

**STUDI KOMPARATIF KUALITAS LAYANAN DAN  
KUALITAS INFORMASI TERHADAP MINAT MAHASISWA  
DALAM MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING***

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S1)

Dalam Ilmu Ekonomi



Oleh

EKA SETIAWATI

NIM: 19631024

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
IAIN CURUP  
2024**

Hal: Pengajuan Skripsi

Kepada

Yth, Ketua Program Studi Perbankan Syariah

Di

Curup

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara Eka Setiawati mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup yang berjudul: **STUDI KOMPARATIF KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP MINAT MAHASISWA DALAM MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING*** sudah bisa diajukan dalam sidang skripsi Insitut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Demikian permohonan ini kami ajukan. Terima Kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Curup, 4 Juli 2024

Pembimbing I



**Rahman Arifin, M.E**

NIP. 19881221 201903 1 009

Pembimbing II



**Andriko, M.E., Sy**

NIP. 19890101 201903 1 019

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Eka Setiawati  
NIM : 19631024  
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Studi Komparatif Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan *Mobile Banking*

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini bukan karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diajukan atau dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima hukuman atau sanksi sesuai peraturan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, semoga bisa dipergunakan seperlunya.

Curup, 5 Juli 2024



  
Eka Setiawati  
Nim. 19631024



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP  
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jalan Dr. AN Gani No. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax 21010 Kode Pos 39119  
Website/facebook: fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup Email fakultas syariah&ekonomiislam@gmail.com

**PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA**

Nomor : *Bu* /In.34/FS/PP.00.9/09/2024

Nama : Eka Setiawati  
NIM : 19631024  
Fakultas : Syari'ah dan Ekonomi Islam  
Prodi : Perbankan Syariah  
Judul : Studi Komparatif Kualitas Layanan Dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan *Mobile Banking*

Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, pada:

Hari/Tanggal : Senin, 15 Juli 2024  
Pukul : 09.30 – 11.00 WIB  
Tempat : Ruang 3 Gedung Sidang Skripsi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup

Dan telah diterima untuk melengkapi sebagai syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah.

**TIM PENGUJI**

Ketua,

Dr. Busman Edyar, S.Ag., MA  
NIP. 197504062011011002

Sekretaris,

Lutfi El-Falahi, S.H., M.H  
NIP. 198504192020121002

Penguji I,

Dr. Muhammad Istan, S.E., M.Pd, M.M  
NIP. 197502192006041008

Penguji II,

Fitmawati, M.E  
NIP. 2024038902



Mengesahkan  
Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Dr. Ngadri, M. Ag

NIP. 19690206 199503 1 001

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

*Alhamdulillah* dengan penuh rasa syukur penulis curahkan kepada Allah Swt. yang telah memberikn kemudahan, rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini bisa penulis selesaikan. Shalawat beserta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad Saw. beserta keluarga dan sahabatnya, berkat beliau saat ini kita berada pada zaman yang penuh dengan ilmu dan pengetahuan.

Skripsi yang berjudul **“Studi Komparatif Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan *Mobile Banking*”** disusun dalam rangka untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi tingkat sarjana (S1) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Prodi Perbankan Syariah.

Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik berupa materi maupun nonmateri. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang sudah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada:

1. Kepada kedua orang tua. (Bapak Wahyudi dan Ibu Siti Jamangati)
2. Bapak Prof. Dr. Idi Warsah, M.Pd.I, selaku Rektor IAIN Curup.
3. Bapak Dr. Ngadri, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup.
4. Bapak Ranas Wijaya, M.E. selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup.

5. Bapak Rahman Arifin, ME selaku Pembimbing I dan Bapak Andriko, M.E., Sy selaku pembimbing II yang sudah memberikan petunjuk dan saran serta arahan kepada penulis sehingga skripsi ini selesai.
6. Bapak Khairil Umam Khudhori, M.E.I sebagai Penasehat Akademik yang memberikan nasihatnya dalam proses akademik penulis.
7. Segenap dosen dan karyawan IAIN Curup yang sudah membantu masa perkuliahan penulis.
8. Pimpinan Perpustakaan beserta seluruh staf dan jajarannya yang sudah membrikan fasilitas kepada penulis.

Semoga Allah Swt membalas kebaikan semuanya dengan pahala yang berlipat ganda. Penulis menyadari bahwa pada penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, baik dari segi materi maupun penulisannya. Hal ini tidak terlepas dari keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis. Oleh sebab itu, dengan kerendahan hati penulis menerima kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan skripsi dan penulis juga berharap skripsi ini bisa bermanfaat bagi yang membutuhkan, Aamiin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullai Wabarakatuh.

Curup, 4 Juli 2024



**Eka Setiawati**

Nim.19631024

MOTTO

**“Jangan pernah biarkan sakit hati menjadi  
penghalang untuk setiap proses baikmu”**

“Yakinlah”

“percayalah”

“jika kamu bisa menjadi lebih dari apa yang orang lain  
pikirkan”

## PERSEMBAHAN

*Alhamdulillahirobbil'alamin*, segala puji bagi Allah SWT dan rasa syukur kepada-Nya yang sudah melimpahkan karunia serta rahmat dan melancarkan segala usaha dan upaya selama ini. Sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dan penulis persembahkan kepada:

1. Kepada orang tua yang sangat penulis sayangi (Bapak Wahyudi dan Ibu Siti Jamangati). Terimakasih untuk kasih sayang, doa, bimbingan serta dukungannya dan adik-adik penulis Qoviva Vani Adibah serta Rafka Erzhan Attallah yang selalu memberikan semangat.
2. Untuk dosen pembimbing skripsi penulis sampaikan rasa terimakasih sudah memberikan arahan serta bimbingan sehingga skripsi ini bisa diselesaikan.
3. Kepada bestie Tri Muryani yang selalu menemani, mendengarkan keluh kesah yang penulis hadapi serta menghibur dan memberikan suportnya selama ini.
4. Untuk Eka Nurlayla teman satu rumah, yang sukanya berimajinasi mau keliling dunia bersama, teman kesana kemari, teman jajan, teman adu nasib selama masa perkuliahan.
5. Untuk penulis sendiri, terimakasih karena sudah bertahan sampai dititik ini, terimakasih atas segala usaha disetiap proses dan bisa berkembang menjadi lebih baik dan terimakasih sudah mau menjadikan bahwa diri sendiri tidak seburuk itu.



6. Untuk teman-teman seperjuangan (endang lestari dan asmaul qusnah) yang menjadi teman sekaligus keluarga selama masa perkuliahan berlangsung.
7. Untuk almamater IAIN Curup yang telah menjadi tempat penulis menempuh pendidikan selama ini.

## ABSTRAK

Eka Setiawati Nim. 19631024 “**Studi Komparatif Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Maasiswa Menggunakan *Mobile Banking***” Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah.

Perkembangan teknologi informasi pada era saat ini menunjukkan peningkatan yang cukup pesat berdasarkan kemajuan dan perkembangan zaman. Dengan adanya perkembangan teknologi informasi yang diterapkan untuk pengolahan data baik berupa keuangan maupun pelayanan jasa perbankan, sehingga sektor ekonomi bisa berkembang secara efektif dan efisien. Oleh karena itu, teknologi informasi digunakan untuk memberikan pelayanan dan kenyamanan lebih baik bagi para pelanggan. Bank menyediakan sarana berbasis teknologi informasi dalam layanan transaksi perbankan bisa disebut *mobile banking*.

Metode penelitian yang digunakan merupakan penelitian kuantitatif yang bersifat komparatif. Penelitian ini menggunakan mahasiswa angkatan 2019 prodi Perbankan Syariah IAIN Curup yang sudah menggunakan *mobile banking*.

Berdasarkan hasil dari hasil penelitian yang sudah dilakukan,  $T_{hitung}$  untuk variabel Kualitas Layanan *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia dan Bank Rakyat Indonesia kurang dari  $T_{tabel}$  2.048. Sedangkan pada variabel Kualitas Informasi *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia dan Bank Rakyat Indonesia mendapatkan nilai  $t_{hitung}$  lebih dari  $t_{tabel}$  2.048. Hasil dari uji statistik *man whitney* pada penelitian ini menunjukkan bahwa hasil Asymp. Sig.(2-tailed) sebesar 0.000 lebih kecil dari nilai signifikansi 5% atau 0.05. Dengan ini bisa disimpulkan bahwa variabel Kualitas Layanan tidak berpengaruh terhadap variabel Minat menggunakan *mobile banking*. Sedangkan pada variabel Kualitas Informasi berpengaruh secara signifikan terhadap Minat menggunakan *mobile banking*. Dan terdapat perbedaan tingkat Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi *mobile banking* terhadap Minat mahasiswa pada Bank Syariah Indonesia dengan Bank Rakyat Indonesia dibuktikan dengan hasil dari uji statistik *man whitney*.

**Kata Kunci:** Kualitas Layanan, Kualitas Informasi dan Minat

## ABSTRACT

Eka Setiawati Nim. 19631024 "**Comparative Study of Service Quality and Information Quality on Student Interest in Using Mobile Banking**" Thesis, Sharia Banking Study Program.

The development of information technology in the current era shows a fairly rapid increase based on the progress and development of the times. With the development of information technology that is applied to data processing in the form of both financial and banking services, so that the economic sector can develop effectively and efficiently. Therefore, information technology is used to provide better service and convenience for customers. Banks provide information technology-based facilities in banking transaction services, which can be called mobile banking.

The research method used is quantitative research that is comparative in nature. This research uses students from the 2019 class of IAIN Curup Sharia Banking study program who already use mobile banking.

Based on the results of the research that has been carried out, the T count for the mobile banking service quality variable at Bank Syariah Indonesia and Bank Rakyat Indonesia is less than T table 2.048. Meanwhile, the Mobile Banking Information Quality variable at Bank Syariah Indonesia and Bank Rakyat Indonesia got a t value of more than t table 2,048. The results of the Man Whitney statistical test in this study show that the results of Asymp. Sig.(2-tailed) of 0.000 is smaller than the significance value of 5% or 0.05. With this it can be concluded that the Service Quality variable has no effect on the Interest variable in using mobile banking. Meanwhile, the Information Quality variable has a significant effect on interest in using mobile banking. And there is a difference in the level of Service Quality and Information Quality of mobile banking on student interest in Bank Syariah Indonesia and Bank Rakyat Indonesia as proven by the results of the Man Whitney statistical test.

**Keywords:** Service Quality, Information Quality and Interest

## DAFTAR ISI

Cover .....	i
Halaman Persetujuan Pembimbing.....	ii
Halaman Babas Plagiasi .....	iii
Lembar Pengesahan.....	iv
Kata Pengantar .....	v
Motto .....	vii
Persembahan .....	viii
Abstrak.....	ix
Daftar Isi .....	xii
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Gambar .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	10
E. Tinjauan Kajian Terdahulu .....	11
F. Definisi Operasional.....	14
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>16</b>
A. Landasan Teori.....	16
1. Pelayanan. ....	16
2. Kualitas Layanan.....	17
3. Kualitas Informasi .....	21
4. <i>Digitalisasi</i> Perbankan. ....	23
5. <i>Mobile Banking</i> .....	26
B. Kerangka Pemikiran.....	34
C. Hipotesis.....	35

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
A. Populasi dan Sampel .....	38
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	40
C. Sumber Data.....	41
D. Instrumen Penelitian.....	41
E. Teknik Pengumpulan Data.....	42
F. Teknik Pengolahan Data .....	44
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
A. Temuan Penelitian.....	51
B. Hasil Penelitian. ....	55
C. Pembahasan.....	69
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>73</b>
A. Kesimpulan. ....	73
B. Saran.....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>75</b>
<b>Lampiran. ....</b>	<b>.....</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Mahasiswa. ....	8
Tabel 3.1 Jumlah Sampel. ....	40
Tabel 3.2 Skala Linkert. ....	42
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden BSI. ....	51
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden BRI. ....	52
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel BSI. ....	53
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel BRI. ....	55
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas BSI. ....	57
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas. ....	65
Tabel 4.7 Hasil Uji Linearitas. ....	66
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas. ....	67
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas. ....	67
Tabel 4.10 Hasil Uji Linier Berganda. ....	68
Tabel 4.11 Hasil Uji T BSI. ....	69
Tabel 4.12 Hasil Uji T BRI. ....	70
Tabel 4.13 Hasil Uji F BSI. ....	72
Tabel 4.14 Hasil Uji F BRI. ....	72
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi BSI. ....	73
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi BRI. ....	73
Tabel 4.17 Hasil Uji Man Whitney. ....	74

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 logo BSI <i>Mobile</i> .....	30
Gambar 2.2 logo BRI <i>Mobil</i> . .....	31
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	34

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perbankan adalah salah satu sektor penting bagi perekonomian Indonesia. Bank bisa diartikan sebagai lembaga yang mempertemukan antara pihak yang memiliki kelebihan dana dan pihak yang membutuhkan atau kekurangan dana. Oleh sebab itu, bank harus menjalankan fungsinya dengan baik sebagai lembaga penghimpun dan penyalur dana yang efektif dan efisien. Dana yang dialokasikan oleh bank harus tepat sasaran ke sektor-sektor ekonomi yang berpotensi, sehingga bisa mengembangkan perekonomian Indonesia.<sup>1</sup>

Perkembangan teknologi informasi pada era saat ini menunjukkan peningkatan yang cukup pesat berdasarkan kemajuan dan perkembangan zaman. Teknologi informasi adalah faktor penting pada dunia bisnis ataupun dunia perbankan. Oleh karena itu, teknologi informasi bisa memberikan pelayanan dan kenyamanan lebih baik untuk para *customer*. Dengan adanya perkembangan teknologi informasi yang diterapkan untuk pengolahan data baik berupa keuangan maupun pelayanan jasa perbankan, sehingga sektor ekonomi bisa berkembang secara efektif dan efisien.<sup>2</sup>

Teknologi informasi adalah faktor penting dalam dunia bisnis atau dunia perbankan. Oleh karena itu, teknologi informasi digunakan untuk

---

<sup>1</sup> Herman Darmawi, “*Manajemen Perbankan*”, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014), 1.

<sup>2</sup> Ratnawaty Marginingsih, “*Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI (Studi Pada Pengguna BRI Mobile di Kota Depok)*”, *Moneter: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, no. 1(2020), 24



memberikan pelayanan dan kenyamanan lebih baik bagi para pelanggan. Bank menyediakan sarana berbasis teknologi informasi dalam layanan transaksi perbankan bisa disebut *mobile banking*.

Kualitas informasi merupakan fitur perlengkapan untuk interaktivitas nasabah, fitur ini merupakan kriteria penting yang menarik perhatian nasabah didalam penyampaian jasa *mobile banking*. Informasi adalah hasil pengolahan data yang memberikan arti dan manfaat. Kualitas informasi merupakan tingkat dimana informasi memiliki karakteristik isi, bentuk dan waktu yang memberikannya nilai bagi para pemakai. Sehingga bisa dikatakan semakin baik kualitas informasi yang didapatkan memberikan kesan positif bagi para pengguna teknologi informasi.<sup>3</sup>

Keberadaan lembaga keuangan bisa menempati posisi yang sangat strategis untuk memenuhi kebutuhan investasi dan modal kerja sektor riil dengan para pemilik modal. Bank hadir sebagai lembaga keuangan yang memiliki peran mendasar dalam menghimpun dana masyarakat dan mendistribusikan kembali kepada masyarakat.

Pada perkembangannya bank tidak hanya menghimpun dan menyalurkan dana, namun juga meningkatkan kualitas pelayanan sebagai strategi untuk memenangkan persaingan. Sebagian besar Bank di seluruh dunia menawarkan produk yang serupa. Kualitas layanan sangat penting untuk membedakan bank satu dengan bank lain. di Indonesia, sistem

---

<sup>3</sup> Nurajizah dan Rika Mustika Sari, *Pengaruh Kemudahan dan Kualitas Informasi terhadap Minat Mahasiswa dalam Penggunaan Layanan M-Banking pada Bank Syariah*, Jurnal Al-Fatih Global Mulia, vol. 5, no. 1(2023), 59

perbankan sesuai dengan sistem perbankan ganda sehingga nasabah bisa memilih antara bank syariah maupun bank konvensional.<sup>4</sup>

Kinerja bank akan menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk mengelola dan mengalokasikan sumber daya, sehingga setiap bank memiliki keinginan untuk mempunyai kinerja yang baik supaya bisa bertahan ditengah persaingan industri jasa keuangan yang semakin ketat. Bank yang mengkonversikan sistemnya menggunakan prinsip-prinsip syariah, tentunya seluruh mekanisme kerjanya mengikuti prinsip perbankan syariah. Sedangkan bank yang mekanisme kerjanya menyangkut interaksi kegiatan-kegiatan yang berbasis bunga adalah ciri dari perbankan konvensional. Dengan adanya perbedaan pada prinsip mekanisme kerja antar kedua bank tersebut, maka terdapat adanya perbedaan antara perbankan syariah dengan perbankan konvensional.

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.<sup>5</sup> Bank Syariah bisa didefinisikan sebagai bank dengan pola bagi hasil yang landasan utama pada segala operasinya, baik dalam produk pendanaan, pembiayaan, bahkan pada produk lainnya, serta terdapat larangan riba, gharar, dan maysir.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Zakaria Harahap, *Pengaruh Pelayanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kota Prabumulih*, *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Perbankan Syariah*, no.1(2020), 102

<sup>5</sup> Undang-undang Perbankan Syariah No 21 tahun 2008: Nurnasrina, *Perbankan Syariah I*, (Pekanbaru: Suska Press, 202), 19

<sup>6</sup> Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2007), 2

Bank syariah pada dasarnya memiliki perbedaan yang cukup signifikan dengan bank konvensional, seperti halnya bank syariah memiliki prinsip dasar yang terletak pada pengembalian dan pembagian keuntungan antartahap nasabah dengan pihak bank. Bank syariah menggunakan prinsip bagi hasil (*profit and loss sharing*) dan pembagian risiko. Sehingga pada sistem bank syariah tidak menggunakan bunga untuk mendapatkan penghasilan.

Bank konvensional merupakan bank yang aktifitasnya baik penghimpunan dana ataupun penyaluran dana memberikan dan mengenakan imbalan berupa bunga atau sejumlah imbalan dalam persentase tertentu dari dana untuk suatu periode tertentu. Persentase tertentu ini biasanya ditetapkan setahun.<sup>7</sup>

Bank menyediakan sarana berbasis teknologi informasi pada layanan transaksi perbankan yang sering dikenal dengan *mobile banking* atau sering disebut *m-banking*. Tujuan penting dari pertumbuhan teknologi informasi adalah untuk memudahkan orang melakukan transaksi tanpa harus bertemu langsung. Bank selaku lembaga keuangan yang memiliki peran paling mendasar dalam menghimpun dana masyarakat dan mendistribusikan kembali kepada masyarakat. Meningkatnya penggunaan internet semakin memudahkan *digital banking* untuk terus berkembang di era saat ini.

---

<sup>7</sup> Sigit Triandaru dan Totok Budisantoso, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 153

Sebagai lembaga intermediasi, pihak perbankan memang sudah seharusnya memberikan kualitas layanan yang lebih baik kepada nasabahnya, seperti pada jasa layanan *mobile banking*, sehingga perhatian bank tidak hanya terbatas dari pelayanan secara tatap muka pada nasabah, tetapi juga pada aspek pelayanan dari jarak jauh melalui *mobile banking*. Dimana hal ini selain untuk memberikan kemudahan bagi nasabah, juga menghemat waktu bagi mahasiswa yang ingin melakukan pembayaran SPP melalui *mobile banking*. Oleh karena itu jika *mobile banking* memiliki kualitas layanan yang baik, tentu akan mendorong terciptanya publisitas publik kepada calon-calon nasabah potensial dan pada akhirnya akan menciptakan nasabah-nasabah yang setia.<sup>8</sup>

Memberikan pelayanan bisa berupa pelayanan langsung dan pelayanan tidak langsung. Untuk produk bank dan lembaga keuangan lainnya membutuhkan adanya pelayanan langsung seperti penarikan atau penyetoran uang tunai, pengajuan kredit dan produk lainnya yang perlu dijelaskan secara rinci. Namun, produk bank yang tidak memerlukan pelayanan karyawan seperti pelayanan oleh mesin ATM. Salah satu tantangan dalam persaingan didunia perbankan adalah nasabah membutuhkan layanan perbankan dengan dukungan teknologi perbankan di *servicere presentative* yang bisa menggabungkan layanan lainnya dengan teknologi tersebut.<sup>9</sup> Tujuan meningkatkan pelayanan kepada

---

<sup>8</sup> Nurajizah dan Rika Mustika Sari, *Pengaruh Kemudahan dan Kualitas Informasi terhadap Minat Mahasiswa dalam Penggunaan Layanan M-Banking pada Bank Syariah*, Jurnal Al-Fatih Global Mulia, vol. 5, no. 1(2023), 59

<sup>9</sup> Anfar Adi Setyawan, “*Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Kualitas Layanan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Fitur Pembayaran E-Commerce pada Bank Syariah Indonesia*”,

nasabah adalah untuk melampaui ruang dan waktu yang mungkin hanya dilakukan dengan penggunaan teknologi komputer dan telekomunikasi.

Kualitas layanan menjadikan point utama untuk ukuran tingkat kepuasan nasabah. Kualitas layanan adalah kunci dari ukuran kepuasan nasabah. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi pelanggan, maka pelanggan tidak akan puas. Namun, jika kinerja melebihi ekspektasi pelanggan, maka pelanggan akan sangat puas dan senang.<sup>10</sup> Kualitas layanan menurut Tjiptono bahwa bank harus memiliki tingkat keunggulan dalam hal kualitas layanan jasa yang diharapkan untuk memenuhi tingkat keinginan nasabah.

Salah satu bentuk layanan dari perbankan yang memanfaatkan kemajuan teknologi informasi yaitu *mobile banking*. Layanan *Mobile Banking* hadir sebagai salah satu layanan yang berbasis teknologi informasi yang ditawarkan] oleh Bank. Adanya tingkat permohonan nasabah bank untuk layanan ini yang dirasakan, sama seperti layanan ATM serta *SMS banking*. Dengan ketentuan *mobile banking* ini hadir untuk nasabah yang ingin melakukan layanan cepat, aman, nyaman, bisa diakses dimanapun dan kapanpun melalui perangkat *mobile* yang dimiliki oleh nasabah. *Mobile banking* merupakan layanan perbankan berupa aplikasi yang memudahkan nasabah untuk bertransaksi langsung melalui *smartphone*. Dengan berbagai kemudahan pada fasilitas layanan *mobile banking* diharapkan nasabah akan memperoleh kepuasan dalam

---

Skripsi Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 17.

<sup>10</sup> Aditya Wardhana, "Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Di Indonesia, DeReMa: Jurnal Manajemen, no. 2 (2015), 273

menggunakan berbagai macam produk dan jasa yang diberikan oleh pihak bank.<sup>11</sup>

*Mobile Banking* atau sering dikenal dengan *M-Banking* adalah layanan jasa pada perbankan yang disediakan dengan bentuk aplikasi dalam *Smartphone* yang bertujuan untuk memudahkan nasabah dalam melakukan suatu transaksi, seperti halnya melakukan pembayaran, melakukan *transfer* antar bank dan mengetahui informasi kapan terjadinya transaksi melalui mutasi saldo dengan mudah dan cepat tanpa harus datang langsung ke bank, sehingga bisa lebih menghemat waktu.<sup>12</sup>

Pengguna *mobile banking* merupakan semua nasabah yang mempunyai telpon seluler dan menginstal aplikasi tersebut untuk menggunakannya. Pengguna *mobile banking* tidak bisa dipungkiri salah satunya adalah kalangan mahasiswa. Mahasiswa biasanya menggunakan *mobile banking* untuk membayar kuliah, belanja *online* dan kebutuhan lainnya.

Responden pada penelitian ini ditujukan kepada mahasiswa di IAIN Curup khususnya pada Program Studi Perbankan Syariah angkatan 2019. Dapat diketahui bahwasannya mahasiswa pada Program Studi Perbankan Syariah ini sudah mendapatkan ilmu mengenai perbankan syariah. Berikut jumlah mahasiswa yang terdapat pada Program Studi Perbankan Syariah angkatan tahun 2019:

---

<sup>11</sup> Sri Nawangasari dan Nadea Dwirahma Putri, “*Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna BNI Mobile Banking Melalui Citra Bank Sebagai Variabel Intervening*”, Jurnal Ilmiah Matrik 22, no. 1(2020), 55-63

<sup>12</sup> Aditya Wardhana, “*Pengaruh Kualitas Layanan mobile banking (m-banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Di Indonesia*”, DeReMa: Jurnal Manajemen, No. 2 (2015), 3

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah**  
**Angkatan 2019**

No	Kelas	Jumlah Mahasiswa
1	PS Lokal A	24 Orang
2	PS Lokal B	25 Orang
3	PS Lokal C	25 Orang
4	PS Lokal D	28 Orang
Total		102 Orang

*Sumber: Data Prodi Perbankan Syariah, 2022*

Penelitian ini menggunakan data responden mahasiswa yang terdapat sudah memiliki akun dan menggunakan *Mobile Banking* pada Bank Syariah Indonesia (BSI) dan Bank Rakyat Indonesia (BRI). Data ini diperoleh peneliti dengan melakukan wawancara via *online* melalui grup media sosial WhatsApp.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti memiliki ketertarikan untuk mengetahui dan memahami lebih lanjut serta melakukan penelitian terhadap masalah tersebut dengan judul **“Studi Komparatif Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan *Mobile Banking*”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka bisa diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Layanan *Mobile Banking* BSI berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *Mobile Banking*?

2. Apakah Kualitas Informasi *Mobile Banking* berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *Mobile Banking*?
3. Apakah Kualitas Layanan *Mobile Banking* BRI berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *Mobile Banking*?
4. Apakah Kualitas Informasi *Mobile Banking* BRI berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *Mobile Banking*?
5. Apakah Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi *Mobile Banking* BSI dan BRI berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *Mobile Banking*?
6. Apakah terdapat perbedaan Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi pada *Mobile Banking* BSI dengan BRI terhadap minat mahasiswa menggunakan *Mobile Banking*?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dengan rumusan masalah yang ada diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* BSI terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *Mobile Banking*.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Informasi *Mobile Banking* BSI terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *Mobilke Banking*.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* BRI terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *Mobile Banking*.
4. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Informasi *Mobile Banking* BRI terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *Mobile Banking*.



5. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi *Mobile Banking* BSI dan BRI terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *Mobile Banking*.
6. Untuk mengetahui perbedaan Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi *Mobile Banking* BSI dengan BRI terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *Mobile Banking*.

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

Penulis berharap hasil penelitian ini bisa memberikan manfaat atau kegunaan bagi semua pihak, antara lain:

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

Secara teoritis manfaat penelitian ini adalah bisa menjadi tambahan referensi dan menambah ilmu pengetahuan penulis serta pembaca mengenai Perbandingan Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi pada *Mobile Banking* BSI dengan BRI terhadap Minat Mahasiswa.

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

- a) Akademis: penelitian ini bisa menambah dan memperluas wawasan dan pengetahuan pembaca khususnya mahasiswa Prodi Perbankan Syariah dalam membandingkan kualitas layanan dan kualitas informasi *Mobile Banking* BSI dengan BRI dan hasil penelitian ini bisa menyumbangkan kajian ilmu dan pengetahuan.
- b) Peneliti selanjutnya: penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai baan informasi peelitian yang lebih lanjut dan penelitian ini bisa menambah referensi penliti lainny yang tertarik untuk mengembangkan tema serupa dimasa yang mendatang.

c) Penulis: untuk menyelesaikan masalah.

## E. Tinjauan Kajian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini, maka akan dicanumkan beberapa hasil penelitian terdahulu oleh peneliti yang pernah penulis baca sebagai berikut:

Mila Karomilah, Jurusan Manajemen Dakwah UIN Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2015, dengan judul “*Pengaruh Layanan E-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah BNI Syariah Cabang Pembantu Bintaro-Kebayoran Arcade*” yang menyatakan bahwa hasil pengujian menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara layanan Internet Banking dengan keuasaan nasabah.<sup>13</sup>

Irfan Nurahmadi Harish, Program Studi Perbankan Syariah UIN Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2017, dengan judul “*Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah*” yang menyatakan bahwa variabel kepercayaan nasabah memiliki pengaruh terhadap keuasaan nasabah dan untuk variabel kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keuasaan nasabah.<sup>14</sup>

Dina Fikriyah, Jurusan Perbankan Syariah UIN Alauddin Makassar tahun 2022, dengan judul “*Perbandingan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Antara Bank Muamalat Cabang*

---

<sup>13</sup> Mila Karomilah, “*Pengaruh Layanan E-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah BNI Syariah Cabang Pembantu Bintaro-Kebayoran Arcade*”, Skripsi (Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015), 80

<sup>14</sup> Irfan Nurahmadi Harish, “*Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah*”, Skripsi (Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017), 94

*Makassar dan Bank BSI Cabang Makassar Pannampu”* yang menyatakan bahwa kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Cabang Makassar dan BSI Cabang Makassar Pannampu masing-masing dengan nilai sig sebesar 0.000. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin meningkat kualitas layanan *mobile banking* maka akan meningkat pula kepuasan nasabah pada Bank Muamalat dan BSI. Terdapat perbedaan kualitas layanan *m-banking* terhadap kepuasan nasabah antara Bank Muamalat dan bank BSI dengan nilai masing-masing sebesar 39.66 (39%) dan 61.34 (61 %). Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan *mobile banking* Bank BSI Cabang Makassar Pannampu lebih tinggi dalam memberikan kepuasan terhadap nasabah dibandingkan Bank Muamalat Cabang Makassar.<sup>15</sup>

Sri Nawangsari dan Retno Widiastuti, Jurnal SEBATIK, Universitas Gunadarma “*Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank (Studi Kasus Pada PT Bank DKI-Depok)*” yang mengatakan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah pada Bank DKI Depok. Penelitian ini menggunakan data primer dimana dalam penelitian ini sampel yang diambil sebanyak 200 responden dengan metode *simple random sampling* dengan teknik analisis yang digunakan

---

<sup>15</sup> Dina Fikriyah, “*Perbandingan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Antara Bank Muamalat Cabang Makassar dan Bank BSI Cabang Makassar Pannampu*”, Skripsi (Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, 2022), 69-70.

adalah *SEM with AMOS*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, kepercayaan dan layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank DKI. Variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan adalah *mobile banking*.<sup>16</sup>

Ainul Yaqin dan Aniek Maschudah Ilfitriah, Jurnal *Business and Banking*, STIE Perbanas Surabaya volume 4, nomor 2, November 2014, dengan judul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Pengguna E-Banking di Surabaya*” yang mengatakan Dalam era global, bank menciptakan sistem *e-banking* dalam bentuk layanan dengan menyediakan pelanggan. Kemudahan, juga untuk melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja melalui online. Namun, dengan *e-banking*, masih dirasakan oleh keluhan pelanggan, seperti masalah keamanan. Selain itu, penggunaan *e-banking* tidak dapat digunakan oleh semua pelanggan karena kendala tertentu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh hubungan positif yang signifikan antara kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah Bank kepuasan pengguna *e-banking* di Surabaya. Metode penelitian ini menggunakan kuesioner dalam mengumpulkan datanya. Penelitian ini dilakukan di Surabaya, sedangkan analisis dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan jumlah responden 115. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan pengaruh kepuasan pelanggan

---

<sup>16</sup> Sri Nawangsari dan Retno Widiastuti, “*Analisis Pengaruh Kualitas Lyanan, Kepercayaan dan Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank (Studi kasus pada PT Bank DKI-Depok)*”, Jurnal: SEBATIK, 51

terhadap loyalitas pelanggan tidak berpengaruh signifikan dan positif. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan berpengaruh positif yang signifikan.<sup>17</sup>

Perbedaan antara penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian-penelitian terdahulu yaitu dari variabel yang mempengaruhi dan yang dipengaruhi.

## **F. Definisi Operasional**

Berdasarkan uraian latar belakang sebelumnya yang berjudul “Pengaruh Perbandingan Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi *M-Banking* Pada BSI dengan BRI Terhadap Minat Mahasiswa”. Peneliti akan memberikan penegasan mengenai judul yang akan dibahas sebagai berikut:

### **1. Variabel Bebas (X)**

#### **a) Kualitas Layanan (X1)**

Kualitas layanan adalah konstruksi abstrak yang sulit dipahami karena keunikan fitur dalam layanannya, yakni tidak berwujud, beragam dan tidak dapat dipisahkan dari produksi dan konsumsi. Kualitas layanan *mobile banking* sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan yang diiringi dengan keinginan konsumen serta ketetapan cara penyimpanan agar bisa memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Ainul Yaqin dan Aniek Maschudah Ilfitriah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Pengguna E-Banking di Surabaya”, Jurnal: *Business and Banking*, 245

<sup>18</sup> Meithiana Indrasari, “Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan”, (Jawa Timur: Unitomo Press, 2019), 84

## **b) Kualitas Informasi (X2)**

Informasi adalah hasil pengolahan data yang memberikan arti dan manfaat. Kualitas informasi adalah tingkat dimana informasi memiliki karakteristik isi, bentuk dan waktu yang memberikannya nilai bagi para pemakai akhir tertentu.

## **2. Variabel Minat (Y)**

Minat adalah suatu rasa suka dan rasa karakteristik pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya merupakan penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan suatu.<sup>19</sup>

Minat merupakan sifat yang relatif menetap pada diri seseorang. Minat berpengaruh besar terhadap kegiatan seseorang karena dengan adanya minat ia akan melakukan sesuatu yang diminatinya. Sebaliknya tanpa minat seseorang tidak mungkin melakukan sesuatu.

---

<sup>19</sup> Susita Wullandari, "Strategi Pemasaran *Baitul Mal Wat Tanwil* (BMT) PAT Sepakat Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Curup", Skripsi (Program Studi Perbankan Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup, 2019), 11

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kualitas Layanan

##### a. Teori Kualitas Layanan

Secara sederhana kualitas bisa diartikan sebagai produk yang bebas cacat. Dengan kata lain, produk sesuai dengan standar (target, sasaran atau persyaratan yang bisa didefinisikan, diobservasi dan diukur). Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat bagi pelanggan.<sup>1</sup>

Pelayanan diberikan sebagai suatu kegiatan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Dengan adanya media pendukung seperti sarana dan prasarana yang baik bisa memberikan kualitas layanan sesuai dengan yang diinginkan oleh nasabah. Apabila pelayanan jasa yang diterima tidak sesuai dengan harapan nasabah maka dengan kata lain pelayanan tersebut dianggap buruk.<sup>2</sup> Dalam QS. An-Nisa: 29 sudah disebutkan oleh Allah SWT berfirman:

*Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka diantara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (An-Nisa: 29).*

---

<sup>1</sup> Fandi Tjiptono, “*Strategi Pemasaran*” (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), 67.

<sup>2</sup> Anfar Adi Setyawan, “*Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Kualitas Layanan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Fitur Pembayaran E-Commerce pada Bank Syariah Indonesia*”, Skripsi Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 16.

Maksud dari arti surah diatas adalah kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah harus mempunyai tingkat keunggulan yang diharapkan dan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Jika harapan dan kinerja yang dikeluarkan sepadan, maka bisa berpengaruh terhadap minatnya nasabah dalam menggunakan layanan tersebut.

Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berpengaruh terhadap produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.<sup>3</sup> Kualitas layanan pada industri perbankan ditentukan penilaian dari nasabah, sehingga kepuasan nasabah bisa dicapai dengan memberikan kualitas layanan yang diterima oleh nasabah.<sup>4</sup>

Kualitas layanan pada perbankan diberikan kepada nasabah untuk memenuhi harapan nasabah dengan menyediakan produk jasa dan pelayanan yang bisa diterima oleh nasabah dan mampu menciptakan *value* bagi setiap nasabah.<sup>5</sup>

Kualitas layanan menjadi suatu keharusan yang dilakukan perusahaan agar bisa bertahan dan tetap mendapatkan kepercayaan. Kualitas layanan merupakan dukungan yang diterima pengguna sistem dari organisasi. Kualitas layanan bisa diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata diterima .

Islam mengajarkan kita bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan atau jasa hendaknya memberikan

---

<sup>3</sup> Tjiptono, "Strategi Pemasaran", (Yogyakarta: Andi, 2001), 52

<sup>4</sup> Roni Andespa, "Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Industri Perbankan Syariah dengan Konvensional", Jurnal: Lembaga Keuangan dan Perbankan, 79

<sup>5</sup> Ibid. 80



yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau bahkan tidak berkualitas kepada orang lain. Seperti yang dijelaskan pada Al- Quran surah Al-Baqarah ayat 267

*Artinya: Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) Sebagaimana dari hasil usahamu yang baik-baik dan Sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu, dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya, dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji. (Al-Quran surah Al-Baqarah ayat 267)*

Pandangan Islam yang dijadikan tolak ukur menilai kualitas layanan terhadap konsumen adalah standarisasi syariah. Islam mensyariatkan kepada manusia supaya selalu terikat dengan hukum *syara'* dalam menjalankan setiap aktifitas maupun memecahkan setiap permasalahan. Dalam Islam tidak ada kebebasan beribadah. Apabila seseorang sudah memeluk Islam sebagai keyakinan akidahnya, maka baginya wajib untuk terikat dengan seluruh syariah Islam dan diwajibkan untuk menyembah Allah SWT sesuai dengan cara yang sudah ditetapkan.<sup>6</sup>

Menurut DeLon dan McLean (2003), indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan ada lima, yaitu: kehandalan (*service reliability*), daya tangkap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan bukti langsung (*tangibles*). Parasuraman, Zeithaml dan Berri pada *journal of Marketing* mengemukakan ukuran kualitas pelayanan dalam dimensi, seperti: Kehandalan (*reliability*), Daya

---

<sup>6</sup> Muhammad Tho'in, "Pengaruh Faktor-Faktor Jasa terhadap Kepuasan Nasabah di Baitul Mal Wat Tanwil (BMT) Tekun Karanggede Boyolali, Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah", vol. 2, no. 1, 2011.

tanggap (*responsiveness*), Kompeten (*competence*), Akses (*access*), Kesopanan (*courtesy*), Komunikasi (*communication*), Kejujuran (*credibility*), Keamanan (*secure*), Pengetahuan terhadap pelanggan (*knowing the customer*) dan Bukti langsung (*tangibles*).

b. Indikator Kualitas Layanan.

Indikator kualitas pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- 1) *Reliability* (Kehandalan), kemampuan untuk melakukan layanan yang bisa diandalkan dan akurat.
- 2) *Responsiveness* (Ketanggapan), kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layana yang cepat.
- 3) *Assurances* (Jaminan), pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menjamin mutu sehingga pelanggan percaya dan yakin.
- 4) *Empathy* (Empati), perhatian individual terhadap pelanggan.
- 5) *Tangibles* (Bukti Fisik), penampilan fasilitas fisik, peralatan, sarana dan prasarana.

**B. Kualitas informasi**

a. Teori Kualitas Informasi

Kualitas informasi merupakan kualitas *output* yang berupa informasi dari sistem informasi yang digunakan. Indikator untuk mengukur kualitas informasi adalah kelengkapan (*completeness*),

penyajian informasi (*format*), relevan (*relevance*), akurat (*accurate*) dan ketepatan waktu (*timeliness*).<sup>7</sup>

Informasi adalah hasil pengolahan data yang memberikan arti dan manfaat. Kualitas informasi merupakan sejauh mana informasi memiliki isi, bentuk dan karakteristik temporal yang memberikan nilai kepada pengguna akhir tertentu. Sehingga bisa dikatakan bahwa baik buruknya suatu informasi bisa dinilai melalui kualitas informasi yang didapat, semakin baik kualitas informasi yang diperoleh maka akan memberikan kesan positif bagi para pengguna teknologi informasi.<sup>8</sup>

Kualitas informasi menunjukkan kualitas produk yang dihasilkan oleh sistem informasi. Semakin baik kualitas informasi mempengaruhi keputusan yang diambil oleh pengguna. Kualitas informasi digunakan untuk mengukur informasi yang dihasilkan dari suatu sistem informasi dengan kualitas yang bisa memberikan nilai bagi pengguna system tertentu dengan karakteristik informasi yang dibutuhkan pengguna.

Menurut DeLon dan McLean, untuk menilai kualitas informasi bisa menggunakan lima dimensi seperti: akurasi (*accuracy*), ketepatan waktu (*timeliness*), kelengkapan (*completeness*), relevansi (*relevance*) dan konsisten (*consistency*).

b. Indikator Kualitas Informasi.

Indikator yang akan digunakan untuk mengukur kualitas informasi dalam penelitian ini yaitu:

---

<sup>7</sup> Listanto Tri Utomo, Yusaq Tomo Ardianto dan Nanik Sisharini, “Pengaruh Kualitas, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan, Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akademik Universitas Merdeka Malang”, Jurnal: Teknologi & Manajemen Informasi, hlm. 150

<sup>8</sup> Azhar Susanto, “Sistem Informasi Manajemen: Konsep dan Pengembangannya”, (Bandung: Linggar Jaya, 2004), 40.

1. Kelengkapan (*completeness*)

Suatu informasi yang dihasilkan oleh sistem bisa dikatakan berkualitas apabila informasi tersebut lengkap. Lengkap ini mencakup seluruh informasi yang dibutuhkan.

2. Relevan (*relevance*)

Kualitas informasi pada suatu sistem bisa dikatakan baik apabila relevan dengan kebutuhan pengguna atau informasi tersebut memiliki manfaat.

3. Akurat (*accurate*)

Informasi yang dihasilkan suatu sistem harus akurat, karena hal ini sangat berperan bagi pengambilan keputusan penggunanya.

4. Ketepatan waktu (*timeliness*)

Informasi yang diterima tidak boleh terlambat, karena sebuah informasi adalah landasan pada pengambilan keputusan.

### **C. Minat**

a. Teori Minat

Minat merupakan ketertarikan terhadap sesuatu untuk memperhatikan, mengingat secara terus menerus dan diikuti rasa senang supaya mendapatkan sebuah kepuasan dalam penggunaan teknologi. Apabila pada penggunaan teknologi tersebut, pengguna

merasakan puas, maka pengguna tidak akan ragu menggunakan teknologi secara berkelanjutan.<sup>9</sup>

Minat menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah keinginan.<sup>10</sup> Minat merupakan suatu fungsi jika untuk bisa mencapai sesuatu kekuatan didalam dan tampak diluar sebagai gerak-gerik. Untuk menjalankan fungsinya minat berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Perubahan minat memilih dan mengambil keputusan disebut keputusan hati.<sup>11</sup>

Menurut Jogiyanto minat merupakan suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika mempunyai keinginan atau minat untuk melakukannya. Menurut Sugiharto minat adalah sikap jiwa seseorang termasuk ketiga fungsi jianya, seperti kognisi, konasi, emosi yang tertuju pada suatu dan dalam hubungan itu unsur perasaan yang terkuat. Menurut Andi Maprare minat adalah suatu perangkat mental terdiri dari campuran perasaan, harapan, pendirian, rasa takut atau kecenderungan lain yang mengarahkan seseorang kepada suatu pikiran.<sup>12</sup>

---

<sup>9</sup> Dinar Dhea Safitri, Nur Diana, "Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Pengguna Pada Minat Menggunakan Dompot Elektronik dalam Transaksi Keuangan", E-JRA, 96.

<sup>10</sup> Hasan Alwi, "Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga", (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), 744

<sup>11</sup> Heri Purnomo, "Pengantar Perilaku Manusia", (Jakarta: EGC, 1998), 24

<sup>12</sup> Anfar Adi Setyawan, "Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Kualitas Layanan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Fitur Pembayaran E-Commerce pada Bank Syariah Indonesia", Skripsi Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2024, 14.

Menurut beberapa definisi dari minat bisa disimpulkan bahwa minat adalah suatu kecenderungan hati untuk melakukan sesuatu tanpa ada yang menyuruh, memerintah ataupun unsur paksaan dari berbagai pihak.

b. Faktor yang mempengaruhi minat

Menurut Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab terdapat beberapa faktor yang bisa mempengaruhi minat, seperti<sup>13</sup>:

1. Faktor dari dalam diri individu.
2. Motif Sosial.
3. Motif Emosional.

Menurut Sukmadinta faktor yang bisa mempengaruhi minat adalah sebagai berikut<sup>14</sup>:

1. Pengetahuan.
2. Pengalaman.
3. Informasi.

Dunia perbankan sudah memasuki era digital dimana *customer service* dan nasabah menginginkan kepraktisan dalam bertransaksi. Hadirnya layanan *mobile banking* memberikan jawaban nasabah untuk memenuhi kebutuhannya yang bisa di akomodir dari salah satu aplikasi. Salah satu teknologi yang bisa mengakomodir kebutuhan

---

<sup>13</sup> Perreault dan McCharty, "Pemasaran Dasar 1", (Jakarta: Penerbit Salemba, 2008), 97.

<sup>14</sup> Sukmadinata, "Metode Penelitian Pendidikan", (Bandung: PT Remaa Rosdakarya, 2010), 71.

nasabah seperti layanan mobile banking. Faktor-faktor yang menarik minat nasabah menggunakan mobile banking yaitu<sup>15</sup>:

1. Faktor kebutuhan nasabah di era digitalisasi.
2. Faktor kemudahan, kenyamanan dan kecepatan dalam mengakses segala transaksi.
3. Efisien dan bisa menghemat waktu.
4. Bisa digunakan dimana dan kapan saja.
5. Bisa membantu bertransaksi didalam negeri maupun luar negeri.
6. Menu yang lebih lengkap dan uptodate.

c. Indikator Minat

Indikator minat menurut Donni Priansa, bisa diukur dengan berbagai indikator.<sup>16</sup> Secara umum indikator tersebut berkenaan dengan empat dimensi pokok, yaitu:

1. Minat Transaksional atau Keinginan Menggunakan.

Minat ini cenderung konsumen untuk selalu membeli produk yang dihasilkan perusahaan, didasarkan atas kepercayaan yang tinggi terhadap perusahaan tersebut.

---

<sup>15</sup> Anita Niffilayani, "Faktor-Faktor yang Menarik Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi pada PT Bank BNI Syariah KCP Taba Jemekeh Lubuklinggau)", e-Journal IAI Al-Azhaar, 388.

<sup>16</sup> Ade Intan Yonata Putri, "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking", Skripsi Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro, 2022., 14.

## 2. Minat Referensial atau Keinginan Merekomendasikan.

Minat ini adalah kecenderungan konsumen untuk mereferensikan produknya kepada orang lain. Minat tersebut muncul setelah konsumen memiliki pengalaman dan pengetahuan informasi tentang produk tersebut.

## 3. Minat Eksploratif atau Berminat menggunakan.

Minat ini menggambarkan perilaku konsumen yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

### **D. Digitalisasi Perbankan**

#### a. Pengertian *Digitalisasi* Perbankan.

Menurut Wike, teknologi digital adalah peralihan dari operasional yang tidak lagi banyak menggunakan tenaga manusia, tetapi lebih cenderung pada system pengoperasian yang serba otomatis dan canggih dengan komputer. Dengan pesatnya perkembangan teknologi digital yang ditandai kehadiran berbagai alat komunikasi mutakhir, yang setiap orang bisa mengolah, memproduksi serta mengirim ataupun menerima segala bentuk pesan komunikasi dimana saja dan kapan saja tanpa ada batasan ruang dan waktu.<sup>17</sup>

Transformasi digitalisasi perbankan bisa menuntut dan memaksa perbankan untuk memberikan layanan yang fleksibel namun tetap memberikan jaminan keamanan kepada nasabah. Beberapa jenis

---

<sup>17</sup> Wika Pertiwi dan Fira Nurhikmah, “Pengaruh Perubahan Sistem Digitalisasi Terhadap Kinerja Karyawan”



layanan perbankan digital telah digunakan oleh nasabah diantaranya *automatic teller machine (ATM)*, *Electronic data capture (EDC)*, *internet banking*, *short message service (SMS) banking* dan *phone banking* dinilai mampu memberikan kemudahan kepada nasabah pada transaksi perbankan, selain itu digitalisasi perbankan juga mampu mendekatkan bank dengan nasabahnya. Keberadaan teknologi dan informasi membuat perbankan menjadi mudah dalam menyimpan, merekam dan mengambil data nasabah sehingga membantunya dalam menjaga hubungan baik dengan konsumen, mengatasi keluhan konsumen serta mencocokkan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.<sup>18</sup>

Jadi *digitalisasi* perbankan merupakan sebuah perkembangan dari teknologi digital yang bisa mempermudah masyarakat atau nasabah dalam menggunakan layanan dari bank. Teknologi digital juga bisa membantu bank dalam memasarkan produk-produk yang ada di bank, sehingga semakin banyak masyarakat yang mengenal bank.

#### b. Bentuk-bentuk *Digitalisasi* Perbankan

Bentuk-bentuk dari *digitalisasi* perbankan diantaranya:

- 1) *ATM (Automatic Teller Machine)* atau *EDC (Electronic Data Capture)*.
- 2) *Internet Banking*.
- 3) *Mobile/Phone Banking*.

---

<sup>18</sup> Ira Puspitadewi, “Pengaruh Digitalisasi Perbankan Terhadap Efektivitas dan Produktivitas Kerja Pegawai”, Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia

c. Faktor Pendorong Perkembangan *Digitalisasi* Perbankan di Indonesia

1) Berdasarkan buku yang dikeluarkan OJK berjudul “Cetak Biru Transformasi Digital Perbankan”, terdapat beberapa faktor pendorong perkembangan perbankan menuju *digitalisasi*, seperti:

- a) Ekspektasi Konsumen yang Berubah
- b) Adanya Penyesuaian Internet dan Perangkat *Mobile*
- c) Pertumbuhan Aplikasi *Mobile*
- d) Model Bisnis Konvensional yang Melakukan Perubahan Menuju Digital

2) Dengan adanya kemajuan teknologi yang menyebabkan perubahan informasi analog menjadi informasi digital, masyarakat lebih memilih menggunakan informasi digital dengan alasan:<sup>19</sup>

- a) Mudah untuk dicari, ditelusuri, diakses dan digunakan sesuai dengan kebutuhan pengguna.
- b) Mudah untuk diproduksi, dikirim, disaring, diperbaharui berdasarkan kemampuan pengguna.
- c) Format penulisan dan isi pesan yang dikirim sama dengan format penulisan dan isi pesan yang diterima.
- d) Tidak terhambat oleh jarak yang jauh, perbedaan bahasa dan perbedaan waktu.

---

<sup>19</sup> Asti Marlina dan Widhi Ariyo B, “*Digitalisasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Bank*”, Jurnal Ilmiah Inovator

- e) Pengiriman dan penerimaan pesan sangat cepat dan murah.
- f) Mudah untuk disimpan dan diolah sehingga tidak memerlukan ruang penyimpanan yang besar.
- g) Mudah diaplikasikan dalam berbagai media karena format isi dari informasi digital akan sama antara perangkat yang satu dengan perangkat yang lainnya.

*Digitalisasi* perbankan menjadi peluang bisnis yang sangat potensial serta tidak terelakkan pada sector perbankan di era digital. Selain bisa meningkatkan efisiensi kegiatan operasional bank, *digitalisasi* perbankan bisa meningkatkan kualitas pelayanan bank kepada nasabah dalam bertransaksi. Hadirnya konsep digital banking sangat bermanfaat bagi bank dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kualitas pelayanan bank kepada nasabah dan menjadi kunci untuk memenangkan persaingan bisnis di era digital.<sup>20</sup>

#### **E. Mobile Banking (M-Banking)**

- a. Definisi *Mobile Banking (M-Banking)*.

*Mobile Banking* adalah layanan terbaru yang disediakan oleh bank untuk bertransaksi melalui *smartphone*.<sup>21</sup> *Mobile Banking* memudahkan nasabah untuk melihat saldo tabungan, melunasi tagihan maupun transfer dana ke rekening lain. Sehingga nasabah tidak perlu datang langsung dan mengantri di bank ataupun ATM untuk bertransaksi.

---

<sup>20</sup> Andrew Shandy Utama, “*Digitalisasi Produk Bank Konvensional dan Bank Syariah di Indonesia*”, Jurnal Hukum: Perundang-undangan dan Pranata Sosial.

<sup>21</sup> Mukhtisar, Ismil & Evriynni, “*Pengaruh efisiensi, keamanan dan kemudahan terhadap Minat Nasabah bertransaksi menggunakan Mobile Banking*”, Global Jurnal Of Islamic Banning and Finance,

*Mobile Banking* atau sering dikenal dengan sebutan *m-banking* adalah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti *handphone* dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui aplikasi pada *handphone*.<sup>22</sup>

*Mobile Banking* merupakan fasilitas layanan pada pemberian kemudahan akses maupun kecepatan dalam memperoleh informasi terkini dan transaksi *financial* secara *reel time*. *Mobile Banking* bisa diakses ponsel yang memiliki teknologi GPRS. Produk layanan *mobile banking* merupakan saluran distribusi bank untuk mengakses rekening yang dimiliki melalui teknologi GPRS dengan sarana telepon seluler (ponsel).<sup>23</sup>

*Mobile banking* adalah inovasi yang dibuat dalam tiga teknologi seperti SMS (*Short Messaging System*), Browser dan aplikasi untuk *software* pada telepon genggam nasabah. *Mobile banking* bisa memudahkan dalam melakukan transaksi pembayaran, melihat informasi saldo, ataupun transfer antar rekening dan bank. *Mobile banking* adalah penawaran dan kesempatan yang baik untuk bank baik itu menurunkan biaya, jasa transaksi yang mudah dan menambah nasabah untuk menabung.<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> Wiji Nurastuti, “*Teknologi Perbankan*”, (Jakarta: Graha Ilmu, 2011), 18.

<sup>23</sup> Nurdin dkk, “*Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)*”, *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 91-92

<sup>24</sup> Andika Febrianta, “*Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA Di Kota Bandung*”, *e-Proceeding of Management*, 3.

b. Manfaat *Mobile Banking (M-Banking)*.

Bertransaksi dengan menggunakan *mobile banking* bisa dilakukan kapan dan dimana saja. Manfaat yang bisa diperoleh nasabah selain menghemat waktu, juga bisa mengontrol rekening dan bertransaksi perbankan melalui ponsel pribadi. Beberapa kelebihan *mobile banking* untuk nasabah dan bank, yaitu<sup>25</sup>:

1) Bagi Nasabah

- a) *Mobile banking* memberikan beberapa jasa yang menarik.
- b) Layanan yang ditawarkan oleh *mobile banking* tidak hanya menghemat biaya tapi menghemat waktu juga.
- c) Mengakses bank serta jasa-jasanya bisa dilakukan nasabah kapan dan dimana saja.
- d) Nasabah dapat mengetahui ketika terjadi penarikan uang tanpa izin serta memblokir ATM.

2) Bagi Bank

- a) Layanan dari *mobile banking* bisa dijadikan strategi bersaing oleh bank untuk memberikan nilai tambah kepada nasabah.
- b) Berurangnya biaya dalam pengurusan nasabah.

---

<sup>25</sup> Dina Fikriyah, “*Perbandingan Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan antara Nasabah Bank Muamalat Cabang Makassar dan Bank BSI Cabang Makassar Pannampu*”, Skripsi Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2022, 21-22.

c. Risiko Penggunaan *Mobile Banking (M-Banking)*.

Bagi bank yang menggunakan layanan *mobile banking* secara umum terdapat beberapa risiko secara spesifik terkait dengan penggunaan *m-banking*, seperti:

- 1) *Transaction/Operations Risk*, risiko yang muncul atau bersumber dari *fraud*, kesalahan dalam proses, gangguan sistem atau kegiatan tidak terduga yang menimbulkan kerugian bagi bank maupun nasabah.
- 2) *Reputation Risk*, yang berkaitan erat dengan *corporate image* dari bank itu sendiri apabila layanan *mobile banking*-nya tidak berjalan dengan baik.
- 3) *Outsourcing Risk*, dimana bank menggunakan jasa pihak ketiga sebagai *provider* sehingga terdapat kemungkinan layanan pada suatu waktu bisa mengalami gangguan.
- 4) *Credit Risk*, risiko kredit bisa timbul apabila bank memberikan kredit melalui media elektronik misalnya produk kartu kredit.

Melaksanakan aktivitas layanan *mobile banking*, bank tentunya akan menghadapi risiko spesifik akibat peyediaan dan penggunaan teknologi informasi. Untuk hal itu bank harus melakukan mitigasi atas risiko yang mungkin terjadi pada layanan *mobile banking* dengan memperhatikan prinsip pengendalian pengamanan data nasabah dan transaksi *mobile banking*.

d. Faktor yang bisa mempengaruhi sikap pengguna pada *mobile banking* diantaranya:

- 1) Keamanan sistem *mobile banking*.
- 2) Kemudahan penggunaan layanan.
- 3) Privasi pengguna.
- 4) Keandalan layanan.
- 5) Kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan.
- 6) Kecepatan.

e. *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia

**Gambar 2.1**  
**Logo BSI Mobile**



Sumber: Bank BSI

BSI *mobile* adalah sebuah aplikasi *mobile banking* dari Bank Syariah Indonesia, bisa digunakan untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah dengan menggunakan teknologi *smartphone*. BSI *mobile* selain menyediakan layanan perbankan atau transaksi finansial juga aktivitas yang berkaitan dengan gaya hidup nasabah sehari-hari.<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> Baiq Hilwiyatul Ahla, “Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Depok”, Skripsi Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022, 33

BSI Mobile hadir sebagai solusi kemudahan ketika bertransaksi hanya dengan satu genggaman dalam bentuk sebuah aplikasi. Nasabah akan menikmati layanan secara finansial, spiritual dan sosial. Bank Syariah Indonesia senantiasa mengutamakan kenyamanan nasabah untuk mencapai ridho ilahi pada setiap langkah kehidupan.

BSI Mobile tidak hanya memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan mudah dalam fitur online, tapi juga menunjang kenyamanan ibadah bagi nasabah yang mana sesuai konsep yang diusung yaitu digitalisasi yang mendatangkan beribu manfaat bagi umat.

f. *Mobile Banking* Bank Rakyat Indonesia

**Gambar 2.2**  
**Logo BRI Mobile**



Sumber: Bank BRI

BRI Mobile merupakan suatu aplikasi yang mengintegrasikan beberapa aplikasi *e-banking* yang bisa diakses melalui *smartphone* (iPhone, BlacBerry dan Android).<sup>27</sup> Aplikasi keuangan digital bank BRI terbaru berbasis data internet yang memberikan kemudahan bagi nasabah untuk bertransaksi dengan *user interface* dan *user*

---

<sup>27</sup> BRI Mobile Banking, *Promo BRI* diakses dari <https://www.promo.bri.co.id> , pada tanggal 23 Januari 2024 pukul 13:18



*experience*, fitur *login face recognition*, *login fingerprint*, top up gopay, pembayaran QR dan fitur-fitur menarik lainnya, dengan adanya *source of fund* / sumber dana setiap transaksi bisa menggunakan rekening Giro atau Tabunga.

Tujuan pengembangan aplikasi BRI mobile atau BRImo untuk mempersiapkan *business model* baru kedepan, pergeseran habit nasabah sebelumnya bertransaksi melalui unit kerja BRI, kemudian *shifting* ke ATM dan SMS Banking, diharapkan kedepannya semua nasabah mulai bertransaksi melalui *internet banking*.<sup>28</sup> Adapun BRImo versi terbaru memiliki sejumlah keunggulan seperti<sup>29</sup>:

#### 1) **Redesign UI/UX BRImo.**

Perubahan disain bertujuan untuk memberikan penyegaran pada tampilan dan *experience* baru dengan mengedepankan kemudahan serta kenyamanan bertransaksi.

#### 2) **Kelengkapan fitur.**

BRImo akan melakukan penyempurnaan fitur dari seluruh *channel* di ATM, *internet banking* BRI web, SMS banking dan *internet banking* BRI Mobile serta akan memperluas kerja sama dengan biller-biller agregator untuk menjawab kebutuhan nasabah dalam bertransaksi di BRI.

---

<sup>28</sup> BRImo, *Bank BRI Melayani Dengan Sepenuh Hati* diakses dari <https://www.bri.co.id> , pada tanggal 23 Januari 2024 pukul 11:05.

<sup>29</sup> CNN Ekonomi, *Punya Tampilan Baru, Transaksi Digital BRImo Lebih Praktis* diakses dari <https://www.cnnindonesia.com> , pada tanggal 23 Januari 2024 pukul 13:27

**3) Buka Rekening (*Digital Saving*).**

Calon nasabah BRI bisa membuka rekening melalui aplikasi BRI Mobile dengan meng-upload data diri serta mengirimkan video sebagai bentuk *Know Your Customer* (KYC) pada pembentukan rekening.

**4) Registrasi *Internet Banking*.**

Nasabah baru dan nasabah eksiting yang belum teregistrasi internet banking BRI bisa melakukan registrasi internet banking dengan fasilitas finansial melalui aplikasi BRImo. Registrasi aplikasi BRImo tanpa harus datang ke unit kerja BRI.

**5) *Personal Financial Management* (PFM).**

Fitur ini akan digunakan untuk membantu nasabah dalam menginformasikan jumlah pemasukan dan pengeluaran yang dilakukan selama bertransaksi menggunakan *channel* BRI.

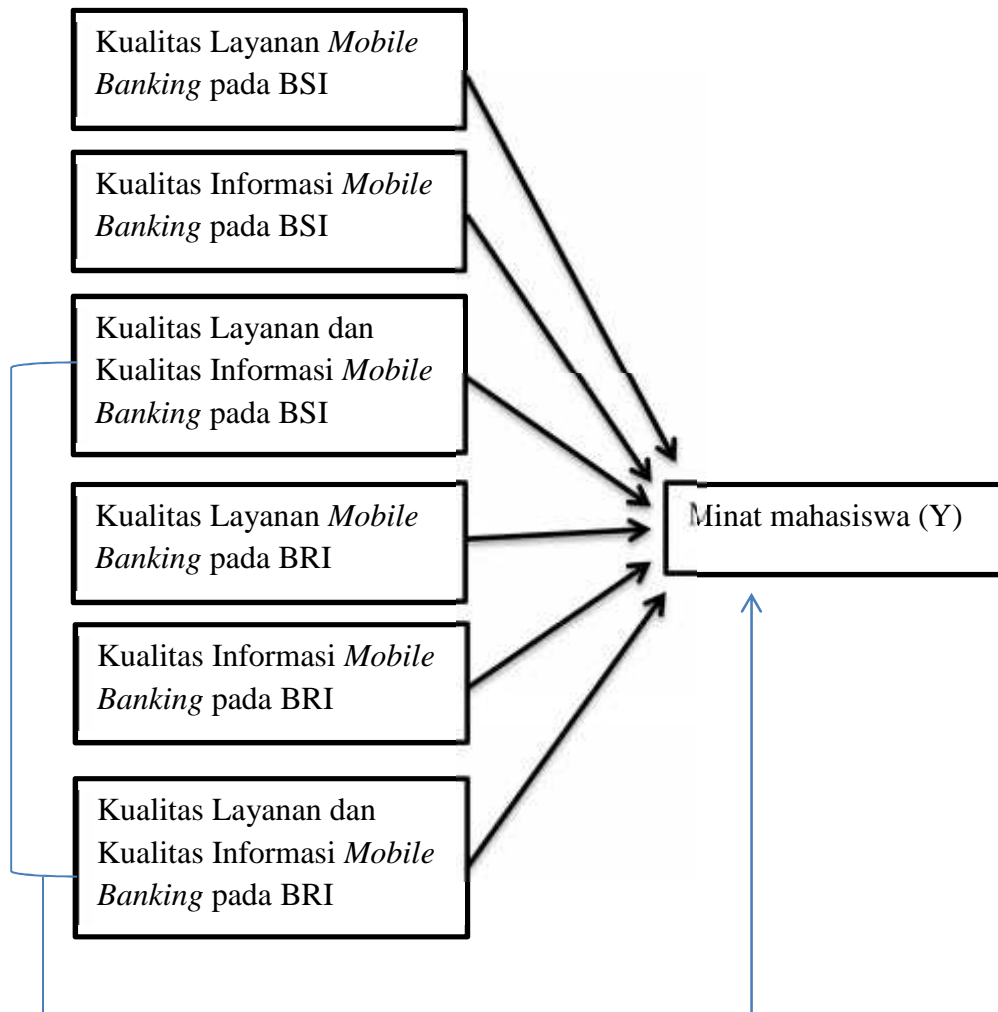
**6) Menghadirkan fitur yang bisa digunakan sehari-hari oleh nasabah.**

Fitur ini digunakan untuk menyasar pengguna yang sudah nyaman menggunakan mobile banking berbasis SMS. Fitur ini juga dilengkapi dengan adanya *quick balance* yang mana nasabah bisa mengetahui saldo rekening utama dengan cara singkat.

## F. Kerangka Pemikiran

Untuk mengetahui masalah yang akan dibahas, perlu adanya kerangka pemikiran yang bertujuan menemukan, mengembangkan dan menguji kebenaran suatu penelitian.

**Gambar 2.3**  
**Kerangka Pemikiran**



Sumber: Penelitian 2018

Keterangan:

-  : Garis Pengaruh
-  : Garis Perbandingan

## G. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang dimana rumusan masalah penelitian sudah dinyatakan dalam kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis bisa dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.<sup>30</sup> Hipotesis memberikan hasil dari refleksi peneliti berdasarkan kajian pustaka dan landasan teori yang akan digunakan sebagai dasar argumentasi. Pada penelitian ini menggunakan hipotesis komparatif, yang merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah komparatif.

Seperti yang kita ketahui sampai saat ini bank BSI maupun BRI terus berinovasi dan terus mengubah cara layanan keuangan yang diberikan kepada pelanggan dengan memanfaatkan jasa teknologi keuangan melalui fasilitas *digital banking*, berkaitan dengan teknologi dan sistem informasi pengguna *mobile banking* sangat rentan dengan adanya kejahatan digital, untuk itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana nasabah merasa aman dan nyaman dalam menggunakan layanan *mobile banking* yang terhindar dari pencurian data dan kejahatan lainnya. Dimana penelitian yang merumuskan hipotesis adalah:

### **1. Kualitas Layanan BSI terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *Mobile Banking***

---

<sup>30</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 63.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Anfar Adi Setyawan, berjudul “*Pengaruh Kemudahan dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Fitur Pembayaran E-Commerce pada Bank Syariah Indonesia*” menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan fitur BSI *E-Commerce*.

H<sub>1</sub>: Kualitas Layanan pada BSI berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *Mobile Banking*

## **2. Kualitas Informasi BSI terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *Mobile Banking***

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nurajiah dan Rika Mustika Sari, berjudul “*Pengaruh Kemudahan dan Kualitas Informasi terhadap Minat Mahasiswa dalam Penggunaan Layanan M-Banking Pada Bank Syariah*” menyatakan bahwa Kualitas Informasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan layanan *M-Banking* pada Bank Syariah.

H<sub>2</sub>: Kualitas Informasi pada BSI berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *Mobile Banking*

## **3. Kualitas Layanan pada BRI terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *Mobile Banking***

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fitriyani Rusian, Farid Madjojo dan Nikita Astria, berjudul “*Pengaruh Kualitas Layanan dan Fitur terhadap Minat Penggunaan Berkelanjutan Mobile Banking BRI dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Intervening (Studi pada*

*Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro Pengguna M-Banking BRI)*” menyatakan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan berkelanjutan.

H<sub>3</sub>: Kualitas Layanan pada BRI berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *Mobile Banking*.

#### **4. Kualitas Informasi pada BRI terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *Mobile Banking***

Berdasarkan penelitian Muhammad Farhan Madani dan Saiful Rahman Yuniarti, berjudul “*Pengaruh Kualitas Informasi dan Kinerja Layanan Aplikasi Mobile Banking terhadap Kepuasan Pengguna (Studi pada Pengguna Aplikasi Brimo)*” menyatakan bahwa Kualitas Informasi berpengaruh terhadap variabel penggunaan dan kepuasan pengguna.

H<sub>4</sub>: Kualitas Informasi pada BRI berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *Mobile Banking*.

#### **5. Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi pada BSI dan BRI terhadap Minat mahasiswa**

H<sub>5</sub>: Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi pada BSI dan BRI berpengaruh terhadap Minat mahasiswa dalam menggunakan *Mobile Banking*

**6. Perbandingan Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi BSI dan BRI terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *Mobile Banking***

Berdasarkan penelitian Anissa Khotijah, berjudul “*Perbandingan Kualitas Pelayanan Mobile Banking pada Bank Syariah dengan Bank Konvensional (Studi pada BSI KCP Bandar Lampung Kedaton 2 dan BRI KCP Tanjung Agung Periode 2022)*” menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan diantara kedua bank tersebut.

Berdasarkan penelitian Muhammad Zulvan Jamal Ramadhan dan Vemy Suci Asih, berjudul “*Studi Komparatif: Kualitas Layanan Mobile Banking BRI Syariah dan Bank Syariah Indonesia*” menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan antara pelayanan *mobile banking* BRI Syariah dan Bank Syariah Indonesia.

H<sub>0</sub>: Tidak terdapat perbedaan Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi pada BSI dan BRI terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *M-Banking*.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian komparatif. Penelitian ini bersifat komparatif dikarenakan penelitian ini dilakukan untuk membandingkan persamaan atau perbedaan dua atau lebih fakta-fakta dan objek yang diteliti berdasarkan kerangka pemikiran tertentu.<sup>1</sup>

Penelitian komparatif merupakan jenis penelitian yang digunakan untuk membandingkan antara dua kelompok atau lebih dari suatu variabel tertentu. Adapun pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dan menggunakan instrument penelitian berupa kuesioner.

#### **B. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif ialah penelitian yang digunakan dalam meneliti dengan populasi maupun sampel tertentu, pengumpulan datanya memerlukan sebuah instrument penelitian, dan dalam analisis datanya bersifat statistik untuk menguji hipotesis yang sudah ditentukan.<sup>2</sup>

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang

---

<sup>1</sup> Sugiyono, "*Metode Penelitian Bisnis*", (Bandung: Alfabeta, 2003), 12

<sup>2</sup> Sugiyono, "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*", (Bandung: Alfabeta, 2011), 8



ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan nantinya ditarik kesimpulan.<sup>3</sup> Populasi merujuk pada sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu bahkan beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian. Populasi dalam penelitian harus didefinisikan dengan jelas sebelum melakukan penelitian.<sup>4</sup>

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah di IAIN Curup angkatan tahun 2019 yang berjumlah 102 orang seperti yang sudah dipaparkan dalam tabel 1.1.

## **2. Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi yang akan dijadikan sebagai data penelitian yang diambil dengan teknik tertentu. Penarikan sampel perlu untuk dilakukan apabila ukuran populasi yang akan diteliti terlalu besar.

Teknik pengambilan sampel adalah suatu proses pilihan sejumlah elemen dari populasi sehingga akan lebih praktis jika penulis menggunakan tanggapan sub kelompok dalam meramalkan tanggapan seluruh anggota kelompok, dalam hal ini Suharsimi Arikunto menjelaskan bahwa apabila subyeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Tetapi jika jumlah subyeknya besar (lebih dari 100 orang) bisa

---

<sup>3</sup> Sugiyono, "*Metode Penelitian Kombinasi*", (Bandung: Alfabeta, 2018), 119

<sup>4</sup> Muhamad, "*Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*", (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2008), 161

diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih, tergantung setidaknya tidaknya dari:<sup>5</sup>

- 1) Kemampuan peneliti dilihat dari waktu, tenaga dan dana.
- 2) Sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subjek, karena hal ini menyangkut banyak sedikitnya dana.
- 3) Besar kecilnya risiko yang ditanggung oleh peneliti. Untuk penelitian yang berisiko besar, tentu saja jika sampel besar hasilnya akan baik.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* ialah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu<sup>6</sup>. Pertimbangan bagi responden yang diambil untuk penelitian ini yaitu:

- 1) Responden pada penelitian ini yaitu mahasiswa Prodi Perbankan Syariah IAIN Curup angkatan 2019 yang menggunakan *mobile banking* BSI
- 2) Responden pada penelitian ini yaitu mahasiswa Prodi Perbankan Syariah IAIN Curup angkatan 2019 yang menggunakan *mobile banking* BRI

Sesuai dengan pendapat Surakhmad<sup>7</sup> bahwa penarikan sampel merupakan sebagian dari populasi yang mewakili representatif

---

<sup>5</sup> Suharsini Arikunto, “*Manajemen Penelitian*” (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), 129

<sup>6</sup> Ita Rukmanasari, “*Perbandingan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Cabang Makassar Dengan Bank BSI Cabang Makassar Venteran*”. Skripsi Jurusan Perbankan Syariah, FEBI, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2019, 48

<sup>7</sup> Winarno Surakhmad, “*Pengantar Metode Ilmiah*” (Bandung: Tarsito, 1981), 84.

terhadap seluruh populasi. Sampel pada penelitian ini merupakan mahasiswa IAIN Curup Prodi Perbankan Syariah angkatan 2019 berjumlah 102 orang yang diambil 30% dari total populasi, sehingga sampelnya adalah 30 orang.

**Tabel 3.1**  
**Jumlah Sampel**

Populasi	Sampel	Menggunakan <i>M-Banking</i> BSI	Menggunakan <i>M-Banking</i> BRI
102	$102 \times 30\%$	30	30

#### **D. Tempat dan Waktu Penelitian**

##### **1. Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah di IAIN Curup Kecamatan Curup Utara Kabupaten Rejang Lebong Provinsi Bengkulu yang sudah menggunakan *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia dan *mobile banking* pada Bank Rakyat Indonesia.

##### **2. Waktu Penelitian**

Pengumpulan data penelitian dilakukan pada bulan Mei sampai Juli 2024.

#### **E. Sumber Data**

##### **1. Sumber Data Primer**

Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang

dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survei ataupun observasi.<sup>8</sup> Data primer merupakan data yang diperoleh dengan kuesioner yang akan diberikan kepada mahasiswa program studi perbankan syariah angkatan 2019 Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup yang sudah menggunakan *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia dan *mobile banking* pada Bank Rakyat Indonesia.

## 2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah struktural data historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain. Sumber data sekunder bisa diperoleh dari suatu perusahaan (sumber internal), berbagai *Internet Websites*, perpustakaan umum ataupun lembaga pendidikan, membeli dari perusahaan yang memang mengkhususkan diri untuk menyajikan data sekunder, dan lain-lain.<sup>9</sup> Untuk mendapatkan data tersebut penulis peroleh dari dokumen-dokumen perusahaan dan buku-buku literature, website, jurnal artikel yang memberikan informasi mengenai layanan *M-Banking*.

## F. Instrumen Penelitian

Pada penelitian kuantitatif, peneliti menggunakan instrumen untuk mengumpulkan data. Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Jumlah instrumen yang digunakan untuk penelitian tergantung pada jumlah variabel yang diteliti.

---

<sup>8</sup> Syarifuddin, “*Metode Penelitian Ekonomi Islam*” (Jakarta: PT. Publica Indonesia Utama, 2022), 133

<sup>9</sup> Syarifuddin, 133-134.

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam ataupun sosial yang diamati. Penelitian ini menggunakan *Skala Likert*. Skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tertentu tentang fenomena sosial. Indikator variabel yang disusun melalui item-item instrument dalam bentuk pertanyaan yang akan diberi jawaban disetiap item instrumennya. Jawaban setiap item diberi skor, seperti berikut:

**Tabel 3.2**  
**Skala Likert**

Simbol	Alternative jawaban	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral / Ragu-ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

*Sumber: Sugiyono 2022*

## **G. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian untuk mendapatkan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah:

### **1. Wawancara**

Wawancara digunakan sebagai salah satu teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan jika peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang mendalam dan jumlah respondennya sedikit

atau kecil. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report* atau setidaknya pada pengetahuan dan keyakinan pribadi.<sup>10</sup>

Wawancara yang digunakan adalah wawancara tidak terstruktur yang bebas, dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.<sup>11</sup> Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara menanyakan informasi secara langsung kepada mahasiswa program studi perbankan syariah yang menggunakan layanan *M-Banking* pada Bank Syariah Indonesia (BSI) dan Bank Rakyat Indonesia (BRI) untuk mendapatkan data sebelum penelitian dilakukan. Wawancara ini dilakukan melalui media grup WhatsApp.

## **2. Kuesioner**

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk memperoleh jawaban. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti mengetahui dengan pasti variabel yang

---

<sup>10</sup> Sugiyono, 137.

<sup>11</sup> Sugiyono, 140

akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.<sup>12</sup>

## H. Teknik Pengolahan Data

### 1. Uji Validitas

Validitas merupakan ukuran yang benar-benar mengukur apa yang diukur. Validitas berfungsi untuk menunjukkan tingkat kesalahan suatu instrument. Instrumen yang sah memiliki tingkat validitas. Instrumen bisa dikatakan sah apabila mampu mengukur variabel-variabel yang akan diukur dalam penelitian serta mampu menunjukkan tingkat kesesuaian antara konsep dan hasil pengukuran.

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkap sesuatu yang akan diukur. Uji validitas bisa dilakukan dengan *SPSS* untuk memperoleh hasil yang terarah dengan taraf signifikansi 0,05 berdasarkan kriteria berikut<sup>13</sup>:

- 1) Jika  $r_{hitung} > r_{table}$ , maka item-item pertanyaan berkorelasi signifikansi terhadap skor total (dinyatakan valid).
- 2) Jika  $r_{hitung} < r_{table}$ , maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikansi terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

---

<sup>12</sup> Sugiyono, 142.

<sup>13</sup> Syofyan Siregar, “*Statistika Deskriptif Untuk Penelitian: Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*”, (Jakarta: Rajawali Press, 2012), 173.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah persyaratan pokok kedua dari instrumen pengumpulan data. Peneliti melakukan uji ini berguna untuk mengukur dari sebuah instrumen, dimana uji reliabilitas terhadap instrumen yang dinyatakan valid, sedangkan instrumen yang dinyatakan tidak valid, maka tidak bisa dilakukan uji reliabilitas.

Reliabilitas merupakan hasil pengukuran yang bisa dipercaya. Uji ini diperlukan untuk memperoleh data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* yang diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1.<sup>14</sup>

Menurut Triton jika skala tersebut dikelompokkan kedalam lima kelas dengan rentang yang sama, maka ukuran kemantapan *alpha* bisa diinterpretasikan seperti berikut:

- 1) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,00 s.d. 0,20 berarti kurang reliabel.
- 2) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,21 s.d. 0,40 berarti agak reliabel.
- 3) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,41 s.d. 0,60 berarti cukup reliabel.
- 4) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,61 s.d. 0,80 berarti reliabel.
- 5) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,81 s.d. 1,00 berarti sangat reliabel.

---

<sup>14</sup> Agus Eko Sujianto, "Aplikasi Statistik SPSS 16.0" , (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009),



Menurut Nugroho, reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik apabila memiliki nilai *Alpha Cronbach*  $> 0,60$ .<sup>15</sup> Pengukuran reliabilitas yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan SPSS (*Statistical Package For Social Science*) versi 22.

### 3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan salah satu persyaratan statistik yang harus dipenuhi sebagai alat prediksi yang lebih baik. Agar mendapatkan regresi yang baik harus memenuhi asumsi-asumsi yang diisyaratkan untuk memenuhi asumsi normalitas dan bebas dari multikolinearitas, heterokedastisitas dan autokorelasi.<sup>16</sup>

#### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak.<sup>17</sup> Pelaksanaan uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorav-Smirnov*. Jika nilai uji *Kolmogorav-Smirnov* kurang atau sama dengan 0.05, maka residual tidak berdistribusi normal dan jika sebaliknya maka berdistribusi normal.

#### 2) Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk menyatakan bahwa hubungan antar satu variabel terikat dengan variabel bebas

---

<sup>15</sup> Ibid, 97

<sup>16</sup> Sugiono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: CV Alfabeta, 2007), 243

<sup>17</sup> Juliansyah Noor, *Metode Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*, 174

bersifat linier. Variabel akan dinyatakan valid jika mempunyai nilai signifikan pada *deviation from linearity* lebih dari 0.05.

### 3) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini digunakan untuk mengetahui dalam model regresi apakah terdapat korelasi antara variabel independen. Dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *tolerance value* masing-masing variabel bebas  $> 0.1$  dan nilai VIF masing-masing variabel  $< 10$ .

## 4. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda berguna dalam penelitian ini untuk mengetahui signifikan atau tidaknya hubungan dua variabel melalui koefisien regresi.<sup>18</sup> Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk menguji dan melihat bagaimana keadaan nilai (naik atau turun) variabel dependen, jika dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor.<sup>19</sup> Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik regresi linier berganda karena teknik ini untuk mendeteksi pengaruh variabel bebas (variabel independen) terhadap variabel terikat (variabel dependen).

Rumus regresi linier berganda yang akan diuji pada penelitian ini adalah:

$$Y = + 1X_1 + 2X_2$$

---

<sup>18</sup> Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 336

<sup>19</sup> H. Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar: Aplikasi Dan Pengembangannya*, (2019), 158

Dimana:

Y : Minat mahasiswa

: Konstanta

$\beta_1 \beta_2$  : Koefisien regresi

X1 : Kualitas layanan

X2 : Kualitas informasi

## 5. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui signifikansi hubungan antara semua variabel bebas dan variabel terikat. Pada penelitian ini pengujian hipotesis secara simultan dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh kualitas layanan *mobile banking* dan kualitas informasi *mobile banking* secara bersama-sama terhadap minat mahasiswa sebagai variabel terikatnya. Kriteria pengujian yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

- 1) Jika tingkat signifikansi F hitung  $> 0.05$ , maka  $H_0$  diterima (tidak signifikan) dan  $H_a$  ditolak.
- 2) Jika tingkat signifikansi F hitung  $< 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak (signifikan) dan  $H_a$  diterima.

## 6. Uji T

Uji t bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen. Adapun taraf signifikan sebesar 5%. Analisis uji t ini didasarkan pada  $t$  hitung  $> t$  tabel dengan tingkat signifikannya.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Imam Ghozai, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 25*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), 99

Apabila  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

## 7. Koefisien Determinasi

Menurut Ghazali, koefisien determinan ( $R^2$ ) untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisis regresi, dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinan ( $R^2$ ) antara 0 dan 1.<sup>21</sup> Koefisien determinan ( $R^2$ ) nol, berarti variabel independen sama sekali tidak berpengaruh pada variabel dependen. Selain itu koefisien determinan ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui persentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X).

## 8. Uji Mann-Whitney

Uji Mann-Whitney adalah uji non parametris yang digunakan untuk mengetahui perbedaan median dua kelompok bebas apabila skala data variabel terikatnya adalah ordinal atau interval atau ratio tidak berdistribusi normal. Menggunakan uji Mann-Withney untuk menentukan apakah ada perbedaan antara dua data dari sampel independen. Uji Mann-Whitney merupakan uji yang menggantikan uji  $t$  (uji parametrik).<sup>22</sup>

Uji statistik non-parametrik digunakan untuk menguji dua sampel independen. Uji ini digunakan untuk menguji signifikansi perbedaan nilai dua sampel independen atau untuk menguji mungkin

---

<sup>21</sup> Bagus Nurcahyo, *Analisis Dampak Penciptaan Brand Image dan Efektifitas Word Of Mouth Pada Penguatan Keputusan Pembelian Produk Fashion*, e-Jurnal Nusamba, 19

<sup>22</sup> Harinali, *Prinsip-prinsip Statistik Untuk Teknik dan Sains*, (Jakarta: Erlangga, 2005),

tidaknya dua sampel berasal dari populasi yang sama.<sup>23</sup> Uji ini adalah uji yang paling sering digunakan oleh peneliti di antara uji-uji lainnya pada uji non-parametrik untuk menguji dua sampel independen.<sup>24</sup>

Uji *mann-Whitney U-Test* dilakukan untuk mencari tahu apakah ada atau tidaknya perbedaan median antara dua sampel tidak berpasangan apabila sebaran datanya tidak terdistribusi normal. Uji ini adalah alternatif dari uji beda dua rata-rata untuk data tidak terdistribusi normal dan bertujuan untuk menguji perbedaan median antara dua kelompok data. Apabila uji U bernilai  $\text{sign.} < 0,05$ , maka terdapat perbedaan yang signifikan. Sedangkan jika bernilai  $\text{sign.} > 0,05$  maka tidak terdapat perbedaan yang signifikan.

---

<sup>23</sup> Duwi Priyanto, "*Mandiri Belajar SPSS*", (Yogyakarta: MediaKom, 2008), 28.

<sup>24</sup> Wahid Sulaiman, "*Statistik Non-Parametrik Contoh Kasus dan Pemecahannya dengan SPSS*", (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), 29.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab iv ini akan diberikan pemaparan tentang hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti pada saat melakukan penelitian terhadap mahasiswa yang menggunakan *mobile banking* dari BSI dan BRI.

#### A. Temuan Penelitian

Pada penelitian ini, yang menjadi objek penelitiannya yaitu mahasiswa program studi perbankan syariah angkatan 2019 yang sudah menggunakan *mobile banking* pada BSI dan BRI. Kuesioner dibagikan kepada responden melalui media sosial berupa WhatsApp. Adapun karakteristik dari responden berdasarkan jenis kelaminnya sebagai berikut:

**Table 4.1**

#### **Jenis Kelamin Responden BSI**

<b>No</b>	<b>JK</b>	<b>Jumlah</b>
1	Laki-laki	13
2	Perempuan	17
<b>Total</b>		30

Sumber: Data Primer

Pada tabel 4.1 jenis kelamin laki-laki sebanyak 13 responden dan responden jenis kelamin perempuan ada 17 orang. Sehingga total responden pada objek penelitian ini sebanyak 30 responden.

**Table 4.2**  
**Jenis kelamin Responden BRI**

No	JK	Jumlah
1	Laki-laki	6
2	Perempuan	24
<b>Total</b>		30

Sumber: Data Primer

Pada tabel 4.2 jenis kelamin laki-laki sebanyak 6 responden dan responden jenis kelamin perempuan ada 24 orang. Sehingga total responden pada objek penelitian ini sebanyak 30 responden.

## B. Hasil Penelitian

### 1. Uji Validitas

Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  berarti valid dan apabila  $R_{hitung} < R_{tabel}$  berarti tidak valid. Berikut ini adalah hasil pengujian variabel menggunakan program SPSS versi 22:

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan, Kualitas Informasi dan Minat Menggunakan *Mobile Banking* BSI**

Variabel	Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	kesimpulan
Kualitas Layanan	P1	0,750	0,3673	valid
	P2	0,709	0,3673	valid
	P3	0,639	0,3673	valid
	P4	0,724	0,3673	valid
	P5	0,870	0,3673	valid

	P6	0,749	0,3673	valid
	P7	0,731	0,3673	valid
	P8	0,878	0,3673	valid
	P9	0,792	0,3673	valid
	P10	0,833	0,3673	valid
	P11	0,705	0,3673	valid
	P12	0,886	0,3673	valid
	P13	0,913	0,3673	valid
	P14	0,699	0,3673	valid
	P15	0,863	0,3673	valid
	P16	0,617	0,3673	valid
	P17	0,731	0,3673	valid
	P18	0,649	0,3673	valid
	P19	0,520	0,3673	valid
	P20	0,850	0,3673	valid
Kualitas Informasi	P1	0,755	0,3673	valid
	P2	0,729	0,3673	valid
	P3	0,889	0,3673	valid
	P4	0,918	0,3673	valid
	P5	0,793	0,3673	valid
	P6	0,749	0,3673	valid
	P7	0,854	0,3673	valid
	P8	0,845	0,3673	valid
	P9	0,884	0,3673	valid
	P10	0,862	0,3673	valid
	P11	0,861	0,3673	valid
	P12	0,625	0,3673	valid



	P13	0,918	0,3673	valid
	P14	0,805	0,3673	valid
	P15	0,803	0,3673	valid
Minat	P1	0,802	0,3673	valid
	P2	0,737	0,3673	valid
	P3	0,829	0,3673	valid
	P4	0,772	0,3673	valid
	P5	0,811	0,3673	valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS pada Juni 2024

Pada tabel 4.3 Hasil pengujian validitas terhadap setiap item pernyataan instrumen penelitian pada variabel kualitas layanan, kualitas informasi dan minat menggunakan *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia dengan nilai  $r_{hitung}$  setiap pernyataan pada keseluruhan variabel berada diatas standar validitas yaitu  $< 0.3673$  sehingga bisa disimpulkan bahwa semua item pernyataan yang diajukan pada penelitian ini valid.

**Tabel 4.4**

**Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan, Kualitas Informasi dan Minat Menggunakan *Mobile Banking* BRI**

Variabel	Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	kesimpulan
Kualitas Layanan	P1	0.609	0,3673	valid
	P2	0.572	0,3673	valid
	P3	0.627	0,3673	valid
	P4	0.809	0,3673	valid
	P5	0.529	0,3673	valid

	P6	0.721	0,3673	valid
	P7	0.833	0,3673	valid
	P8	0.691	0,3673	valid
	P9	0.682	0,3673	valid
	P10	0.876	0,3673	valid
	P11	0.620	0,3673	valid
	P12	0.541	0,3673	valid
	P13	0.928	0,3673	valid
	P14	0.768	0,3673	valid
	P15	0.626	0,3673	valid
	P16	0.847	0,3673	valid
	P17	0.822	0,3673	valid
	P18	0.762	0,3673	valid
	P19	0.722	0,3673	valid
	P20	0.876	0,3673	valid
Kualitas Informasi	P1	0.726	0,3673	valid
	P2	0.678	0,3673	valid
	P3	0.801	0,3673	valid
	P4	0.639	0,3673	valid
	P5	0.532	0,3673	valid
	P6	0.465	0,3673	valid
	P7	0.583	0,3673	valid
	P8	0.649	0,3673	valid
	P9	0.797	0,3673	valid
	P10	0.784	0,3673	valid
	P11	0.706	0,3673	valid
	P12	0.674	0,3673	valid

	P13	0.623	0,3673	valid
	P14	0.601	0,3673	valid
	P15	0.671	0,3673	valid
Minat	P1	0.656	0,3673	valid
	P2	0.865	0,3673	valid
	P3	0.868	0,3673	valid
	P4	0.664	0,3673	valid
	P5	0.792	0,3673	valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS pada Juni 2024

Pada tabel 4.4 Hasil pengujian validitas terhadap setiap item pernyataan instrumen penelitian pada variabel kualitas layanan, kualitas informasi dan minat menggunakan *mobile banking* pada Bank Rakyat Indonesia dengan nilai  $r_{hitung}$  setiap pernyataan pada keseluruhan variabel berada diatas standar validitas yaitu  $< 0.3673$  sehingga bisa disimpulkan bahwa semua item pernyataan yang diajukan pada penelitian ini valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Hasil output uji reliabilitas pengolahan data menggunakan program SPSS versi 22 berikut:

**Tabel 4.5**

**Uji Reliabiliti Variabel Kualitas Layanan, Kualitas Informasi dan Minat Menggunakan *Mobile Banking***

Variabel	Jumlah Item	Cronbach Alpa	kesimpulan
Kualitas Layanan BSI	20	0,959	reliabel
Kualitas Layanan BRI		0.951	reliabel

Kualitas Informasi BSI	15	0,963	reliabel
Kualitas Informasi BRI		0.908	reliabel
Minat Menggunakan <i>mobile banking</i> BSI	5	0,848	reliabel
Minat Menggunakan <i>mobile banking</i> BRI		0.819	reliabel

Sumber: Data diolah dengan SPSS pada Juni 2024

Berdasarkan uji reliabilitas terhadap item pernyataan pada variabel kualitas layanan, kualitas informasi dan minat menggunakan *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia dan Bank Rakyat Indonesia menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0.60 yang berarti semua item dari kuesioner tersebut reliabel dan akurat untuk digunakan.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji *Kolmogrov-Smirnov* (K-S). untuk hasilnya bisa dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.6**  
**Uji Normalitas**

Keterangan	BSI		BRI	
	Regresi Linear	<i>Alpha</i>	Regresi Linear	<i>Alpha</i>
<i>Asymp.Sig.(2-tailed)</i>	0.200	0.05	0.38	0.05

Sumber: Data diolah dengan SPSS pada Juni 2024

Pada tabel 4.6 hasil uji normalitas berdasarkan pada uji K-S diatas tingkat signifikansi lebih besar dari  $= 0.05$  hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel kualitas layanan dan kualitas informasi dengan minat mahasiswa menggunakan *mobile banking* pada BSI ataupun BRI nilai residual berdistribusi normal.

**b. Uji Linearitas**

Uji linearitas menggunakan SPSS versi 22 dinyatakan linear bila nilai signifikan pada *deviation from linearity* lebih dari 0.05. hasil pengolahan dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
**Uji Linearitas *Deviation From Linearity***

Keterangan		Nilai Residual Terstandarisasi	
		Regresi Linear	<i>Alpha</i>
BSI	<i>Deviation from Linearity</i>	0,511	0,05
BRI	<i>Deviation from Linearity</i>	0,231	0,05

Sumber: Data diolah dengan SPSS pada Juni 2024

Hasil uji linearitas pada *deviation from linearity* pada tabel 4.7 diatas variabel kualitas layanan dan kualitas informasi pada *mobile banking* BSI mempunyai nilai 0.511 lebih besar dari 0.05 maka distribusi data pada variabel kualitas layanan dan kualitas informasi terhadap Minat mahasiswa menggunakan *Mobile*

*Banking BSI* bersifat linear dan pada variabel kualitas layanan dan kualitas informasi juga bersifat linear terhadap Minat menggunakan *Mobile Banking BRI*, hal ini ditunjukkan dengan nilai 0.231 lebih besar dari 0.05.

**c. Uji Multikolinearitas**

Hasil output pada uji multikolinearitas dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Multikolinearitas BSI**

model	Collinearity statistics	
	tolerance	VIP
X1	0.293	3.408
X2	0.293	3.408

Sumber: Data diolah dengan SPSS pada Juni 2024

Dapat dilihat pada tabel 4.8 bahwa uji multikolinearitas tidak terjadi karena *tolerance value* variabel bebas kualitas layanan dan kualitas informasi sebesar  $0.293 > 0.1$ . sedangkan nilai VIF pada masing-masing variabel bebas memiliki nilai  $3.408 < 10$ . Dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Multikolinearitas BRI**

model	Collinearity statistics	
	tolerance	VIP
X1	0.33	30.590
X2	0.33	30.590

Sumber: Data diolah dengan SPSS pada Juni 2024

Dapat dilihat pada tabel 4.13 bahwa uji multikolinearitas tidak terjadi karena *tolerance value* variabel bebas kualitas layanan dan kualitas informasi sebesar  $0.33 > 0.1$ . sedangkan nilai VIF pada masing-masing variabel bebas memiliki nilai  $< 10$ . Dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas.

#### 4. Uji Regresi Linier Berganda

**Tabel 4.10**  
**Uji Regresi Linier Berganda BSI**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.212	1.943		4.741	.000
	x1	-.127	.039	-.549	-3.215	.003
	x2	.365	.049	1.286	7.534	.000

a. Dependent Variable: y

Sumber: Data diolah dengan SPSS pada Juni 2024

Berdasarkan dari hasil *coefficients* diatas bisa dikembangkan dengan menggunakan model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

Minat = + kualitas layanan + kualitas informasi +  $\varepsilon$  apabila nilai pada table 4.10 diatas disubstitusikan maka akan diperoleh nilai sebagai berikut:

$$\text{Minat (Y)} = 9.212 + -0.127X1 + 0.365X2$$

- a. Konstanta sebesar 9.212 artinya jika kualitas layanan dan kualitas informasi tidak ada maka minat menggunakan *mobile banking* sebesar 9.212.
- b. Koefisien regresi X1 sebesar -0.127 artinya setiap kenaikan satu satuan kualitas layanan akan meningkatkan pertumbuhan minat sebesar -0.127. dan sebaliknya setiap penurunan satu satuan kualitas layanan akan menurunkan pertumbuhan minat sebesar -0.127, dengan anggapan bahwa X2 tetap.

**Tabel 4.11**  
**Uji Regresi Linier Berganda BRI**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	12.646	3.778		3.347	.002
	x1	-.012	.028	-.070	-.432	.669
	x2	.180	.049	.595	3.661	.001

a. Dependent Variable: y

Sumber: Data diolah dengan SPSS pada Juni 2024

Berdasarkan dari hasil *coefficients* diatas bisa dikembangkan dengan menggunakan model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:



Minat = + kualitas layanan + kualitas informasi +  $\varepsilon$  apabila nilai pada table 4.11 diatas disubstitusikan maka akan diperoleh nilai sebagai berikut:

$$\text{Minat (Y)} = 12.646 + -0.012X_1 + 0.180X_2$$

- a. Konstanta sebesar 12.646 artinya jika kualitas layanan dan kualitas informasi tidak ada maka minat menggunakan *mobile banking* sebesar 12.646
- b. Koefisien regresi X1 sebesar -0.012 artinya setiap kenaikan satu satuan kualitas layanan akan meningkatkan pertumbuhan minat sebesar -0.012. dan sebaliknya setiap penurunan satu satuan kualitas layanan akan menurunkan pertumbuhan minat sebesar -0.012, dengan anggapan bahwa X2 tetap.

## 5. Uji T (Parsial)

**Tabel 4.12**

**Uji t (Parsial) *mobile banking* BSI**

Variabel	T hitung	T tabel	Sig
Kualitas Layanan	-3.215	2.048	0.003
Kualitas Informasi	7.534	2.048	0.000

Sumber: Data diolah dengan SPSS pada Juni 2024

Berdasarkan pada tabel 4.12 hasil uji t-test (parsial) bisa disimpulkan sebagai berikut:

a. Uji variabel Kualitas Layanan

Variabel Kualitas Layanan pada tabel 4.12 hasil uji t-test (parsial) mendapatkan nilai  $T_{hitung}$  sebesar -3.215 dan nilai signifikansi sebesar 0.003. Sedangkan untuk nilai  $T_{tabel}$  sebesar 2.048 yang menunjukkan bahwa nilai  $T_{hitung} -3.215 < T_{tabel} 2.048$  dan nilai signifikansi  $0.003 < 0.05$ . Dengan begitu, bisa disimpulkan bahwa variabel Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menggunakan *mobile banking*.

b. Uji variabel Kualitas Informasi

Variabel kualitas informasi pada tabel 4.12 hasil uji t-test (parsial) mendapatkan nilai  $T_{hitung}$  7.534 dan nilai signifikasinya sebesar 0.000. sedangkan untuk nilai  $T_{tabel}$  sebesar 2.048 yang menunjukkan bahwa nilai  $T_{hitung} 7.534 > T_{tabel} 2.048$  dan nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$ . dengan ini bisa disimpulkan bahwa variabel kualitas informasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

**Tabel 4.13**

**Uji t (Parsial) *mobile banking* BRI**

Variabel	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	Sig
Kualitas Layanan	-0.432	2.048	0.669
Kualitas Informasi	3.661	2.048	0.001

Sumber: Data diolah dengan SPSS pada Juni 2024

Berdasarkan pada tabel 4.13 hasil uji t-test (parsial) bisa disimpulkan sebagai berikut:

a. Uji variabel Kualitas Layanan

Variabel Kualitas Layanan pada tabel 4.13 hasil uji t-test (parsial) mendapatkan nilai  $T_{hitung}$  sebesar -0.432 dan nilai signifikansi sebesar 0.669. Sedangkan untuk nilai  $T_{tabel}$  sebesar 2.048 yang menunjukkan bahwa nilai  $T_{hitung}$   $-0.432 > T_{tabel}$  2.048 dan nilai signifikansi  $0.669 < 0.05$ . Dengan begitu, bisa disimpulkan bahwa variabel Kualitas Layanan tidak berpengaruh terhadap variabel minat menggunakan *mobile banking*.

b. Uji variabel Kualitas Informasi

Variabel kualitas informasi pada tabel 4.13 hasil uji t-test (parsial) mendapatkan nilai  $T_{hitung}$  3.661 dan nilai signifikasinya sebesar 0.001. sedangkan untuk nilai  $T_{tabel}$  sebesar 2.048 yang menunjukkan bahwa nilai  $T_{hitung}$   $3.661 < T_{tabel}$  2.048 dan nilai signifikansi  $0.001 > 0.05$ . dengan ini bisa disimpulkan bahwa variabel kualitas informasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

## 6. Uji F (Simultan)

**Tabel 4.14**

### **Uji F (Simultan) *mobile banking* BSI**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	126.018	2	63.009	44.949	.000 <sup>b</sup>
	Residual	37.849	27	1.402		
	Total	163.867	29			

a. Dependent Variable: minat

b. Predictors: (Constant), kualitas\_informasi, kualitas\_layanan

Sumber: Data diolah dengan SPSS pada Juni 2024

Berdasarkan output pada tabel 4.14 ANOVA diatas tersebut nilai sig. sebesar  $0.000 < 0.05$ . hasil dari  $F_{hitung}$  sebesar  $44.949 > 3.35$ . Dengan demikian hipotesis yang digunakan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kualitas informasi *mobile banking* BSI memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

**Tabel 4.15**

### **Uji F (Simultan) *mobile banking* BRI**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	21.150	2	10.575	6.856	.004 <sup>b</sup>
	Residual	41.650	27	1.543		
	Total	62.800	29			

a. Dependent Variable: minat

b. Predictors: (Constant), kualitas\_informasi, kualitas\_layanan

Sumber: Data diolah dengan SPSS pada Juni 2024

Berdasarkan output pada tabel 4.15 ANOVA diatas tersebut nilai sig. sebesar  $0.004 < 0.05$ . hasil dari  $F_{hitung}$  sebesar  $6.856 > 3.35$ . Dengan demikian hipotesis yang digunakan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kualitas informasi *mobile banking* BRI memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

## 7. Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 4.16**  
**Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) BSI**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.877 <sup>a</sup>	.769	.752	1.184
a. Predictors: (Constant), kualitas_informasi, kualitas_layanan				
b. Dependent Variable: minat				

Sumber: Data diolah dengan SPSS pada Juni 2024

Berdasarkan tabel 4.16 hasil uji koefisien determinasi atau nilai *adjusted R square* sebesar 0.752 hasil nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yaitu kualitas layanan dan kualitas informasi memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yaitu minat menggunakan *mobile banking*.

**Tabel 4.17**  
**Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) BRI**

<b>Model Summary</b>									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.580 <sup>a</sup>	.337	.288	1.242	.337	6.856	2	27	.004

a. Predictors: (Constant), kualitas\_informasi, kualitas\_layanan

Sumber: Data diolah dengan SPSS pada Juni 2024

Berdasarkan tabel 4.17 hasil uji koefisien determinasi atau nilai *adjusted R square* sebesar 0.288 hasil nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yaitu kualitas layanan dan kualitas informasi memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yaitu minat menggunakan *mobile banking*

### 8. Uji *Man-Whitney*

Bedasarkan uji normalitas data sebelumnya, maka untuk menguji statistik signifikansi perbedaan digunakan uji *Man-Whitney U-Test*. Adapun hasil pengolahan menggunakan SPSS versi 22 diperoleh hasil analisis data sebagai berikut:

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji *Man-Whitney U-Test***

<b>Ranks</b>				
	mobile_banking	N	Mean Rank	Sum of Ranks
minat	BSI	30	16.72	501.50
	BRI	30	44.28	1328.50
	Total	60		

Sumber: Data diolah dengan SPSS pada Juni 2024

Berdasarkan pada tabel 4.18 bisa diambil kesimpulan bahwa terdapat perbedaan tingkat minat mahasiswa pada Bank Syariah Indonesia dengan Bank Rakyat Indonesia. Pada tabel diatas menunjukkan rangking tingkat minat dari kedua bank tersebut. Rangkin Bank Syariah Indonesia ( $16.72 < 44.28$ ) maka bisa disimpulkan bahwa tingkat minat Bank Rakyat Indonesia lebih tinggi dibandingkan dengan Bank Syariah Indonesi.

**Tabel 4.19**  
**Hasil Uji Statistik *Man-Whitney U-Test***

Test Statistics <sup>a</sup>	
	Minat
Mann-Whitney U	36.500
Wilcoxon W	501.500
Z	-6.115
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000
a. Grouping Variable: mobile_banking	

Sumber: Data diolah dengan SPSS pada Juni 2024

Berdasarkan pada tabel 4.19 bisa diketahui bahwa untuk nilai minat memiliki nilai signifikansi 0.000 atau kurang dari 0.05 yang berarti terdapat perbedaan yang signifikan nilai minat menggunakan *mobile banking* pada Bank Syariah dan Bank Rakyat Indonesia.

## C. Pembahasan

### a. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan *Mobile Banking* Pada Bank Syariah Indonesia

Pada tabel 4.12 hasil dari uji t menunjukkan hasil untuk variabel kualitas layanan *Mobile Banking* mendapatkan nilai  $T_{hitung}$  sebesar -

3.215 lebih kecil dari nilai  $T_{\text{tabel}}$  2.048 dan taraf nilai signifikansinya 0.003 lebih kecil dari 0.05. Dengan begitu, bisa disimpulkan bahwa variabel Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menggunakan *mobile banking*. Koefisien variabel Kualitas Layanan pada *mobile banking* BSI sebesar 0.258 artinya jika variabel Kualitas Layanan *mobile banking* pada BSI mengalami kenaikan 1% maka minat mahasiswa mengalami kenaikan sebesar 0.258 dan koefisien tersebut bernilai positif sehingga terjadi hubungan positif antara Kualitas Layanan *mobile banking* terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking* pada BSI.

Hal ini tidak sejalan dengan penelitian Anfar Adi Setyawan yang menyatakan bahwa pada penelitian tersebut Kualitas Layanan berpengaruh secara signifikan terhadap Minat nasabah dalam menggunakan fitur BSI *E-Commerce*.<sup>1</sup>

#### **b. Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan *Mobile Banking* Pada Bank Syariah Indonesia**

Pada tabel 4.12 hasil dari uji t menunjukkan hasil  $T_{\text{hitung}}$  untuk variabel kualitas informasi mendapatkan nilai  $T_{\text{hitung}}$  7.534 lebih dari  $T_{\text{tabel}}$  2.048 dan nilai signifikansi 0.000 lebih kecil dari 0.05. Dengan ini bisa disimpulkan bahwa variabel kualitas informasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Koefisien variabel Kualitas Informasi *mobile banking* pada BSI sebesar 0.669 artinya jika variabel Kualitas Informasi mengalami

---

<sup>1</sup> Anfar Adi Setyawan, “Pengaruh Kemudahan dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Fitur Pembayaran *E-Commerce* pada Bank Syariah Indonesia”, Skripsi Prodi Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2024, 76.



kenaikan 1% maka minat mahasiswa akan mengalami kenaikan sebesar 0.669 dan koefisien tersebut bernilai positif sehingga terjadi hubungan positif antara Kualitas Informasi terhadap Minat mahasiswa menggunakan *mobile banking* pada BSI.

Hal ini sejalan dengan penelitian Nurajizah dan Rika Mustika Sari yang menyatakan bahwa Kualitas Informasi berpengaruh secara signifikan terhadap Minat penggunaan Layanan *Mobile Banking* pada Bank Syariah.<sup>2</sup>

**c. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan *Mobile Banking* Pada Bank Syariah Indonesia**

Pada tabel 4.14 hasil dari uji f menunjukkan hasil  $F_{hitung}$  untuk variabel Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi *Mobile Banking* mendapatkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 44.949 lebih besar dari  $F_{tabel}$  3.35 dan taraf nilai signifikansinya 0.000 lebih kecil dari 0.05. Dengan begitu, bisa disimpulkan bahwa variabel Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat menggunakan *mobile banking*. Koefisien variabel Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi *mobile banking* pada BSI sebesar 0.752 artinya jika variabel Kualitas Informasi mengalami kenaikan 1% maka minat mahasiswa akan mengalami kenaikan sebesar 0.752 dan koefisien tersebut bernilai positif sehingga terjadi

---

<sup>2</sup> Nurajizah dan Rika Mustika Sari, "Pengaruh Kemudahan dan Kualitas Informasi terhadap Minat Mahasiswa dalam Penggunaan Layanan M-Banking Pada Bank Syariah", Jurnal Alfatih Global Mulia, 2023, 68.

hubungan positif antara Kualitas Informasi terhadap Minat mahasiswa menggunakan *mobile banking* pada BSI.

**d. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan *Mobile Banking* Pada Bank Rakyat Indonesia**

Pada tabel 4.13 hasil dari uji t menunjukkan hasil untuk variabel kualitas layanan *Mobile Banking* mendapatkan nilai  $T_{hitung}$  sebesar -0.432 lebih kecil dari nilai  $T_{tabel}$  2.048 dan taraf nilai signifikansinya 0.669 lebih kecil dari 0.05. Dengan begitu, bisa disimpulkan bahwa variabel Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menggunakan *mobile banking*. Koefisien variabel Kualitas Layanan pada *mobile banking* BRI sebesar -0.028 artinya jika variabel Kualitas Layanan *mobile banking* pada BRI mengalami kenaikan 1% maka minat mahasiswa mengalami kenaikan sebesar -0.028 dan koefisien tersebut bernilai positif sehingga terjadi hubungan positif antara Kualitas Layanan *mobile banking* terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking* pada BRI.

Hal ini tidak sejalan dengan penelitian Fitriyani Ruslan, Farid Madjojo dan Nikita Astria yang menyatakan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Minat penggunaan aplikasi BRImo.<sup>3</sup>

**e. Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan *Mobile Banking* Pada Bank Rakya Indonesia**

---

<sup>3</sup> Fitriyani Ruslan, Farid Madjojo dan Nikita Astria, “Pengaruh Kualitas Layanan dan Fitur terhadap Minat Penggunaan Berkelanjutan *Mobile Banking* BRI dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro Pengguna M-Banking BRI)”, *Gorontalo Accounting Journal*, 2023, 33.

Pada tabel 4.13 hasil dari uji t menunjukkan hasil  $T_{hitung}$  untuk variabel kualitas informasi mendapatkan nilai  $T_{hitung}$  3.661 lebih dari  $T_{tabel}$  2.048 dan nilai signifikansi 0.001 kurang dari 0.05. Dengan ini bisa disimpulkan bahwa variabel kualitas informasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Koefisien variabel Kualitas Informasi *mobile banking* pada BRI sebesar 0.308 artinya jika variabel Kualitas Informasi mengalami kenaikan 1% maka minat mahasiswa akan mengalami kenaikan sebesar 0.308 dan koefisien tersebut bernilai positif sehingga terjadi hubungan positif antara Kualitas Informasi terhadap Minat mahasiswa menggunakan *mobile banking* pada BRI.

Hal ini sejalan dengan penelitian Muhammad Farhan Madani dan Saiful Rahman Yuniarti yang menyatakan bahwa Kualitas Informasi berpengaruh variabel penggunaan dan kepuasan pengguna.<sup>4</sup>

**f. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan *Mobile Banking* Pada Bank Rakyat Indonesia**

Pada tabel 4.15 hasil dari uji f menunjukkan hasil  $F_{hitung}$  untuk variabel Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi *Mobile Banking* mendapatkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 6.856 lebih besar dari  $F_{tabel}$  3.35 dan taraf nilai signifikansinya 0.004 lebih kecil dari 0.05. Dengan begitu, bisa disimpulkan bahwa variabel Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap

---

<sup>4</sup> Muhammad Farhan Madani, "Pengaruh Kualitas Informasi dan Kinerja Layanan Aplikasi *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Pengguna (Studi pada Pengguna Aplikasi *Brimo*)", Skripsi, 2022

variabel Minat menggunakan *mobile banking*. Koefisien variabel Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi *mobile banking* pada BRI sebesar 0.288 artinya jika variabel Kualitas Informasi mengalami kenaikan 1% maka minat mahasiswa akan mengalami kenaikan sebesar 0.288 dan koefisien tersebut bernilai positif sehingga terjadi hubungan positif antara Kualitas Informasi terhadap Minat mahasiswa menggunakan *mobile banking* pada BRI.

**g. Perbandingan Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi terhadap Minat Mahasiswa menggunakan *Mobile Banking* pada Bank Syariah Indonesia dan Bank Rakyat Indonesia**

Bedasarkan tabel 4.18 hasil dari uji statistik *man whitney* pada penelitian ini menunjukkan bahwa hasil Asymp. Sig.(2-taled) sebesar 0.000 lebih kecil dari nilai signifikansi 5% atau 0.05 sehingga bisa disimpulkan bahwa terdapat perbedaan tingkat Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi *mobile banking* terhadap Minat mahasiswa pada Bank Syariah Indonesia dengan Bank Rakyat Indonesia. Sedangkan pada tabel 4.19 hasil uji *man whitney* rangking diperoleh nilai Mean Rank (rata-rata) atau nilai Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi *mobile banking* terhadap minat mahasiswa pada Bank Syariah Indonesia sebesar 16.72 atau sebesar 16% dengan jumlah responden 30 orang, kemudian nilai Mean Rank (rata-rata) pada Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi *mobile banking* terhadap Minat mahasiswa pada Bank Rakyat Indonesia sebesar 44.28 atau setara dengan 44% dengan jumlah responden sebanyak 30 orang. Dengan ini bisa

disimpulkan bahwa Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi terhadap Minat mahasiswa tertinggi dimiliki oleh Bank Rakyat Indonesia dan Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi *mobile banking* terhadap Minat mahasiswa terendah dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia.

Hal ini tidak sejalan dengan penelitian Muhammad Zulfan Jamalu Ramadhan dan Vemy Suci Asih yang menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan diantara Layanan *Mobile Banking* BRI Syariah dan BSI.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Muhammad Zulvan Jamalu Ramadhan dan Vemy Suci Asih, “*Studi Komparatif: Kualitas Layanan Mobile Banking BRI Syariah dan Bank Syariah Indonesia*”, Indonesian Journal of Economics and Management, 2021, 582.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian Studi Komparatif Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi terhadap Minat menggunakan *mobile banking* pada mahasiswa perbankan syariah IAIN Curup angkatan 2019, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan *mobile banking* tidak berpengaruh terhadap Minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia yang dibuktikan dengan nilai  $T_{hitung}$  sebesar  $-3.215 <$  dari nilai  $T_{tabel}$  sebesar 2.048.
2. Kualitas Informasi *mobile banking* berpengaruh secara signifikan terhadap Minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia yang dibuktikan dengan nilai  $T_{hitung}$  sebesar  $7.534 >$  dari nilai  $T_{tabel}$  sebesar 2.048.
3. Kualitas Layanan *mobile banking* tidak berpengaruh terhadap Minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank Rakyat Indonesia yang dibuktikan dengan nilai  $T_{hitung}$  sebesar  $-0.432 <$  dari nilai  $T_{tabel}$  2.048.
4. Kualitas Informasi *mobile banking* berpengaruh secara signifikan terhadap Minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank Rakyat Indonesia yang dibuktikan dengan nilai  $T_{hitung}$  sebesar  $3.661 >$  dari nilai  $T_{tabel}$  sebesar 2.048.

5. Secara simultan Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia terhadap Minat mahasiswa dengan nilai sig 0.000 berpengaruh positif dan signifikan. Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi *mobile banking* pada Bank Rakyat Indonesia terhadap Minat mahasiswa dengan nilai sig 0.004 berpengaruh positif dan signifikan, yang berarti semakin meningkat Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia dan Bank Rakyat Indonesia akan meningkatkan Minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking*.
6. Terdapat perbedaan tingkat kualitas layanan dan kualitas informasi *mobile banking* terhadap minat mahasiswa pada Bank Syariah Indonesia dengan Bank Rakyat Indonesia dibuktikan dengan hasil dari uji statistik *man whitney* menunjukkan bahwa Asymp. Sig.(2-tailed) sebesar 0.000 lebih kecil dari nilai signifikansi 5% atau 0.05. Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi *mobile banking* terhadap Minat mahasiswa yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia memiliki nilai 16.72 (16%) yang nilainya lebih rendah dibandingkan dengan Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi *mobile banking* terhadap Minat mahasiswa pada Bank Rakyat Indonesia dengan nilai sebesar 44.28 (44%).

## **B. Saran**

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya, maka penulis menyadari masih terdapat banyak kesalahan dan kekeliruan yang ada pada penelitian ini. Namun dengan penelitian ini, diharapkan bisa memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi pembacanya.
2. Diharapkan untuk Bank Syariah Indonesia dan Bank Rakyat Indonesia dapat mengembangkan Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi *mobile banking* serta mempertahankan dalam Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi *mobile banking* supaya memberikan layanan terbaik kepada nasabah dimasa mendatang.
3. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk memperluas cakupan responden yang digunakan supaya memperoleh hasil yang lebih akurat sehingga nantinya hasil penelitian yang dilakukan bisa menjadi rujukan pada penelitian selanjutnya serta menjadi masukan instansi terkait dalam meningkatkan Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Ghozali, Imam. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 25". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. (2018).
- Indrasari, Meithiana. "Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan". Jawa Timur: Unitomo Press. (2019).
- Irianto, H. Agus. "Statistik Konsep Dasar: Aplikasi Dan Pengembangannya". (2019).
- Mulyana, Rahman. "Birokrasi dan Pelayanan Publik". Sumedang: UNPAD PRESS. (2016).
- Sudaryono. "Metode Penelitian Pendidikan". Jakarta: Kencana. (2016).
- Sugiyono. "Metode Penelitian Kombinasi". Bandung: Alfabeta. (2018).
- Sugiyono. "Statistik Nonparametris untuk Penelitian". Bandung. Alfabeta. (2018)

### Jurnal:

- Akob, Rezki Arianty & Zulfikry Sukarno. "Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN di Makassar". *Jurnal Maksipreneur*. Vol. 11, No. 2 (2022)
- Andespa, Roni. "Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Industri Perbankan Syariah Dengan Konvensional". *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*. Vol. 1, No.1 (2016)
- Astuti, Yulia Windi & Ratno Agriyanto dan Ahmad Turmudzi. "Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan *Mobile Banking* Syariah". *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Vol. XIX, No. 3 (2020)
- Atmaja, Jaka. "Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB". *Jurnal Ecodemica*. No. 1 (2018)  
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/ecodemica/article/view/2713/>
- Cahyani, Muhammad. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Perilaku Konsumen Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Jasa Outsourcing PT. Swabinagatra Di Gersik". *Gema Jurnal Fakultas Ekonomi*. Vol. 4, No. 2 (2015)

- Cahyani, Putri Dwi. “Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah Di Yogyakarta”. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. no. 2 (2016) <https://doi.org/10.15408/ess.v6i2.3570/>
- Cholid, H. Abdul dan Irwan Misbach. “Perbandingan Kualitas Layanan Bank Syariah dan Bank Konvensional. *Agrisociomics: Jurnal Keuangan dan Perbankan*. no. 1 (2016) <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jkdp/article/view/157/>
- Dirwan & Ayu Pertiwi. “Pengaruh Kenyamanan dan Kemudahan Penggunaan Fasilitas ATM BNI Taplus Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Utama Makassar”. *AkMEN Jurnal Ilmiah*. Vol. 15, No. 2 (2018)
- Febrianta, Andika. “Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA Di Kota Bandung”. *E-Proceeding of Management*. Vol. 3, No. 3 (2016) <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/3194/3027>
- Hamka, Nurul Istiqamah & Fotriani Latief dan Ali Murdhani Ngandoh. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* pada PT Bank Syariah Indonesia Cabang Makassar”. *Jurnal NMaR Nobel Management*. Vol. 3, No. 3 (2022)
- Mahendra, Thatit. Mint Individu Terhadap Penggunaan *Mobile Banking*: Pendekatan *Modified Technology Acceptance (TAM)* dan *Theory of Planned Behavior (TPB)*. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/download/1144/1053>
- Mukhtisar, Ismail & Evriyenni. Pengaruh efisiensi, keamanan dan kemudahan terhadap Minat Nasabah bertransaksi menggunakan *Mobile Banking*. *Global Journal of Islamic Banking and Finance*. Vol. 3, No. 1.
- Niffilayani, Anita. Faktor-Faktor yang Menarik Minat Nasaah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* (Studi pada PT Bnak BNI Syariah KCP Taba Jemekeh Lubuklinggau). <https://e-journal.iai-al-azhaar.ac.id/index.php/iqtishaduna/article/download/416/325/702>
- Nurdin dkk. “Pengaruh Pelayanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)”. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*. Vol. 2, No. 1 (2020) <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2il.24.87-104>
- Nurchahyo, Bagus. “Analisis Dampak Penciptaan Brand Image dan Efektifitas Word Of Mouth Pada Penguatan Keputusan Pembelian Produk Fashion”. *e-Jurnal Nusamba*. Vol. 1 (2018)

- Rachmawati & Bayu Arie. “Analisis Deskripsi Pada Dimensi Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) erhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah”. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*. Vol. 7, No. 6 (2020)
- Rongiyati, Sulasi. “Pengembangan Perbankan Syariah Melalui Pelaksanaan Kewajiban Pemisah Unit Usaha Syariah”. Vol. 6, No. 1 (2015)
- Safitri, Dinar Dhea & Nur Diana. “Pengaruh Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Pengguna Pada Minat Menggunakan Dompot Elektronik dalam Transaksi Keuangan”. *E-JRA*. Vol. 09, No. 05 (2020)
- Samsul & Ismawati. “Tingkat Pemahaman Mahasiswa Terhadap Produk-Produk Perbankan Syariah”. *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah*. Vol. 4, No. 1 (2020)
- Suhiryo, Danang & Ahsin Daroini. “Efektifitas Penggunaan Layanan Digital *Banking connect* dalam Merespon Kebutuhan Nasabah”. *Jurnal Otonomi*. Vol. 23, No. 1 (2023)
- Sumantri, Bagja. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat dan Kepuasan Menjadi Nasabah di Bank Syariah”. *Jurnal ekonomia*. no. 2 (2014)
- Muhammad Tho’in. “Pengaruh Faktor-Faktor Jasa terhadap Kepuasan Nasabah di Baitul Mal Wat Tanwil (BMT) Tekun Karanggede Boyolali”. Muqtasid: *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*. vol. 2, no. 1 (2011) <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v2i1.73-89>
- Utomo, Listanto Tri & Yusaq Tomo Ardianto dan Nanik Sisharini. “Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan, Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akademik Universitas Merdeka Malang”. *Jurnal Teknologi & Manajemen Informatika*. Vol. 3, No. 2 (2017)
- Wardhana, Aditya. “Pengaruh Kualitas Layanan mobile banking (m-banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Di Indonesia”. *DeReMa: Jurnal Manajemen*. No. 2 (2015)

Skripsi:

- Anatiya, Resti. “*Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking dengan Attitude Toward Using Sebagai Variabel Intervening (studi pada masyarakat kota Bandar Lampung)*”. Skripsi. Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. (2021).

- Ahla, Baiq Hilwiyatul. “*Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Depok*”. Skripsi. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. (2022).
- Fijriani, Yuyul. “*Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Kas Unismuh Alauddin*”. Skripsi. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar. (2018).
- Fikriyah, Dina. “*Perbandingan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Antara Bank Muamalat Cabang Makassar dan Bank BSI Cabang Makassar Pannampu*”. Skripsi. Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. (2022).
- Harish, Irfan Nurahman. “*Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah*”. Skripsi. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. (2017).
- Karomilah, Mila. “*Pengaruh Layanan E-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah BNI Syariah Cabang Pembantu Bintaro-Kebayoran Arcade*”. Skripsi. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. (2015).
- Misbach, Irwan. “*Perbandingan Kualitas Layanan Bank Syariah dan Bank Konvensional (Pendekatan Model PBZ)*”. Skripsi. Makassar: UIN Alauddin Makassar. (2014).
- Pranantha. Elsandro Yoga. “*Pengaruh Kualitas Layanan dan Fitur Produksi BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kabupaten Sleman*”. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia. (2021).
- Putri, Ade Intan Yonata. “*Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking*”. Skripsi. Metro: Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro. (2022).
- Saputri, Dara. “*Pengaruh Kemudahan Daya Guna, Kenyamanan, Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Pengguna Mobile Banking Pada PT Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tanjung Karang*”. Skripsi. Lampung: UIN Raden Intan Lampung. (2017).
- Setyawan, Anfar Adi. “*Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Kualitas Layanan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Fitur Pembayaran E-Commerce pada Bank Syariah Indonesia*”. Skripsi. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. (2024).
- Wulandari, Susita. “*Strategi Pemasaran Baitul Mal Wat Tanwil (BMT) PAT Sepakat Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Curup*”. Skripsi. Curup: IAIN Curup. (2019).

Zakiah, RafiqtuZ. *“Analisis Perbandingan Minat Menabung Pada Tabungan Antara Bank Syariah dan Konvensional”*. Skripsi. Bengkulu: IAIN Bengkulu. (2019).

Website:

BRImo. “Bank BRI Melayani Dengan Sepenuh Hati”, diakses 23 Januari 2024, <https://www.bri.co.id>

BRI Mobile Banking. “Promo BRI”, diakses 23 Januari 2024 <https://www.promo.bri.co.id>

BSI Mobile. “BSI Mobile on the App Store”, diakses 21 Januari 2024, <https://apps.apple.com/id/app/bsi-mobile/id1410072458>

CANTARA. “”Mengenal Aplikasi BRIMO? Fitur, keunggulan dan Penggunaan!”, diakses 23 Januari 2024, <https://cantara.id/mengenal-aplikasi-brimo>

CNN Indonesia Ekonomi. “Punya Tampilan Baru, Transaksi Digital BRImo Lebih Praktis”, diakses 23 Januari 2024 <https://www.cnnindonesia.com>

Detiknews. “BSI Mobile, Sahabat Umat”, diakses 23 Januari 2024, <https://news.detik.com>

DQLab. “Contoh Teknik Analisis Data Kuantitatif, Pemula Wajib Tahu”, diakses 30 Januari 2023, <https://www.dqlab.id/contoh-teknik-analisis-data-kuantitatif>

Liputan6. “Kaya Akan Fitur, BRImo Jadi Aplikasi mobile Banking dengan Rating Terbaik di Indonesia”, diakses 23 Januari 2024, <https://www.liputan6.com>

Sejarah Perseroan. “Bank Syariah Indonesia”, diakses 21 Januari 2024, <https://www.ir.bankbsi.co.id>

**L  
A  
M  
P  
I  
R  
A  
N**

## KUESIONER PENELITIAN

### “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan *Mobile Banking* (Studi kasus perbandingan pada BSI dengan BRI)”

#### Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

#### Petunjuk pengisian

Kuesioner penelitian ini terdiri dari beberapa bagian, pada tiap bagian berisi beberapa sub bagian dan masing-masing sub bagian berisi butir pertanyaan. Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut, responden diminta untuk memberi tanda ( ) pada salah satu kotak yang tersedia.

Keterangan:

SS	:	Sangat Setuju
S	:	Setuju
N	:	Netral
TS	:	Tidak Setuju
STS	:	Sangat Tidak Setuju

#### Kualitas Layanan

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Nasabah bisa dengan mudah bertransaksi menggunakan <i>mobile banking</i>					
2.	<i>Mobile banking</i> bisa digunakan selama 24 jam					
3.	<i>Mobile banking</i> bisa digunakan dimana saja					
4.	Menggunakan layanan <i>mobile banking</i> tidak perlu mengantri					
5.	<i>Mobile banking</i> memberikan pelayanan sesuai dengan yang diinginkan					

6.	Bank memberikan keamanan dan menjaga kerahasiaan saat bertransaksi dengan layanan <i>mobile banking</i>					
7.	Aplikasi <i>mobile banking</i> bisa diakses dengan cepat					
8.	Saya merasa puas terhadap keberagaman fitur layanan yang tersedia pada <i>mobile banking</i>					
9.	Saya bisa melakukan transaksi non tunai, seperti transfer, cek saldo, pembayaran tagihan (briva), pembelian pulsa, pembelian paket data internet dan lainnya					
10.	<i>Mobile Banking</i> terus menyempurnakan layanan perbankan untuk menambah kenyamanan nasabah					
11.	Sistem keamanan pada <i>mobile banking</i> bisa diandalkan					
12.	Saya merasa menggunakan <i>mobile banking</i> sangat praktis					
13.	<i>Mobile banking</i> menyediakan layanan perbankan yang real					
14.	Layanan <i>mobile banking</i> memungkinkan untuk bertransaksi lebih cepat					
15.	Layanan <i>mobile banking</i> bermanfaat bagi saya					
16.	Aplikasi <i>mobile banking</i> aman digunakan untuk bertransaksi					
17.	Aplikasi <i>mobile banking</i> mudah dipahami pengoperasiannya					
18.	Aplikasi <i>mobile banking</i> berperan penting untuk transaksi perbankan					
19.	Dengan menggunakan <i>mobile banking</i> bisa meningkatkan efisiensi dalam memanfaatkan layanan perbankan					
20.	Dengan menggunakan <i>mobile banking</i> bisa membuat transaksi yang saya lakukan menjadi lebih akurat					



### Kualitas Informasi

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Tampilan pada aplikasi <i>mobile banking</i> didesain secara jelas, menarik dan informatif					
2.	Informasi yang diberikan layanan <i>mobile banking</i> bisa dipercaya dan diandalkan					
3.	Informasi yang diberikan layanan <i>mobile banking</i> tepat waktu sesuai dengan pengguna informasi					
4.	Layanan <i>mobile banking</i> sangat membantu memperoleh informasi secara cepat					
5.	Informasi yang diberikan sesuai dengan yang dibutuhkan					
6.	Informasi yang diberikan mempunyai nilai manfaat untuk pemakainya					
7.	Informasi memiliki tingkat relativitas					
8.	Informasi yang diberikan secara lengkap dan berkualitas					
9.	Informasi yang lengkap akan memudahkan dalam pengambilan keputusan					
10.	Informasi yang diberikan mampu mencakup seluruh informasi yang dibutuhkan					
11.	Kelengkapan suatu informasi akan memberikan kepuasan terhadap pengguna					
12.	Penyajian informasi dalam bentuk yang tepat sehingga mudah untuk dipahami					
13.	Dengan menggunakan <i>mobile banking</i> saya bisa mengakses berbagai informasi terkait transaksi perbankan saya					
14.	Penyajian atau format informasi yang disediakan <i>mobile banking</i> tidak rumit ketika digunakan oleh pengguna					
15.	Kemudahan pengguna memperoleh informasi					

## Minat

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya sangat senang menggunakan layanan <i>mobile banking</i> karena bisa melakukan berbagai transaksi tanpa pergi ke Bank					
2.	Saya ingin menggunakan <i>mobile banking</i> untuk memenuhi kebutuhan transaksi					
3.	Saya berencana akan terus menggunakan <i>mobile banking</i> untuk menangani transaksi dimasa depan					
4.	Saya berminat menggunakan aplikasi <i>mobile banking</i> pada beberapa kepentingan transaksi					
5.	Saya minat menggunakan layanan <i>mobile banking</i> karena proses aktivitasnya mudah untuk dilakukan					







No Responden	Minat					Total
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
1	4	4	4	4	4	20
2	4	4	4	4	4	20
3	4	4	3	4	4	19
4	4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	4	20
6	4	5	3	4	3	19
7	3	4	4	5	5	21
8	4	4	4	4	4	20
9	4	4	4	4	4	20
10	4	3	4	4	5	20
11	4	4	3	3	4	18
12	5	5	5	4	5	24
13	4	4	4	3	4	19
14	5	5	5	4	5	24
15	5	5	5	5	5	25
16	5	5	5	5	5	25
17	4	4	4	4	4	20
18	4	4	4	4	4	20
19	5	5	3	4	5	22
20	5	5	5	5	5	25
21	4	4	4	5	4	21
22	4	5	4	4	5	22



11	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	95
12	4	3	4	3	4	3	2	4	3	3	4	2	3	3	4	3	4	3	2	3	64
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
14	5	4	5	5	4	5	5	4	3	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	89
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	95
16	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	95
17	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	99
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	99
19	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	97
20	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	98
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	93
23	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	94
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	96
25	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	97
26	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	96
27	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	97
28	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	97
29	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	85
30	5	5	4	5	4	5	4	3	5	3	3	5	4	5	5	4	4	4	5	4	86





23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	69
24	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	71
25	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	68	
26	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	69	
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	74
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	72
29	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	68	
30	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	55

No Responden	Minat					Total
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
1	5	5	5	5	5	25
2	5	5	5	5	5	25
3	5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	4	5	24
5	5	5	5	5	5	25
6	5	5	5	5	5	25
7	5	5	5	5	5	25
8	5	5	5	5	5	25
9	5	5	5	5	5	25
10	4	5	5	4	5	23
11	5	5	5	5	5	25
12	4	5	5	5	5	24

13	5	5	5	5	5	25
14	4	4	5	5	5	23
15	5	5	5	5	5	25
16	5	5	5	5	5	25
17	5	5	5	5	5	25
18	5	5	5	5	5	25
19	5	5	5	5	5	25
20	5	5	5	5	5	25
21	5	5	5	5	5	25
22	5	5	5	5	5	25
23	4	5	5	5	5	24
24	5	4	4	4	4	21
25	4	4	4	5	5	22
26	4	5	5	5	5	24
27	5	5	5	5	5	25
28	4	4	4	5	5	22
29	5	5	5	5	5	25
30	4	4	4	4	3	19



x 1.4	Pears on Corre lation Sig. (2- tailed ) N	.4 4 5*	.4 7 8**	.4 1 5*	1	.7 0 5*	.5 8 8*	.5 5 9*	.6 6 0*	.5 4 9*	.6 9 9*	.4 5 0*	.6 3 8*	.6 3 6*	.4 7 1*	.5 2 3*	.4 4 4*	.4 0 5*	.1 2 2	.6 1 3*	.7 2 4*
x 1.5	Pears on Corre lation Sig. (2- tailed ) N	.6 4 9*	.5 9 9**	.4 9 4**	.7 0 5*	.7 4 6*	.5 8 2*	.7 3 4*	.7 4 0*	.8 0 9*	.5 2 3*	.8 5 2*	.8 2 9*	.5 4 9*	.7 7 4*	.3 4 5	.5 6 2*	.4 2 4*	.3 1 8	.7 7 8*	.8 7 0*
x 1.6	Pears on Corre lation Sig. (2- tailed ) N	.4 0 1*	.5 6 7**	.3 0 1	.5 8 6*	.7 4 1	.5 8 7*	.7 3 1*	.6 1 0*	.6 5 8*	.5 2 2*	.7 7 0*	.6 4 6*	.3 9 6*	.6 3 4*	.1 8 8	.5 6 1*	.3 7 5*	.2 1 9	.4 3 3*	.7 4 9*
x 1.7	Pears on Corre lation Sig. (2- tailed ) N	.4 2 5*	.4 5 0*	.5 0 7**	.5 5 8*	.5 8 7*	.5 8 1	.3 8 5*	.4 1 6*	.7 0 3*	.4 0 9*	.6 4 5*	.4 6 7*	.5 7 1*	.5 8 4*	.6 8 1*	.4 1 2*	.5 0 3*	.5 0 5*	.5 0 5*	.7 3 1*

x 1. 8	Pears on Corre lation Sig. (2- tailed ) N	.6 8 6*	.5 8 6**	.5 4 3**	.6 6 0*	.7 3 4*	.7 3 9*	.5 8 5*	1	.7 6 4*	.7 8 1*	.6 1 7*	.8 2 5*	.7 4 0*	.5 3 5*	.6 7 4*	.4 8 4*	.5 2 1*	.4 9 9*	.3 1 8	.8 2 1*	.8 7 8*
x 1. 9	Pears on Corre lation Sig. (2- tailed ) N	.7 0 2*	.6 6 2**	.5 9 2**	.4 4 9*	.7 4 0*	.6 1 0*	.3 1 6	.7 6 4*	1	.8 2 4*	.3 5 9	.8 4 6*	.6 9 9*	.4 8 7*	.7 6 4*	.2 9 5	.4 3 1*	.4 3 1*	.1 6 2	.6 4 *	.7 9 2*
x 1. 0	Pears on Corre lation Sig. (2- tailed ) N	.5 9 6*	.6 1 9**	.4 8 8**	.6 9 9*	.8 0 9*	.6 5 8*	.4 0 9*	.7 1 *	.8 2 *	1	.5 4 7*	.8 5 *	.7 2 3*	.5 5 2*	.6 4 3*	.3 8 2*	.4 2 6*	.5 0 7*	.2 2 2	.7 4 3*	.8 3 *
x 1. 1	Pears on Corre lation Sig. (2- tailed ) N	.4 4 0*	.3 8 6*	.3 9 0*	.4 5 0*	.5 2 3*	.5 2 3*	.7 2 *	.6 1 7*	.3 5 9	.5 4 7*	.4 6 3*	.6 8 *	.4 1 3*	.4 9 9*	.5 4 6*	.4 8 *	.4 8 1*	.3 9 3*	.5 0 *	.5 3 8*	.7 0 5*









x 1. 2	Pears on Corre lation Sig. (2- tailed ) N	.2 9 1	.2 3 7	.4 0 9*	.2 0 1	.3 3 0	.5 1 1*	.1 9 8	.6 2 2*	.4 0 0*	.3 6 5*	.3 8 8*	.4 3 4*	.2 5 5	.2 7 5	.5 4 5*	.3 2 8	.4 0 4*	.6 2 2*	.3 6 4*	.5 7 2*
x 3	Pears on Corre lation Sig. (2- tailed ) N	.4 6 6*	.2 3 7	.5 2 9*	.3 3 3	.4 3 8*	.5 1 1*	.4 4 6*	.2 8 9	.7 1 1*	.4 8 4*	.2 9 1	.6 3 4*	.3 6 4*	.2 7 5	.5 4 5*	.4 8 2*	.4 0 4*	.2 5 6	.4 7 3*	.6 2 7*
x 4	Pears on Corre lation Sig. (2- tailed ) N	.6 1*	.4 0 9*	.5 2 9**	.2 9 8	.6 9 2*	.7 2 5*	.3 7 4*	.5 4 6*	.6 2 6*	.3 1 5	.4 5 9*	.7 5 8*	.8 2 6*	.4 7 3*	.5 9 0*	.5 2 4*	.5 7 3*	.5 7 1*	.7 2 3*	.8 0 9*
x 5	Pears on Corre lation Sig. (2- tailed ) N	.1 5 0	.2 0 1	.3 3 3	.2 9 8	.3 6 0	.4 8 4*	.6 5 2*	.4 7 1*	.4 8 5*	.2 7 5	.0 5 0	.4 8 3*	.1 8 8	.2 3 3	.4 7 1*	.4 7 2*	.2 0 9	.3 5 9	.5 6 9*	.5 2 9*

x 1.6	Pears on Corre lation Sig. (2- tailed ) N	.4 6 8*	.3 3 0	.4 3 8*	.6 9 2*	.3 6 0	1	.6 8 6*	.4 9 3*	.5 3 6*	.5 3 2*	.4 0 0*	.3 7 0*	.6 2 2*	.5 8 6*	.5 0 7*	.4 5 3*	.4 4 8*	.4 4 4*	.4 3 4*	.5 8 6*	.7 2 1*
x 1.7	Pears on Corre lation Sig. (2- tailed ) N	.6 4 4*	.5 1 1**	.5 1 1**	.7 2 5*	.4 8 4*	.6 8 6*	1	.6 2 2*	.4 8 4*	.7 6 3*	.3 5 9	.3 5 8	.7 3 9*	.5 8 6*	.3 9 5*	.6 1 4*	.5 6 8*	.6 5 0*	.6 1 3*	.6 5 9*	.8 3 3*
x 1.8	Pears on Corre lation Sig. (2- tailed ) N	.2 5 5	.1 9 8	.4 4 6*	.3 7 4*	.6 5 2*	.4 9 3*	.6 2 2*	1	.4 5 5*	.7 6 6*	.6 6 1*	.1 4 2	.6 8 3*	.3 1 9	.2 2 9	.5 9 7*	.7 3 4*	.4 7 2*	.3 0 3	.6 3 8*	.6 9 1*
x 1.9	Pears on Corre lation Sig. (2- tailed ) N	.3 8 2*	.6 2 2**	.2 8 9	.5 4 6*	.4 7 1*	.5 3 6*	.4 8 4*	.4 6 5*	1	.4 1 6	.3 8 5*	.2 9 7	.6 1 3*	.4 8 2*	.4 6 3*	.5 3 0*	.5 2 5*	.3 1 8	.5 1 1*	.5 7 2*	.6 8 2*





x 1. 1	Pears on Corre lation	.38	.40	.44	.57	.20	.44	.65	.47	.31	.72	.49	.46	.63	.69	.46	.54	.68	.69	.76
	Sig. (2- tailed )	.03	.02	.02	.00	.26	.01	.00	.00	.08	.00	.00	.01	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x 1. 9	Pears on Corre lation	.37	.62	.25	.57	.35	.43	.61	.30	.51	.50	.28	.48	.57	.50	.40	.51	.57	.69	.70
	Sig. (2- tailed )	.07	.00	.17	.00	.05	.01	.00	.10	.00	.00	.23	.00	.00	.02	.00	.00	.00	.00	.00
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x 2. 0	Pears on Corre lation	.50	.36	.47	.72	.52	.58	.65	.67	.57	.74	.54	.33	.83	.71	.54	.67	.88	.69	.70
	Sig. (2- tailed )	.00	.04	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.07	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
to ta l_ x 1	Pears on Corre lation Sig. (2- tailed )	.60	.57	.62	.80	.52	.72	.83	.69	.68	.87	.62	.54	.94	.76	.62	.84	.82	.76	.72
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Kualitas Informasi *mobile banking* BSI

Correlations

	x2. 1	x2. 2	x2. 3	x2. 4	x2. 5	x2. 6	x2. 7	x2. 8	x2. 9	x2. 10	x2. 11	x2. 12	x2. 13	x2. 14	x2. 15	total_x2
x2. Pearson 1 n Correlation Sig. (2-tailed) N	1 0 30	.72 0** 30	.75 2** 30	.74 2** 30	.59 5** 30	.57 1** 30	.58 3** 30	.55 7** 30	.62 2** 30	.62 8** 30	.57 3** 30	.33 2 30	.59 5** 30	.51 6** 30	.47 8** 30	.75 5** 30
x2. Pearson 2 n Correlation Sig. (2-tailed) N	.72 0** 30	1 0 30	.77 2** 30	.74 0** 30	.64 3** 30	.31 6 30	.44 1* 30	.74 0** 30	.50 8** 30	.75 0** 30	.40 0* 30	.58 4** 30	.64 3** 30	.64 3** 30	.32 7 30	.72 9** 30
x2. Pearson 3 n Correlation Sig. (2-tailed) N	.75 2** 30	.77 2** 30	1 0 30	.92 2** 30	.67 9** 30	.61 7** 30	.76 4** 30	.72 4** 30	.71 9** 30	.70 5** 30	.70 7** 30	.42 8* 30	.76 0** 30	.63 2** 30	.70 8** 30	.88 9** 30
x2. Pearson 4 n Correlation Sig. (2-tailed) N	.74 2** 30	.74 0** 30	.92 2** 30	1 0 30	.73 6** 30	.59 5** 30	.82 9** 30	.70 8** 30	.69 1** 30	.76 5** 30	.76 7** 30	.46 4** 30	.82 4** 30	.68 5** 30	.76 7** 30	.91 8** 30
x2. Pearson 5 n Correlation	.59 5**	.64 3**	.67 9**	.73 6**	1 0	.66 9**	.60 5**	.63 1**	.69 1**	.66 8**	.52 5**	.46 4**	.64 8**	.77 0**	.50 1**	.79 3**





x2. Pearson																		
11 n	.57	.40	.70	.76	.52	.70	.79	.66	.81	.70	1	.50	.84	.58	.85	.86		
Correlation	3**	0*	7**	7**	5**	8**	5**	8**	3**	8**		7**	8**	2**	5**	1**		
Sig. (2-tailed)	.00	.02	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00		.00	.00	.00	.00	.00		
	1	8	0	0	3	0	0	0	0	0		4	0	1	0	0		
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x2. Pearson																		
12 n	.33	.58	.42	.46	.46	.33	.42	.71	.64	.67	.50	1	.57	.59	.26	.62		
Correlation	2	4**	8*	4**	4**	2	1*	3**	6**	8**	7**		5**	5**	8	5**		
Sig. (2-tailed)	.07	.00	.01	.01	.01	.07	.02	.00	.00	.00	.00		.00	.00	.15	.00		
	3	1	8	0	0	3	0	0	0	0	4		1	1	3	0		
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x2. Pearson																		
13 n	.59	.64	.76	.82	.64	.59	.77	.78	.78	.86	.84	.57	1	.77	.83	.91		
Correlation	5**	3**	0**	4**	8**	5**	3**	5**	0**	1**	8**	5**		0**	4**	8**		
Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00		.00	.00	.00		
	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1		0	0	0		
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x2. Pearson																		
14 n	.51	.64	.63	.68	.77	.51	.61	.71	.63	.72	.58	.59	.77	1	.61	.80		
Correlation	6**	3**	2**	5**	0**	6**	8**	5**	0**	3**	2**	5**	0**		4**	5**		
Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00		.00	.00		
	4	0	0	0	0	4	0	0	0	0	1	1	0		0	0		
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x2. Pearson																		
15 n	.47	.32	.70	.76	.50	.64	.83	.52	.65	.60	.85	.26	.83	.61	1	.80		
Correlation	8**	7	8**	7**	1**	5**	1**	6**	7**	3**	5**	8	4**	4**		3**		
Sig. (2-tailed)	.00	.07	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.15	.00	.00		.00		
	8	7	0	0	5	0	0	3	0	0	0	3	0	0		0		
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
total_																		
x2 Pearson	.75	.72	.88	.91	.79	.74	.85	.84	.88	.86	.86	.62	.91	.80	.80	1		
Correlation	5**	9**	9**	8**	3**	9**	4**	5**	4**	2**	1**	5**	8**	5**	3**			



x2. Pearson 5	n	.40	.15	.33	.40	1	.42	.77	.40	.31	.31	.13	.21	.04	.16	.31	.53
Correlation		0*	5	6	0*		8*	2**	8*	5	5	5	8	1	1	5	2**
Sig. (2-tailed)		.028	.414	.069	.028		.018	.000	.025	.090	.090	.476	.247	.828	.394	.090	.002
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x2. Pearson 6	n	.07	.02	.22	.26	.42	1	.69	.48	.38	.51	.04	.07	-.05	.23	.24	.46
Correlation		5	4	2	4	8*		3**	0**	1*	7**	7	5	7	3	5	5**
Sig. (2-tailed)		.692	.901	.239	.159	.018		.000	.007	.038	.003	.806	.692	.764	.215	.192	.010
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x2. Pearson 7	n	.35	.11	.29	.53	.77	.69	1	.48	.38	.38	.08	.17	.00	.38	.25	.58
Correlation		4	1	7	0**	2**	3**		9**	3*	3*	8	7	0	1*	5	3**
Sig. (2-tailed)		.055	.558	.111	.003	.000	.000		.006	.037	.037	.645	.350	1.000	.038	.173	.001
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x2. Pearson 8	n	.65	.56	.40	.31	.40	.48	.48	1	.69	.32	.17	.13	.22	.45	.20	.64
Correlation		7**	2**	7*	1	8*	0**	9**		9**	5	2	8	4	1*	0	9**
Sig. (2-tailed)		.000	.001	.026	.094	.025	.007	.006		.000	.080	.365	.466	.235	.012	.290	.000
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x2. Pearson 9	n	.54	.59	.70	.54	.31	.38	.38	.69	1	.67	.44	.39	.38	.46	.34	.79
Correlation		2**	8**	8**	2**	5	1*	3*	9**		4**	8*	1*	9*	2*	8	7**
Sig. (2-tailed)		.002	.000	.000	.002	.090	.038	.037	.000		.000	.013	.033	.034	.010	.060	.000
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x2. Pearson 10	n	.39	.45	.70	.39	.31	.51	.38	.32	.67	1	.56	.54	.50	.34	.56	.78
Correlation		1*	5*	8**	1*	5	7**	3*	5	4**		0**	2**	4**	0	5**	4**



total	Pearson																	
al_n		.72	.67	.80	.63	.53	.46	.58	.64	.79	.78	.70	.67	.62	.60	.67		
x2	Correlation	.66**	.88**	.1**	.9**	.2**	.5**	.3**	.9**	.7**	.4**	.6**	.4**	.3**	.1**	.1**		1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.010	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Uji Validitas Minat menggunakan *mobile banking* BSI

**Correlations**

		y1	y2	y3	y4	y5	total_y
y1	Pearson Correlation	1	.680**	.544**	.400*	.596**	.802**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.029	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30
y2	Pearson Correlation	.680**	1	.398*	.418*	.477**	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000		.029	.022	.008	.000
	N	30	30	30	30	30	30
y3	Pearson Correlation	.544**	.398*	1	.654**	.610**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.002	.029		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
y4	Pearson Correlation	.400*	.418*	.654**	1	.539**	.772**
	Sig. (2-tailed)	.029	.022	.000		.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30
y5	Pearson Correlation	.596**	.477**	.610**	.539**	1	.811**
	Sig. (2-tailed)	.001	.008	.000	.002		.000
	N	30	30	30	30	30	30
total_y	Pearson Correlation	.802**	.737**	.829**	.772**	.811**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Uji Validitas Minat menggunakan *mobile banking* BRI

**Correlations**

		y1	y2	y3	y4	y5	total_y
y1	Pearson Correlation	1	.539**	.429*	.207	.229	.656**
	Sig. (2-tailed)		.002	.018	.272	.224	.000
	N	30	30	30	30	30	30
y2	Pearson Correlation	.539**	1	.877**	.351	.565**	.865**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000	.057	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30
y3	Pearson Correlation	.429*	.877**	1	.423*	.644**	.868**
	Sig. (2-tailed)	.018	.000		.020	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
y4	Pearson Correlation	.207	.351	.423*	1	.644**	.664**
	Sig. (2-tailed)	.272	.057	.020		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
y5	Pearson Correlation	.229	.565**	.644**	.644**	1	.792**
	Sig. (2-tailed)	.224	.001	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
total_y	Pearson Correlation	.656**	.865**	.868**	.664**	.792**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Uji Reliabilitas

### Uji Reliabilitas Kualitas Layanan *mobile banking* BSI

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.959	.961	20

Uji Reliabilitas Kualitas Layanan *mobile banking* BRI

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.951	.952	20

Uji Reliabilitas Kualitas Informasi *mobile banking* BSI

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.963	.965	15

Uji Reliabilitas Kualitas Informasi *mobile banking* BRI

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.908	.909	15

Uji Reliabilitas Minat menggunakan *mobile banking* BSI

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.848	.850	5

## Uji Reliabilitas Minat menggunakan *mobile banking* BRI

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.819	.828	5

## Uji Normalitas

### Uji Normalitas K-S Bank Syariah Indonesia

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.14241900
Most Extreme Differences	Absolute	.117
	Positive	.089
	Negative	-.117
Test Statistic		.117
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.



## Uji Normalitas K-S Bank Rakyat Indonesia

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual	
N			30	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		.0000000	
	Std. Deviation		.68999404	
Most Extreme Differences	Absolute		.252	
	Positive		.131	
	Negative		-.252	
Test Statistic			.252	
Asymp. Sig. (2-tailed)			.000 <sup>c</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.038 <sup>d</sup>	
		99% Confidence Interval	Lower Bound	.033
			Upper Bound	.043

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

## Uji Multikolinearitas

### Uji Multikolinearitas BSI

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.212	1.943		4.741	.000		
	kualitas_layanan	-.127	.039	-.549	-3.215	.003	.293	3.408
	kualitas_informasi	.365	.049	1.286	7.534	.000	.293	3.408

a. Dependent Variable: minat

## Uji Multikolinearitas BRI

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
		1	(Constant)	-63.235			10.312	
	kualitas_layanan	6.317	.852	3.702	7.417	.000	.033	30.590
	kualitas_informasi	-.929	.151	-3.064	-6.140	.000	.033	30.590

a. Dependent Variable: minat

## Uji F (Simultan) *mobile banking* BSI

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	126.018	2	63.009	44.949	.000 <sup>b</sup>
	Residual	37.849	27	1.402		
	Total	163.867	29			

a. Dependent Variable: minat

b. Predictors: (Constant), kualitas\_informasi, kualitas\_layanan

## Uji F (Simultan) *mobile banking* BRI

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	24.766	2	12.383	8.791	.001 <sup>b</sup>
	Residual	38.034	27	1.409		
	Total	62.800	29			

a. Dependent Variable: minat

b. Predictors: (Constant), kualitas\_informasi, kualitas\_layanan

### Uji t (Parsial) *mobile banking* BSI

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.212	1.943		4.741	.000
	kualitas_layanan	-.127	.039	-.549	-3.215	.003
	kualitas_informasi	.365	.049	1.286	7.534	.000

a. Dependent Variable: minat

### Uji t (Parsial) *mobile banking* BRI

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.646	3.778		3.347	.002
	x1	-.012	.028	-.070	-.432	.669
	x2	.180	.049	.595	3.661	.001

a. Dependent Variable: y

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) BSI

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.877 <sup>a</sup>	.769	.752	1.184	.769	44.949	2	27	.000

a. Predictors: (Constant), x2, x1

## Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) BRI

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.580 <sup>a</sup>	.337	.288	1.242	.337	6.856	2	27	.004

a. Predictors: (Constant), x2, x1

## Uji Man-Whitney

**Test Statistics<sup>a</sup>**

	minat
Mann-Whitney U	36.500
Wilcoxon W	501.500
Z	-6.115
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000

a. Grouping Variable:  
mobile\_banking

<b>Ranks</b>				
	mobile_banking	N	Mean Rank	Sum of Ranks
minat	BSI	30	16.72	501.50
	BRI	30	44.28	1328.50
	Total	60		



## **BIODATA PENULIS**

**Eka Setiawati**, lahir pada tanggal 6 Juli 2001. Merupakan anak pertama dari 3 bersaudara. Anak dari sepasang suami istri, Wahyudi dan Siti Jamangati. Penulis memulai pendidikannya di Taman Kanak-Kanak Riadini dan menyelesaikannya pada tahun 2006, lalu melanjutkan Pendidikan Sekolah Dasar di SDN 1 Trikarya, Kecamatan Purwodadi, Kabupaten Musi Rawas dan menyelesaikan pada tahun 2012. Kemudian penulis melanjutkan Pendidikannya di SMPN Purwodadi dan tamat 2015 dan melanjutkan Pendidikannya di SMKN Tugumulyo dan menyelesaikan pendidikannya pada tahun 2019, setelah itu penulis melanjutkan pendidikannya S1 ke Perguruan Tinggi Negeri di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup di Program Studi Perbankan Syariah pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.