).

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dengan data yang telah diperoleh, maka kesimpulan yang dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ketersediaan Fitur (X_1) berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan Mobile Banking (Y) pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ulee Kareng.
2. Persepsi Risiko (X_2) tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan Mobile Banking (Y) pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ulee Kareng.
3. Ketersediaan Fitur (X_1) dan Persepsi Risiko (X_2) berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap minat nasabah menggunakan Mobile Banking (Y) pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ulee Kareng.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R., Afriana, R. A., & Safrina, A. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, Risiko dan Kepercayaan Terhadap minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada PT Bank Bukopin Tbk Banjarmasin. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 255–268.
- Ahmad, & Pambudi, B. S. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking BRI). *Jurnal Studi Manajemen*, 8(1), 1–11.
- Azhar, F., Ibrahim, A., & Riza, A. (2022). Pengaruh Teknologi Informasi dan Kualitas Layanan Terhadap Nasabah Bank Syariah Banda Aceh. *Scientific Journal of Students Islamic Economics and Business*, 3(1), 7–15.

- Bisnitempo.co. (2022). *Aset Bank Syariah Indonesia Tembus Rp 265 Triliun per Desember 2021*. Diakses Jum'at 28 Januari 2022. <https://bisnis.tempo.co/read/1556434/aset-bank-syariah-indonesia-tembus-rp-265-triliun-per-desember-2021>
- CNBCIndonesia. (2021). *Gegara ini, Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Melesat 98%*. Diakses Kamis 27 Januari 2022. <https://www.cnbcindonesia.com/syariah/20210823140844-29-270488/gegara-ini-mobile-banking-bank-syariah-indonesia-melesat-98>
- CNNIndonesia. (2021). *BSI Catat Transaksi Digital Banking Rp 40 Triliun*. Diakses Kamis 27 Januari 2022. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210426100841-78-634688/bsi-catat-transaksi-digital-banking-rp40-triliun>
- Fandi, A. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya. *Jurnal Ekonoi Islam*, 2(3), 110–117.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Universitas Diponegoro.
- Haekal, A., & Widjajanta, B. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Membeli Secara Online Pada Pengunjung Website Classifieds Di Indonesia. *Journal of Business Management and Entrepreneurship Education*, 1(1), 181–193.
- Iqbal, J., Heriyani, & Urrahmah, I. (2021). Pengaruh Kemudahan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan Mobile Banking. *Global Financial Accounting Journal*, 05(02), 25–36.
- Kurniawati, H. A., Arif, A., & Winarno, W. A. (2017). Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 24–29. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v4i1.4563>
- Made, N., Puspita, A., & Warmika, I. G. K. (2016). Peran persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan persepsi resiko terhadap niat menggunakan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(4), 2606–2636.
- Markombur.com. (2021). *Sejarah Singkat PT Bank Syariah Indonesia, TBK. (Bank BSI)*. Diakses Kamis 27 Januari 2022. <https://www.markombur.com/2021/02/sejarah-singkat-pt-bank-syariah.html?m=1>
- Marthauli, Mirati, R. E., & Vidyasari, R. (2019). Pengaruh Ketersediaan Fitur Layanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan BCA Mobile di Wilayah Jabodetabek. *Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, 8(1), 1463–1471.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127–135.
- Rithmaya, C. L. (2016). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko

dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA Dalam Menggunakan Internet Banking. *Journal Of Research In Economics and Management*, 16(1), 160–177.

Suarainvestor.com. (2021). *Juli 2021, BSI: Transaksi Digital Melonjak 97,4 Persen*. Diakses Kamis 27 Januari 2022. <https://www.suarainvestor.com/juli-2021-bsi-transaksi-digital-melonjak-974-persen/>

Sugiyono. (2014). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitaitif Dan R&D*. Alfabeta.

Syahrum, & Salim. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Citapustaka Media.

Utami, N. W. A. B., & Herawati, N. T. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Resiko Dan Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash Pada PT. BRI (PERSERO) TBK (Studi Kasus: Mahasiswa Prodi S1 Akuntansi Undiksha)*. 310–319.

Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi pada Pengguna Jasa Cummuterline di Jakarta. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 6(1), 440–456. <https://doi.org/10.21009/JRMSI.006.1.06>