

Pengaruh Penggunaan *Mobile Banking* Terhadap Minat Nasabah dalam Bertransaksi pada Bank Muamalat KCP Stabat

Iqbal Raihan, Muhammad Arifin Lubis

Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Medan, Indonesia

ireihan88@gmail.com, muhammadarifinlubis@umsu.ac.id

ABSTRACT

This research focuses on discussing the influence of the use of mobile banking offered by Bank Muamalat KCP Stabat on the interests of customers who use mobile banking. The aim of this research is to determine the influence of using mobile banking on customer interest and the magnitude of the influence of using mobile banking on customer satisfaction at Bank Muamalat KCP Stabat. This research uses quantitative data and distributes questionnaires. The method used was Non-Probability sampling with a sample of 97 respondents. Sampling technique with several criteria and considerations. Meanwhile, the analysis method used is the T test (Partial Test). The results of this research show that the F count value is 182.156 > F table 3.09 with a significance level of $0.000 < 0.05$, so the regression model can be used to predict the influence of the Mobile Banking Use Variable (X) on the Customer Interest Variable (Y). The X regression coefficient of 0.803 states that for every 1% increase in the Mobile Banking Usage value, the Customer Interest value increases by 0.803. The regression coefficient is positive, so it can be said that the direction of influence of variable X on Y is positive.

Keywords: *Use of Mobile Banking, Customer Interest*

ABSTRAK

Penelitian ini memfokuskan pembahasan tentang Pengaruh Penggunaan *Mobile Banking* yang ditawarkan Bank Muamalat KCP Stabat Terhadap Minat Nasabah pengguna *mobile banking* tersebut. Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan *mobile banking* terhadap minat nasabah dan besarnya pengaruh penggunaan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Stabat. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dan penyebaran kuesioner. Metode yang digunakan *Non Probability sampling* dengan sampel 97 responden. Teknik pengambilan sampel dengan beberapa kriteria dan pertimbangan. Sedangkan metode analisis yang digunakan yaitu uji T (Uji Parsial). Hasil penelitian ini diketahui bahwa nilai F hitung 182,156 > F tabel 3, 09 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksikan ada pengaruh Variabel Penggunaan *Mobile Banking* (X) terdapat Variabel Minat Nasabah (Y). Koefisien regresi X sebesar 0,803 menyatakan bahwa setiap pertambahan 1% nilai Penggunaan *Mobile Banking*, maka nilai Minat Nasabah bertambah sebesar 0,803. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

Kata Kunci: *Penggunaan Mobile Banking, Minat Nasabah*

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis dalam dunia Perbankan semakin ketat baik di pasar domestik maupun internasional. Bank yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus mampu memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah dibandingkan dengan kompetitornya. Kepercayaan dan kepuasan nasabah menjadi faktor keberhasilan usaha (Zeithalm, Valerie A, Bitner Mary Jo, Gremler, 2013)

Kepuasan nasabah menjadi sangat penting bagi suatu perusahaan, yang dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa Perbankan, di mana pelayanan yang baik memegang peran utama dalam memberikan kepuasan kepada para nasabahnya. Bagi perusahaan Perbankan suatu kepuasan nasabah sangat diperlukan khususnya dalam rangka eksistensi perusahaan tersebut, sehingga nasabah tersebut akan tetap menggunakan jasa perusahaan tersebut. Kepuasan nasabah tidak hanya memberikan keuntungan dalam jangka pendek akan tetapi mampu memberikan keuntungan dalam jangka panjang dan memberikan keunggulan daya saing bagi perusahaan penyedia jasa (Bank). Apabila nasabah selalu merasa pelayanan yang diberikan oleh Bank melebihi harapannya, artinya kecil kemungkinan nasabah beralih ke Bank lain. Nasabah akan cenderung menggunakan kembali Bank yang mampu memberikan pelayanan yang memuaskan dan biasanya akan mempromosikan pelayanan yang didapatkan kepada calon nasabah lain (Darmawan & Ridlwan, 2018).

Kepuasan nasabah adalah prioritas utama dalam dunia Perbankan, karena jika nasabah merasa puas maka nasabah akan selalu memakai produk dan jasa bank tersebut, tetapi jika nasabah tidak merasa puas maka mereka akan meninggalkan produk dan jasa yang telah dipakainya dan mencari produk lain yang dianggap dapat sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Apabila nasabah puas terhadap jasa yang diberikan oleh bank, maka kemungkinan besar jumlah nasabah akan meningkat dan dengan adanya peningkatan tersebut dapat memberikan dampak positif terhadap bank. Tetapi bank yang kurang memperhatikan kepuasan nasabah pasti akan mengalami kegagalan (Nurmaulia & Sunindyo, 2019).

Minat merupakan kesadaran dari diri seseorang terhadap objek, orang, masalah, atau situasi yang memiliki ketertarikan dengan dirinya. Artinya, minat harus dilihat sebagai suatu kesadaran (Griting, R. & Baridwan, Z, P., 2013). Oleh karena itu minat adalah suatu aspek psikologi seseorang untuk menaruh perhatian yang tinggi pada kegiatan tertentu dan mendorongnya untuk melakukan. Minat yang sering diekspresikan dalam suatu kegiatan maka akan semakin kuat, sedangkan apabila tidak tersalurkan maka akan lemah. Untuk itu minat menjadi suatu penyebab terjadinya suatu kegiatan dan hasil yang nantinya akan diperoleh.

Perkembangan *information and communication technology* (ICT) bagi dunia bisnis memudahkan berbagai transaksi perdagangan dapat dengan mudah dengan *cyberspace* melalui *electronic transaction*. Dewasa ini, bank telah memanfaatkan teknologi informasi dalam layanan perbankannya dengan meluncurkan media

layanan transaksi perbankan berbasis teknologi informasi, yaitu *mobile banking* (*m-banking*). Layanan *mobile banking* membuka kesempatan bagi nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui perangkat *headphone* atau *Personal Data Assistant* (PDA).

Mobile banking adalah fasilitas layanan dalam pemberian kemudahan akses maupun kecepatan dalam memperoleh informasi terkini dan transaksi finansial secara *real time*. *Mobile banking* dapat diakses oleh nasabah perorangan melalui ponsel yang memiliki teknologi GPRS. Produk layanan *mobile banking* adalah saluran distribusi bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui teknologi GPRS dengan sarana telepon seluler (ponsel). Perkembangan teknologi informasi yang sedemikian pesat sangat mendukung dalam kecepatan dan kemudahan layanan transaksi perbankan terhadap nasabah.

Bank menyediakan layanan *mobile banking* untuk memenuhi tuntutan dan kebutuhan nasabah sebagai alternatif untuk melakukan transaksi Perbankan. Melalui *mobile banking*, nasabah dapat mengakses produk dan jasa Perbankan dengan menggunakan *smartphone*. Transaksi *m-banking* dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja selama 24 jam tanpa nasabah datang ke Bank atau Anjungan Tunai Mandiri (ATM), kecuali transaksi setoran dan tarik tunai. Dengan adanya fasilitas layanan *mobile banking* yang diberikan pihak Bank Syariah kepada nasabahnya sangat penting agar nasabah dapat bertransaksi kapan saja dan dimana saja tanpa harus mengunjungi bank, sistem pengiriman termurah untuk melakukan layanan perbankan. Keuntungan untuk nasabah termasuk penghematan biaya dan waktu serta manfaat yang didapatkan oleh nasabah. Dengan adanya *smartphone* dan layanan perbankan yang secara *online* maka dapat memudahkan nasabah, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual, artinya kegiatan yang sebelumnya dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, kini dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi gerai bank, hanya dengan menggunakan *smartphone* nasabah dapat menghemat waktu dan biaya (Khumaini, 2022).

Dalam upaya meningkatkan pelayanan tentunya dibutuhkan peran besar teknologi informasi guna mempermudah segala urusan nasabah dengan perbankan. Saat ini tingkat mobilitas dan kesibukan yang semakin meningkat mengakibatkan banyak orang membutuhkan suatu terobosan teknologi yang bisa dengan cepat dan tepat memenuhi kegiatan perbankannya. Pada era tahun 1990-an kita diperkenalkan dengan adanya sistem Perbankan modern yaitu kita diperkenalkan dengan transaksi *Automatic Teller Machine* atau yang lebih sering disingkat dengan ATM. Namun kehadiran ATM saat ini masih dirasa ketinggalan, dimana orang harus mencari keberadaan ATM yang sesuai dengan Bank dimana ia menyimpan uangnya (Faisal Efendi, Fajar Siddiq, 2021).

Sejak munculnya teknologi internet, banyak Bank di seluruh dunia menawarkan layanan internet, misalnya Bank of America, Zenith Bank di Nigeria, Citibank, Nations Bank, dan lain-lain. Bank-bank ini menawarkan pelanggan mereka kenyamanan dan fleksibilitas penggunaan, sehingga berkontribusi pada pertumbuhan Bank dan popularitas *E-Banking*. Saat ini perkembangan dunia

Perbankan di Indonesia dan India mengalami perkembangan pesat, meluasnya teknologi membawa perubahan. Perubahan tersebut terjadi dalam semua bidang intermediasi keuangan dan pasar keuangan seperti *e-finance*, *e-money*, Perbankan elektronik (*E-Banking*), *e-broker*, *e-asuransi*, *e-exchange*, dan bahkan pengawasan elektronik (Sarjiyus et al., 2019).

Bank Muamalat khususnya PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCP Stabat merupakan salah satu usaha dalam industri Perbankan yang tidak lepas dari fenomena perubahan yang timbul dari intensitas persaingan untuk mendapatkan hati pelanggan (nasabah) mereka. Karena saat ini perilaku nasabah Bank di Indonesia tidak mudah untuk ditebak, ada nasabah yang menginginkan suku bunga yang rendah (contoh pinjaman) atau suku bunga yang tinggi (contoh tabungan, giro dan deposito), biaya administrasi yang rendah dan ada pula nasabah yang menginginkan transaksi keuangan yang cepat, efisien, nyaman dan mudah dalam bertransaksi, kapan pun, dan dimana pun (Sinaga et al., 2020).

Saat ini penggunaan teknologi telah berkembang dengan sangat cepat tidak hanya di negara-negara maju tapi juga pada negara-negara berkembang seperti Indonesia. Perkembangan teknologi yang kemudian memunculkan *mobile banking* merupakan alternatif bisnis yang cukup menjanjikan, karena *mobile banking* dipandang memiliki banyak kemudahan bagi kedua belah pihak. Dengan adanya *mobile banking* ini jasa pelayanan Bank kepada nasabah bisa ditingkatkan efisiensinya (Supriyono, 2011).

Mobile Banking merupakan salah satu layanan perbankan yang menerapkan teknologi informasi. Layanan ini menjadi peluang bagi bank untuk menawarkan nilai tambah kepada pelanggan. *Mobile banking* atau biasa disebut *mobile banking* merupakan suatu layanan perbankan yang diberikan oleh bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan. Keefektifan dan keefisienan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi. *Mobile banking* tidak akan berjalan, jika tidak didukung oleh telepon seluler dan internet. Setiap orang yang memiliki ponsel dapat memanfaatkan fasilitas ini, untuk berbagai kemudahan layanan perbankan tersebut, diharapkan nasabah merasa puas dalam menggunakan berbagai macam jasa yang diberikan oleh pihak Bank (Mundir & Lilik Nur Hayati, 2021).

Di Indonesia *Mobile Banking* bukanlah hal yang asing lagi, karena telah menjadi bagian dari inovasi perbankan dalam mengikuti persaingan bisnis global. Oleh karena itu, institusi-institusi perbankan berusaha memberikan kepuasan pelayanan kepada para nasabahnya dengan memberikan fasilitas perbankan, berupa layanan *Mobile Banking* untuk melakukan transaksi atau bisnis.

Tabel 1. Jumlah pengguna *Mobile Banking* Bank Muamalat KCP Stabat

No	Tahun	Jumlah Pengguna Mobile Banking	Keterangan
1	2020	2.880	Naik dari tahun sebelumnya
2	2021	2.989	Naik dari tahun sebelumnya

3	2022	3.275	Naik dari tahun sebelumnya
4	2023	3.388	Naik dari tahun sebelumnya
5	2024	3.583	Naik dari tahun sebelumnya

Sumber : Data Bank Muamalat KCP Stabat, 2024

Bagi Bank, khususnya PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCP Stabat sangat penting sekali untuk mengetahui sejauh mana minat nasabah terhadap layanan *mobile banking* dan apakah dengan adanya layanan ini akan mendatangkan keuntungan bagi nasabah. Karena hal terpenting bagi nasabah adalah kemudahan memperoleh informasi keuangan dan bertransaksi secara *online*, tanpa harus mengunjungi Bank. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Penggunaan *Mobile Banking* Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Pada Bank Muamalat KCP Stabat”**.

TINJAUAN LITERATUR

Mobile banking adalah fasilitas layanan dalam pemberian kemudahan akses maupun kecepatan dalam memperoleh informasi terkini dan transaksi finansial secara *real time*. *Mobile banking* dapat diakses oleh nasabah perorangan melalui ponsel yang memiliki teknologi GPRS. Produk layanan *mobile banking* adalah saluran distribusi bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui teknologi GPRS dengan sarana telepon seluler (ponsel). Perkembangan teknologi informasi yang sedemikian pesat sangat mendukung dalam kecepatan dan kemudahan layanan transaksi perbankan terhadap nasabah (Maulana et al., 2019).

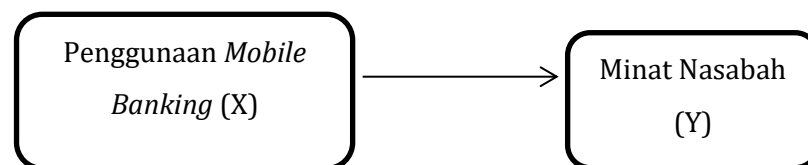
Minat berkaitan dengan sikap dari pengguna. Minat adalah keinginan untuk melakukan perilaku. Menurut Jogiyanto untuk mengetahui penerimaan seseorang terhadap sistem teknologi informasi, dapat diketahui menggunakan konsep model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model* atau TAM), yaitu merupakan suatu model penerimaan sistem teknologi informasi yang digunakan oleh pemakai. TAM dikembangkan oleh Davis et al (1989) berdasarkan model TRA (*Theory of Reasoned Action*). Teori ini digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi informasi. Pemakai teknologi akan mempunyai minat menggunakan teknologi (minat perilaku) jika merasa sistem teknologi mudah dan berguna untuk dirinya. Jadi, semakin tinggi teknologi informasi yang dimiliki dapat meningkatkan minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Menurut Komarudin Minat nasabah merupakan suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen (Dwitya Pratiwi Wulandari, 2018). Ada beberapa tahap dalam proses pengambilan keputusan yang umumnya dilakukan oleh seseorang yaitu pengenalan kebutuhan dan proses informasi konsumen.

Minat nasabah merupakan salah satu aspek psikis manusia yang dapat mendorong untuk mencapai tujuan. Seseorang yang memiliki minat terhadap suatu

objek, cenderung untuk memberikan perhatian atau merasa senang yang lebih besar terhadap objek tersebut, namun apabila objek tersebut tidak menimbulkan rasa senang, maka ia tidak akan memiliki minat pada objek tersebut. Minat dapat diartikan suatu keinginan yang timbul dari suatu perhatian seseorang terhadap barang, benda atau dapat juga dikatakan sebagai dorongan ingin melakukan kegiatan tertentu (Fakhrurozi, Ahmad,. 2022).

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan (Kotler, 2010). Pentingnya kepuasan nasabah berkaitan dengan persaingan yang makin ketat, serta tingkat kerugian dan keuntungan perusahaan. Khusus alasan yang terakhir, keuntungan, memang tidak selalu ditentukan oleh faktor kepuasan nasabah, tetapi juga oleh kepercayaan dan kesetiaan nasabah terhadap suatu produk dan perusahaan. Kepuasan atau ketidakpuasan adalah respons pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan yang setelah pemakaiannya (Setiawan,dkk, 2016).



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Ada beberapa penelitian terdahulu yang membahas tentang tema penelitian ini, diantaranya :

Pertama, (Maulana et al., 2019) dengan judul “Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan *Technology Acceptance Model*”. Hasil penelitian didapatkan variabel persepsi kegunaan penggunaan (X) berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi (Y) dimana koefisiennya adalah 11,127 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,002 dan Koefisien regresi persepsi kegunaan penggunaan (X) sebesar 0,640 menyatakan bahwa setiap pertambahan 1% nilai *Usefulness*, maka nilai Minat bertambah sebesar 0,640. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

Kedua, (Wahyudi et al., 2023) dengan judul “Pengaruh Layanan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Stabat”. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh bahwa Terjadi hubungan positif atau sejalan antara layanan *mobile banking* dengan kepuasan nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Stabat, semakin baik layanan *mobile banking* yang ditawarkan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Stabat maka semakin meningkat juga kepuasan nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Stabat, begitu pun sebaliknya semakin buruk layanan *mobile banking* yang ditawarkan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang

Stabat maka semakin menurun juga kepuasan nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Stabat.

Ketiga, penelitian (Khumaini, 2022) dengan judul “Pengaruh Fasilitas Layanan *Internet Banking* Dan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang”. menemukan hasil bahwa Secara parsial maupun simultan terdapat pengaruh signifikan fasilitas layanan *internet banking* dan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh (Mundir & Lilik Nur Hayati, 2021) dengan judul “Pengaruh Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Syari’ah KCP Malang Pandaan Kabupaten Pasuruan”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Terdapat pengaruh yang signifikan ke arah yang positif antara layanan *mobile banking* terhadap kepuasan Nasabah di BRI Syari’ah KCP Malang Pandaan Kabupaten Pasuruan.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh (Fitroh Abdul Malik, 2021) tentang “Pengaruh Layanan *Mobile Banking* Terhadap Tingkat Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah (Studi Pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati Jakarta Selatan)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Terdapat pengaruh yang signifikan antara layanan *mobile banking* terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah (Studi Pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati Jakarta Selatan).

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian Kuantitatif merupakan suatu pendekatan maupun subyek, sampel serta langkah-langkah penelitian, dan memiliki sumber data yang sudah jelas atau real (Suliyanto, 2017). Metode ini dipakai untuk mengetahui pengaruh penggunaan *mobile banking* terhadap minat nasabah pada Bank Muamalat KCP Stabat.

Populasi Dalam penelitian ini yaitu populasinya para pengguna *Mobile Banking* pada Bank Muamalat KCP Stabat, yakni dengan jumlah populasi sebanyak 3,583 nasabah. Adapun Sampel merupakan bagian dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Penentuan jumlah sampel yang diambil sebagai responden dengan menggunakan rumus Slovin (Ningsih & Tasman, 2020) Sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{N \cdot e^2 + 1}$$

Dimana, N = Jumlah Populasi

n = Jumlah Sampel

e = Persen Kelonggaran

$$n = \frac{N}{N \cdot e^2 + 1}$$
$$n = \frac{3,583}{3,583 \cdot 0,1^2 + 1}$$
$$n = 97$$

Berdasarkan perhitungan Slovin di atas maka, jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 97 nasabah. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* yaitu sampel yang dipilih dari satu populasi dengan menggunakan kriteria atau pertimbangan tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukur (tes) dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu tes dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukur secara tepat atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Artinya hasil ukur dari pengukuran tersebut merupakan besaran yang mencerminkan secara tepat fakta atau keadaan sesungguhnya dari apa yang diukur (S. Azwar, 2020).

Dasar Pengambilan Keputusan

$R_{hitung} > R_{tabel}$ = Valid

$R_{hitung} < R_{tabel}$ = Tidak Valid

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Penggunaan *Mobile Banking* (X)

Item Pertanyaan	R hitung	R tabel 5% (97)	Kriteria
1	0,708	0,199	Valid
2	0,680	0,199	Valid
3	0,701	0,199	Valid
4	0,632	0,199	Valid
5	0,705	0,199	Valid
6	0,713	0,199	Valid
7	0,705	0,199	Valid
8	0,626	0,199	Valid
9	0,642	0,199	Valid
10	0,658	0,199	Valid

Sumber : Data diolah dari SPSS oleh Penulis, 2024

Dari tabel 2 di atas dapat dilihat bahwa dari 10 item pertanyaan Penggunaan *Mobile Banking* (X) dengan total, kemudian dibandingkan dengan *r tabel* (Pada signifikansi 0,05 dan N = 97) menunjukkan nilai *r tabel* yang didapat adalah 0,199 yang memiliki arti setiap pertanyaan dinyatakan Valid.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Minat Nasabah (Y)

Item Pertanyaan	R hitung	R tabel 5% (97)	Kriteria
1	0,701	0,199	Valid
2	0,679	0,199	Valid
3	0,697	0,199	Valid
4	0,699	0,199	Valid
5	0,650	0,199	Valid
6	0,796	0,199	Valid
7	0,639	0,199	Valid
8	0,603	0,199	Valid
9	0,650	0,199	Valid
10	0,796	0,199	Valid

Sumber : Data diolah dari SPSS oleh penulis, 2024

Dari tabel 3 di atas dapat dilihat bahwa dari 10 item pertanyaan Minat Nasabah (Y) dengan total, kemudian dibandingkan dengan *r tabel* (Pada signifikansi 0,05 dan N = 97) menunjukkan nilai *r tabel* yang didapat adalah 0,199 yang memiliki arti setiap pertanyaan dinyatakan Valid.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan salah satu ciri atau karakter utama instrumen pengukuran yang baik. Konsep reliabilitas dalam arti reliabilitas alat ukur berkaitan erat dengan masalah kekeliruan pengukuran. Kekeliruan pengukuran sendiri menunjukkan sejauh mana inkonsistensi hasil pengukuran terjadi apabila dilakukan pengukuran ulang terhadap kelompok subyek yang sama. Sedangkan konsep reliabilitas dalam arti reliabilitas hasil ukur berkaitan erat dengan kekeliruan dalam pengambilan sampel yang mengacu pada inkonsistensi hasil ukur apabila pengukuran dilakukan ulang pada kelompok yang berbeda.

Dasar Pengambilan Keputusan

Alpha > *r tabel* = Konsisten

Alpha < *r tabel* = Tidak konsisten

Tabel 4. Penggunaan Mobil Banking (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.866	10

Tabel 5. Minat Nasabah (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.877	10

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha	R tabel	Kriteria
X	0,866	0,199	Reliabel
Y	0,877	0,199	Reliabel

Sumber : Data diolah dari SPSS oleh penulis, 2024

Hasil uji reliabilitas diperoleh nilai koefisien Penggunaan *Mobile Banking* (X) sebesar 0,866 dan Minat Nasabah (Y) sebesar 0,877 berdasarkan nilai koefisien reliabilitas tersebut dapat disimpulkan bahwa semua angket dalam penelitian ini reliabel atau konsisten.

Uji Normalitas

normalitas Kolmogorov Smirnov merupakan bagian dari uji asumsi klasik. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi $>0,05$, maka nilai residual berdistribusi normal
- Jika nilai signifikansi $<0,05$, maka nilai residual tidak berdistribusi normal

Dari hasil analisis data menggunakan SPSS maka di peroleh hasil sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.75375091
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.078
	Negative	-.082
Test Statistic		.082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.104 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi $0,104 > 0,05$, maka dapat disimpulkan nilai residual berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolineritas adalah pengujian untuk mengetahui ada atau tidak korelasi yang signifikan antara variabel – variabel bebas dalam suatu model regresi linear. Uji ini diperlukan untuk mengetahui adanya kemiripan antara variabel bebas dengan variabel lain dalam suatu model. Kemiripan antar variabel dalam suatu model dapat menyebabkan adanya korelasi yang kuat antar variabel bebas dengan variabel lainnya.

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Penggunaan Mobile Banking	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Dapat disimpulkan bahwa nilai *Tolerance* pada variabel *Penggunaan Mobile Banking* sebesar 1, 000 dan VIF pada *Penggunaan Mobile Banking* sebesar 1, 000. Sesuai dengan hasil tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa model dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Tabel 9. Hasil Uji Heteroskedastitas

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	4.500	1.578		2.851
	Penggunaan Mobile Banking	-.056	.037	-.153	-1.511
					Sig.
					.005
					.134

a. Dependent Variable: absres

Dapat dilihat bahwa nilai Sig. pada variabel Penggunaan *Mobile Banking* (X) dengan nilai Sig. 0,134 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi Pengaruh Penggunaan *Mobile Banking* Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Pada Bank Muamalat KCP Stabat tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linier

Penelitian ini menggunakan regresi linear untuk pembuktian hipotesis penelitian. Analisis ini menggunakan *input* berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner. Hasil pengolahan data dengan menggunakan *Software* SPSS sebagai berikut :

Tabel 10. Hasil Uji Regresi Linier

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	8.879	2.541		3.495
	Penggunaan Mobile Banking	.803	.059	.811	13.497
					Sig.
					.001
					.000

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber : data diolah dari SPSS oleh penulis, 2024

Berdasarkan nilai signifikansi: dari tabel coefficients diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Penggunaan *Mobile Banking* (X) berpengaruh terhadap variabel Minat Nasabah(Y).

Uji Determinasi

Koefisien determinan ini digunakan untuk mengetahui seberapa besarnya persentase hubungan variabel independen terhadap dependen. Besarnya persentase berpengaruh pada semua variabel independen terhadap nilai variabel dependen dapat diketahui dari besarnya koefisien determinasi R^2 persamaan regresi. Angka koefisien determinan dilihat dari hasil perhitungan SPSS sebagai berikut:

Tabel 11. Hasil Uji Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.811 ^a	.657	.654	2.76821

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Mobile Banking

b. Dependent Variable: Minat Nasabah

Data di atas menjelaskan besarnya nilai korelasi / hubungan (R) yaitu sebesar 0,811. Dari *output* tersebut diperoleh koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,654, yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas Penggunaan *Mobile Banking* (X) terhadap variabel terikat Minat Nasabah (Y) adalah sebesar 65,7%.

Uji Parsial (T)

Pada dasarnya uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara parsial dalam menerangkan variasi variabel dependen. menggunakan angka probabilitas signifikan hasil pengolahan data menggunakan *Software* SPSS Statistics dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 12. Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.879	2.541		3.495	.001
	Penggunaan Mobile Banking	.803	.059	.811	13.497	.000

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Diketahui nilai konstan (a) sebesar 8,879, sedangkan nilai Penggunaan *Mobile Banking* (b / koefisien regresi) sebesar 0,803 sehingga persamaan regresinya dapat ditulis:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 8,879 + 0,803X$$

Persamaan tersebut dapat diterjemahkan:

- Konstanta sebesar 8, 879, mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel Minat Nasabah adalah 8, 879.
- Koefisien regresi X sebesar 0,803 menyatakan bahwa setiap pertambahan 1% nilai Penggunaan *Mobile Banking*, maka nilai Minat Nasabah bertambah sebesar 0,803. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui Pengaruh Penggunaan *Mobile Banking* Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Pada Bank Muamalat KCP Stabat secara bersama – sama menggunakan *Software* SPSS Statistics dapat dilihat sebagai beriku :

Tabel 13. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1395.853	1	1395.853	182.156	.000 ^b
	Residual	727.982	95	7.663		
	Total	2123.835	96			

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

b. Predictors: (Constant), Penggunaan Mobile Banking

Dari data di atas diketahui bahwa nilai F hitung 182,156 > F tabel 3, 09 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksikan ada pengaruh Variabel Penggunaan *Mobile Banking* (X) terhadap Variabel Minat Nasabah (Y).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Diketahui bahwa nilai F hitung 182,156 > F tabel 3, 09 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksikan ada pengaruh Variabel Penggunaan *Mobile Banking* (X) terhadap Variabel Minat Nasabah (Y).
2. Koefisien regresi X sebesar 0,803 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai Penggunaan *Mobile Banking*, maka nilai Minat Nasabah bertambah sebesar 0,803. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

DAFTAR PUSTAKA

- Darmawan, Z. C., & Ridlwan, A. A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Al-Tijary*, 3(2), 107. <https://doi.org/10.21093/at.v3i2.1096>
- Faisal Efendi, Fajar Siddiq, A. S. A. P. A. (2021). Penggunaan Fasilitas E-Banking Dalam Minat Nasabah Studi Kasus Pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Stabat. *Journal Economy and Currency Study (JECS)*, 3(2), 10–23. <https://doi.org/10.51178/jecs.v3i2.270>

- Fakhrurozi, Akhmad (2022). “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Mobile Banking”, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Khumaini, S. (2022). *Pengaruh Fasilitas Layanan Internet Banking Dan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang*.
- Maulana, R., Iskandar, I., & Mailany, M. (2019). Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan Technology Acceptance Model. *Cyberspace: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 2(2), 146. <https://doi.org/10.22373/cj.v2i2.4161>
- Mundir, A., & Lilik Nur Hayati. (2021). Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Syari’ah KCP Malang Pandaan Kabupaten Pasuruan. *Malia (Terakreditasi)*, 12(2), 243–256. <https://doi.org/10.35891/ml.v12i2.2668>
- Ningsih, T. N., & Tasman, A. (2020). Pengaruh financial literacy dan financial inclusion terhadap kinerja UMKM. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 2(4), 151. <https://doi.org/10.24036/jkmw02100330>
- Nurmaulia, S. A., & Sunindyo, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Tabungan Simpedes Pada Pt Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Pattimura Semarang. *Keunis*, 7(1), 5. <https://doi.org/10.32497/keunis.v7i1.1527>
- Pengaruh Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Stabat. (2023). *AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam*, 5(2), 16–43. <https://doi.org/10.30596/aghniya.v5i2.17586>
- Restu Guriting dan Panggalih Zaki Baridwan, “Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking: Pendekatan Modified Theory Of Planned Behavior”, Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, Vol 1, No 2, Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, (2013),
- Sarjiyus, O., Oye, N. D., & Baha, B. Y. (2019). Improved Online Security Framework for e-Banking Services in Nigeria: A Real World Perspective. *Journal of Scientific Research and Reports*, 23(1), 1–14. <https://doi.org/10.9734/jsrr/2019/v23i130113>
- Sinaga, A., Harahap, M. A., Perkasa Alam, A., Agustina, M., & Wirdany, W. (2020). Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung pada PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Stabat. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(2), 210–232. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i2.570>
- Sondakh, C. (2014). Kualitas Layanan, Citra Merek dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi pada Nasabah

Taplus BNI Cabang Manado). Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen, 3(1), 19–32.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jrbm/article/view/7525>

Wahyudi, D., Afif, Y. K., & Khairunnisa. (2023). Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Syariah. *Aghniya Jurnal Ekonomi Islam*, 5(2), 143–160.

Wulandari, Dwitya Pratiwi. (2018). “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Pakam”, Skripsi. Sumatera Utara: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara ,.

Zeithalm, Valerie A, Bitner Mary Jo, Gremler, D. D. (2013). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima. January 2008*.