

PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN KEPUASAN TERHADAP MINAT MAHASISWA IAIN KENDARI MENGGUNAKAN LAYANAN *BSI MOBILE*

Zulqaidah¹, Ummi Kalsum², Abdul Wahid Mongkito³

^{1,2,3} *Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Kendari*

ABSTRAK

Apakah kepercayaan mempengaruhi minat mahasiswa IAIN Kendari dalam menggunakan layanan *BSI Mobile*? Apakah kemudahan mempengaruhi minat mahasiswa IAIN Kendari dalam menggunakan layanan *BSI Mobile*? Apakah kepuasan mempengaruhi minat mahasiswa IAIN Kendari dalam menggunakan layanan *BSI Mobile*? Apakah kepercayaan, kemudahan dan kepuasan berpengaruh secara simultan terhadap minat mahasiswa IAIN Kendari dalam menggunakan layanan *BSI Mobile*?

Penelitian ini bertujuan untuk: 1. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan mahasiswa IAIN Kendari dalam menggunakan layanan *BSI Mobile*. 2. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan mahasiswa IAIN Kendari dalam menggunakan layanan *BSI Mobile*. 3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan mahasiswa IAIN Kendari dalam menggunakan layanan *BSI Mobile*. 4. Untuk mengetahui apakah kepercayaan, kemudahan dan kepuasan berpengaruh secara simultan terhadap minat mahasiswa IAIN Kendari dalam menggunakan layanan *BSI Mobile*

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 98 responden yang diambil dengan teknik *incidental sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Metode analisis data menggunakan uji regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji hipotesis (uji t dan uji f), kemudian data diolah menggunakan aplikasi *SPSS Ver. 25 for windows*.

Dari hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikan Kepercayaan terhadap Minat dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai $T_{hitung} 10,787 > nilai T_{tabel} 1,985$. Dari hasil X² terhadap Minat nilai T_{hitung} sebesar 9,277 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa T_{hitung} lebih besar dari T_{tabel} dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Dari hasil Kepuasan terhadap Minat diperoleh nilai T_{hitung} sebesar 9,090 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa T_{hitung} lebih besar dari $T_{tabel} 1,985$ dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05.

Kata Kunci: *Kepercayaan, Kemudahan, Kepuasan, Minat.*

Latar Belakang

Bank syariah merupakan salah satu perangkat dalam ekonomi syariah yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank syariah juga dapat diartikan sebagai lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan Al-Qur'an dan As-Sunnah, (Aan Ansori:2017).

Berdasarkan pasal 2 UU nomor 21 tahun 2008, disebutkan bahwa perbankan syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, demokrasi ekonomi dan prinsip kehati-hatian. Selanjutnya, terkait dengan tujuan bank syariah, pada pasal 3 dinyatakan bahwa perbankan syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kebersamaan rakyat.

Perkembangan perbankan saat ini memberikan dan menawarkan kemudahan bagi nasabah melalui layanan operasional yang sangat beragam, termasuk layanan *E-banking (electronic banking)*. *E-banking* merupakan layanan yang memungkinkan nasabah Bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik.

Bank telah memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dalam layanan perbankannya dengan meluncurkan media layanan transaksi perbankan berbasis teknologi informasi yaitu *mobile banking*. Produk *mobile banking* merupakan layanan tambahan kepada nasabah yang sudah memiliki rekening di Bank. Layanan *mobile banking* bank syariah bank syariah adalah pengembangan dari dua bentuk inovasi

bank syariah sebelumnya yaitu *sms banking* dan *internet banking*.

Teknologi informasi (TI) berperan signifikan dalam menunjang daya saing setiap perusahaan, misalnya dalam hal penciptaan atau penyampaian jasa baru, peningkatan keterlibatan pelanggan dalam operasional, pembentukan departemen layanan pelanggan tersentralisasi, dan pengembangan database marketing yang akurat. Salah satu bentuk penggunaan TI adalah *mobile banking*

Pola transaksi yang masyarakat ketahui adalah sistem pelayanan bank pada umumnya. Dimana pola transaksinya tidak jauh dengan penulisan data terlebih dahulu, mengantri, tatap muka langsung atau kata lain transaksi secara langsung antara nasabah dengan teller bank yang membutuhkan waktu tidak sedikit.

Mobile Banking sangat membantu dalam meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan produktivitas bagi masyarakat khususnya diperkotaan yang memiliki aktivitas yang padat. (Yeni Anda Dwinurpitasari:2019)

Sejak dioperasikannya sistem *Mobile banking* maka para nasabah sekarang ini memiliki pilihan dalam melakukan transaksi. Dalam system *mobile banking*, transaksi perbankan akan berlangsung di dunia maya dan dilakukan oleh pelaku bisnis tanpa pelayanan dari petugas bank. Konsumen sangat mengedepankan aspek kemudahan, fleksibilitas, efisiensi, dan kesederhanaan.

Berdasarkan kutipan di atas, peneliti mengambil kesimpulan bahwa *Mobile Banking* sangat membantu nasabah selain menghemat waktu juga menghemat biaya, *Mobile banking* juga dapat memenuhi segala kebutuhan dengan efisien dan praktis kapan dan dimana saja.

Sejak beberapa tahun terakhir beberapa bank di Indonesia telah memperkenalkan sistem perbankan berbasis internet untuk meningkatkan operasional dan mengurangi biaya. *Mobile banking* merupakan salah satu bentuk produk jasa yang mulai banyak ditawarkan oleh bank-bank, baik Bank Syariah Indonesia maupun bank konvensional di Indonesia. Salah satu bank komersial di Indonesia yang mengimplementasikan penggunaan sistem *mobile banking* pada layanan jasa perbankan dan menjadi market leader pada pasar *mobile banking* adalah Bank Syariah Indonesia.

Salah satu golongan nasabah yang biasanya memilih untuk suatu hal yang lebih mudah dan praktis yaitu nasabah yang kegiatannya padat seperti Mahasiswa dimana kegiatan perkuliahan yang berlangsung bersamaan dengan jam kerja di Bank, biasanya menjadi salah satu penghambat bagi seorang Mahasiswa yang ingin melakukan transaksi keuangan Non-tunai di perbankan. Dengan adanya fasilitas layanan melalui *BSI Mobile* sangat membantu dan memudahkan mahasiswa dalam melakukan transaksi perbankan tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan. Layanan yang dapat diakses melalui *BSI Mobile* diantaranya yaitu nasabah dapat melakukan transfer sesama bank ataupun bank lain, cek saldo dan berbagai macam lainnya.

Dari beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat pengguna teknologi. Dari penelitian yang dilakukan oleh Tjini pada tahun 2013 menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh secara positif signifikan terhadap minat menggunakan *mobile*

banking. Selanjutnya pada peneliti berikutnya yang dilakukan oleh Habibi pada tahun 2015 mengenai minat pengguna *mobile banking* yang menjelaskan bahwa persepsi kepercayaan dan nyaman berpengaruh positif terhadap sikap pengguna *mobile banking*.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kepuasan Terhadap Minat Mahasiswa IAIN Kendari Menggunakan Layanan *BSI Mobile*”**

Alasan peneliti mengambil judul penelitian ini karena 1. *BSI Mobile* merupakan salah satu produk dari Bank Syariah Indonesia (BSI) dan termasuk strategi pemasaran bank. BSI memberikan layanan *BSI Mobile* untuk memberikan kepercayaan, kemudahan dan kepuasan bagi para nasabah dalam melakukan transaksi, dimana nasabah menginginkan layanan yang praktis dan tidak menguras banyak waktu. Dengan adanya *BSI Mobile* ini dapat membantu nasabah untuk melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun. 2. Sebagian dari mahasiswa belum mengetahui bahwasanya *BSI Mobile* ini, juga sangat membantu mahasiswa khususnya IAIN Kendari karena layanan *BSI Mobile* telah menyediakan kepada kita selaku mahasiswa untuk bisa membayar SPP/UKT melalui layanan tersebut tanpa datang langsung ke bank dan masih banyak kemudahan didalam seperti transfer ke sesama bank dan bank lain, cek saldo, membeli token listrik, pulsa dan berbagai macam lainnya.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Kepercayaan

Kepercayaan diartikan sebagai bentuk sikap yang menunjukkan perasaan

suka dan tetap bertahan untuk menggunakan suatu produk tersebut (Gunawan:2013). Adapun indikator yang dapat digunakan untuk mengukur Kepercayaan seseorang adalah sebagai berikut menurut Achrool (Bennet & Gabriel:2003):

- 1) Jangkauan pertukaran informasi.
- 2) Penyelesaian masalah bersama.
- 3) Kepuasan atas hasil-hasil aktivitas yang telah dilakukan.
- 4) Semakin besarnya motivasi dalam implementasi hasil-hasil keputusan.

Teori Kemudahan

Kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa bahwa system informasi mudah digunakan maka seseorang cenderung untuk menggunakannya (Farizi:2013). Adapun indikator yang dapat digunakan untuk mengukur suatu kemudahan penggunaan teknologi informasi antara lain sebagai berikut:

- 1) Teknologi informasi sangat mudah dipelajari.
- 2) Teknologi informasi mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan pengguna.
- 3) Keterampilan pengguna akan bertambah ketika menggunakan teknologi informasi.
- 4) Teknologi informasi sangat mudah dioperasikan.

Teori Kepuasan

Kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas barang atau jasa dan apabila sudah sesuai dengan yang diharapkan konsumen maka jasa tersebut dapat dikatakan baik demikian pula sebaliknya. (Shidarta & Suzanto:2015). Adapun indikator yang dapat digunakan untuk mengukur suatu

kepuasan seseorang antara lain sebagai berikut (Kim et al (2009):

- 1) Terpenuhinya harapan yang telah diberikan oleh produk
- 2) Puas dengan pengalaman bertransaksi di situs
- 3) Perasaan senang telah memilih situs ini di bandingkan situs lain

Teori Minat

Minat adalah dorongan dari dalam diri atau faktor yang menimbulkan ketertarikan atau perhatian secara efektif, yang menyebabkan dipilihnya suatu obyek yang menguntungkan, dan akan mendatangkan kepuasan dalam dirinya. (Ahmad Susanto:2013). Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur minat dari seseorang adalah sebagai berikut (Swastha & Irwan:2001):

- 1) Ketertarikan (*Interest*) karena adanya pemusatan atau perasaan senang.
- 2) Keinginan (*Desire*) adanya dorongan untuk memiliki.
- 3) Keyakinan (*Conviction*) keyakinan karena adanya kualitas, daya guna, dan keuntungan dari produk yang dibeli.

Hipotesis

1. Hipotesis adalah suatu pertanyaan sementara atau dugaan yang paling memungkinkan yang masih harus dicari kebenarannya. Hubungan antar variabel dalam penelitian ini memiliki hipotesis sebagai berikut:
2. H₁: Diduga kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa IAIN Kendari menggunakan layanan *BSI Mobile*.
3. H₂: Diduga kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa IAIN Kendari menggunakan layanan *BSI Mobile*.

4. H₃: Diduga kepuasan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa IAIN Kendari menggunakan layanan *BSI Mobile*.
5. H₄: Kepercayaan, kemudahan dan kepuasan berpengaruh secara simultan terhadap minat mahasiswa IAIN Kendari menggunakan layanan *BSI Mobile*.

METODOLOGI

Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah jenis metode penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang langsung dilakukan di lapangan atau pada responden.

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh mahasiswa IAIN Kendari yang menggunakan layanan BSI Mobile dengan jumlah 6.227 mahasiswa. (PDDikti). Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi (Ridwan 2012,h.64). Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin. Jadi sampel yang peneliti gunakan sebanyak 98.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik Non Probability dengan metode incidental sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data. Penelitian menggunakan angket/koesioner secara langsung di berikan kepada seseorang yang menjadi sampel.

Teknik Pengumpulan Data

1. Angket/kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat

pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawabnya. Angket menggunakan skala likert

Kode	Kriteria	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
C	Cukup	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

2. Penggunaan dokumentasi yaitu sebagai alat pelengkap mendokumentasikan hasil dari penelitian yang dilakukan peneliti dan juga dapat sebagai bukti peneliti memotret yang terjadi dilapangan. Alat yang digunakan dalam dokumentasi ini adalah kamera *handphone*.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu:

1. Uji Validitas
2. Uji Reliabilitas
3. Uji Asumsi Klasik
 - a. Uji Normalitas
 - b. Uji Multikolinieritas
 - c. Uji Heterokedastisitas
4. Uji Hipotesis
 - a. Model regresi linear berganda
 - b. Uji Parsial (Uji-T)
 - c. Uji Simultan (Uji-F)
 - d. Koefisien Determinasi (R^2)

HASIL PENELITIAN

Uji Analisis Data

1. Uji Validitas

Pada setiap item pertanyaan di uji validitas. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel dimana $df = n-2$ dengan sig 5% jika r hitung $>$ r tabel maka dikatakan valid. Untuk menentukan suatu item pertanyaan itu valid atau tidak maka yang harus dilakukan adalah membandingkan r

hitung dengan r tabel dimana taraf signifikan yang digunakan adalah 5% dengan jumlah responden atau $N = 98 - 2 = 96$, maka dihasilkan nilai R_{tabel} dalam penelitian ini adalah 0,198.

Hasil Uji Validitas

Variabel	Item pertanyaan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Kepercayaan (X1)	Item 1	0,640	0,198	Val
	Item 2	0,669	0,198	V
	Item 3	0,459	0,198	
	Item 4	0,504	0,198	
	Item 5	0,695	0,198	
	Item 6	0,553	0,198	
	Item 7	0,607	0,19	
	Item 8	0,620	0,	
	Item 9	0,649		
	Item 10	0,735		
	Item 11	0,666		
Kemudahan (X2)	Item 1	0,7		
	Item 2	0		
	Item 3			
	Item 4			
	Item 5			
Kepuasan (X3)	Item			
	Item			
	Item			

2. Uji Reliabilitas

Adapun hasil output SPSS perhitungan uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Reliability Statistics (X1)		Reliability Statistics (X2)		Reliability Statistics (X3)		Reliability Statistics (Y)	
Cronbach's Alpha	N of Items	Cronbach's Alpha	N of Items	Cronbach's Alpha	N of Items	Cronbach's Alpha	N of Items
0,837	11	0,820	6	0,810	6	0,881	7

Berdasarkan hasil uji data pada tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa hasil seluruh variabel memiliki Cronbach Alpha $> 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel X1, X2, X3, dan Y dinyatakan Reliabel.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas penelitian ini menggunakan alat tes Kolmogorov-Smirnov dengan bantuan SPSS ver. 25 dengan tingkat signifikan sebesar 0,05. Jika signifikansi $> 0,05$ maka data tersebut berdistribusi

normal dan sebaliknya, jika signifikansi $< 0,05$ maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.81819932
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.064
	Negative	-.064
Test Statistic		.064
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

4. Uji Multikolinieritas

Dasar pengambilan keputusan uji multikolinieritas ada 2 cara yaitu melihat nilai tolerance dan nilai VIF (Variance Inflation Factor). Jika nilai tolerance $< 0,10$ maka artinya terjadi multikolinieritas pada data yang di uji. Sebaliknya jika nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF $< 10,00$ maka tidak terjadi multikolinieritas, sebaliknya jika nilai VIF $> 10,00$ maka terjadi multikolinieritas.

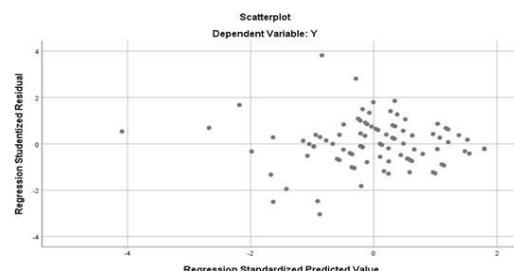
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-0.545	2.283		-0.239	0.812	
	X1	0.358	0.055	0.480	6.504	0.000	0.644
	X2	0.275	0.115	0.238	2.378	0.019	0.350
	X3	0.267	0.119	0.223	2.247	0.027	0.356

a. Dependent Variable: Y

5. Uji Heterokedastisitas

Dari gambar dapat disimpulkan bahwa tidak ada pola yang jelas, data titik-titik tersebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, hal ini berarti dapat dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas pada model persamaan regresi.



6. Model Regresi Linear Berganda

Adapun data regresi dari data primer yang diolah dengan bantuan SPSS Ver 25 adalah sebagai berikut:

Variabel	Koefisien	Thitung	Signifikan	Prediksi	Keterangan
kepercayaan (X1)	0,055	10,787	0,000	+	H1 Diterima
kemudahan (X2)	0,115	9,277	0,000	+	H2 Diterima
kepuasan (X3)	0,119	9,090	0,000	+	H3 Diterima
F hitung	63,751				
Signifikan	0,000				
R Squad	0,670				
Konstanta	-0,545				

7. Hasil Uji Parsial (Uji-T)

- Pengaruh variabel kepercayaan (X1) terhadap minat (Y). Hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikan kepercayaan (X1) terhadap Minat (Y) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai Thitung $10,787 >$ nilai Ttabel $1,985$ dan Coefficient Beta positif, maka H1 di terima. Jadi peneliti mengambil kesimpulan dari hasil uji t bahwa kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa IAIN Kendari menggunakan BSI Mobile.
- Pengaruh kemudahan terhadap minat. Nilai Thitung sebesar $9,277$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000$. Hal ini menunjukkan bahwa Thitung lebih besar dari Ttabel dan nilai signifikan lebih kecil dari $0,05$ dan Coefficient Beta positif dengan demikian H2 diterima. Artinya kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa IAIN Kendari menggunakan BSI Mobile.
- Pengaruh kepuasan terhadap minat. Nilai Thitung sebesar $9,090$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000$. Hal ini menunjukkan bahwa Thitung lebih besar dari Ttabel $1,985$ dan nilai signifikan lebih kecil dari $0,05$ dan Coefficient Beta positif dengan demikian H2 diterima. Artinya

kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa IAIN Kendari menggunakan BSI Mobile.

8. Hasil Uji Simultan (Uji-F)

Berdasarkan tabel di atas di peroleh nilai F hitung sebesar $63,751$ dengan signifikan $0,000$. Hal ini menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ $2,70$ dan nilai signifikan lebih kecil dari $0,05$. Jadi peneliti dapat simpulkan Variabel Kepercayaan X1, Kemudahan X2 dan Kepuasan X3 secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Minat mahasiswa IAIN Kendari menggunakan BSI Mobile.

9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)

Berdasarkan tabel di atas diperoleh angka R2 (R Square) sebesar $0,670$ atau 67% . Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel kepercayaan, kemudahan dan kepuasan terhadap minat mahasiswa menggunakan BSI Mobile sebesar 67% . atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan sebesar 67% variasi variabel dependen. sedangkan sisanya sebesar 33% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh kepercayaan X1 terhadap minat mahasiswa IAIN Kendari menggunakan layanan BSI Mobile.

Kepercayaan adalah suatu keyakinan dari pihak tertentu terhadap pihak lain dalam hubungan antara kedua belah pihak berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang dipercayainya akan memenuhi segala kewajiban sesuai yang diinginkan. Sedangkan menurut kutipan dari Gunawan menyatakan bahwa kepercayaan diartikan sebagai bentuk sikap yang menunjukkan perasaan suka dan tetap bertahan untuk

menggunakan suatu produk tersebut. Alasan mahasiswa menggunakan layanan BSI Mobile dari pada yang lain karena adanya rasa kepercayaan ketika menggunakan layanan tersebut.

Dari hasil uji statistik secara parsial variabel kepercayaan terhadap minat mahasiswa menggunakan layanan BSI Mobile menyatakan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa IAIN Kendari dalam Menggunakan layanan BSI Mobile. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji parsial dengan hasil nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ dengan nilai sebesar $10,787 > 1,985$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka disimpulkan bahwa variabel kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan layanan BSI Mobile. Artinya semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna maka semakin meningkat pula minat pengguna BSI Mobile.

Hasil dari penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tjini (2013) dan Dwimastia Harlan (2014) yang mengatakan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna Mobile Banking.

Uraian tersebut berbeda dengan peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Mario Ledesman pada tahun 2018, yang mengatakan bahwa kepercayaan bernilai negative dan tidak signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan Mobile banking.

Pengaruh kemudahan X2 terhadap minat mahasiswa IAIN Kendari menggunakan layanan BSI Mobile

Konsep kemudahan penggunaan menunjukkan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem

informasi adalah mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya untuk bisa menggunakannya. Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan sistem informasi dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan pemakai. Konsep ini memberikan pengertian bahwa apabila sistem informasi mudah digunakan, maka penggunaan cenderung untuk menggunakan sistem informasi tersebut. Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai penilaian seseorang mengenai suatu teknologi bahwa tidak perlu kemampuan yang tinggi untuk menggunakannya. (Setyowati & Respati: 2017). Sedangkan menurut (Farizi:2013) yang hampir sama dengan pendapat setyowati yang mengartikan Kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa bahwa system informasi mudah digunakan maka seseorang cenderung untuk menggunakannya. Alasan mahasiswa menggunakan layanan tersebut karena adanya kemudahan yang mereka temui didalamnya.

Dari hasil uji statistik secara parsial variabel kemudahan terhadap minat mahasiswa menggunakan layanan BSI Mobile menyatakan bahwa kemudahan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa IAIN Kendari dalam Menggunakan layanan BSI Mobile. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji parsial dengan hasil nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ dan nilai Signifikan $< 0,05$, dengan nilai sebesar $9,277 > 1,985$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka disimpulkan bahwa variabel kemudahan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan layanan BSI Mobile. Artinya semakin tinggi tingkat kemudahan

maka minat masyarakat dalam menggunakan layanan tersebut semakin meningkat.

Hasil dari penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Cahyo (2014) dan Mario Ledesman (2018) yang mengatakan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Mobile Banking. Adapun peneliti terdahulu yang menolak atau tidak sama dengan peneliti yang sekarang yaitu penelitian yang dilakukan oleh Febrian Maulana Yusuf (2017) dan Maria Tika Sanjani (2019) yang mengatakan bahwa kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu menggunakan internet banking.

Pengaruh kepuasan X3 terhadap minat mahasiswa IAIN Kendari menggunakan layanan BSI Mobile

Kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas barang atau jasa dan apabila sudah sesuai dengan yang diharapkan konsumen maka jasa tersebut dapat dikatakan baik demikian pula sebaliknya (Shidarta & Suzanto:2015). Selanjutnya pendapat (Etta mamang:2013) Kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antar kinerja produk dan pelayanan yang diterima oleh kinerja produk dan pelayanan diharapkan nasabah.

Dari hasil uji statistik secara parsial variabel kepuasan terhadap minat mahasiswa menggunakan layanan BSI Mobile menyatakan bahwa kepuasan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa IAIN Kendari dalam Menggunakan layanan BSI Mobile. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji parsial dengan hasil nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ dengan nilai sebesar $9,090 > 1,985$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 <$

$0,05$ maka disimpulkan bahwa variabel kepuasan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan layanan BSI Mobile. Artinya semakin tinggi kepuasan maka semakin meningkat minat dalam menggunakan layanan mobile banking.

Penelitian ini didukung oleh peneliti sebelumnya yang dilakukan oleh Anggit Pragusto, dkk (2020) yang mengatakan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap minat dalam bertransaksi menggunakan Mandiri Syariah Mobile (MSM). Dari hasil penelitian terdahulu yang juga dilakukan oleh wahyuningsi dan janna (2018) mengatakan bahwa layanan perbankan yang berbasis internet dan aplikasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Uraian tersebut berbeda dengan peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Melfi adela pada tahun 2020 yang mengatakan bahwa kemudahan pengguna tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Pengaruh kepercayaan X1, kemudahan X2 dan kepuasan X3 secara simultan terhadap minat mahasiswa IAIN Kendari menggunakan layanan BSI Mobile

Pengaruh kepercayaan, kemudahan dan kepuasan secara bersama-sama terhadap minat mahasiswa menggunakan layanan BSI Mobile berdasarkan dari hasil uji statistik Uji F dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan nilai sebesar $63,751 > 2,70$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa kepercayaan, kemudahan dan kepuasan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan layanan BSI Mobile.

Kesimpulan

Dari hasil pengolahan data dan analisis data dalam penelitian yang membahas tentang “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kepuasan Terhadap Minat Mahasiswa IAIN Kendari Menggunakan Layanan BSI Mobile”

1. Variabel kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa IAIN Kendari menggunakan layanan BSI Mobile. Yang dibuktikan dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu sebesar $10,787 > 1,985$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 > 0,05$. Artinya bahwa variabel kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa IAIN Kendari menggunakan layanan BSI Mobile.
2. Variabel kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan BSI Mobile, yang dibuktikan dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu sebesar $9,227 > 1,985$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 > 0,05$. Artinya bahwa variabel kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa IAIN Kendari menggunakan layanan BSI Mobile.
3. Variabel kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan BSI Mobile, yang dibuktikan dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu sebesar $9,090 > 1,985$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 > 0,05$. Artinya bahwa variabel kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa IAIN Kendari menggunakan layanan BSI Mobile.
4. Variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen. berdasarkan pengujian perbandingan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $63,751 > 2,70$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, yang berarti kepercayaan,

kemudahan dan kepuasan berpengaruh secara simultan terhadap minat mahasiswa IAIN Kendari menggunakan layanan BSI Mobile.

Saran

1. Saran Bagi Pihak Bank Syariah Indonesia (BSI) Kc. Kendari agar kiranya lebih meningkatkan promosi tentang layanan BSI Mobile agar lebih meningkat lagi
2. Saran bagi mahasiswa IAIN Kendari yang menggunakan BSI Mobile agar tetap berhati-hati ketika sedang melakukan transaksi, karena tidak semua jadi tanggung jawab pihak Bank.
3. Saran bagi meneliti selanjutnya agar kiranya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti terkait dengan faktor lain yang mempengaruhi minat si pengguna menggunakan layanan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Alif, Gunawan. (2013). *Komunikasi interpersonal dan fasilitas kesehatan: pengaruh terhadap kepercayaan, loyalitas dan wong rumah sakit*. (online). Vol.1, no 3; Oktober 2013. ISSN: 2302-4119. Diakses 23 juli 2021.
- Amelia, Firda Rohmah. 2017. Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Keamanan, Kenyamanan, dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Adopsi Internet Banking pada Bank BNI di Surabaya. *Artikel Ilmiah*. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi. Diakses dari: <http://eprints.perbanas.ac.id/2875/> (17 September 2021)
- Andrie Cesario Shomad. 2013. "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko Terhadap Perilaku E-Commerce". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*. Volume 1. Nomor 2.

- Asmai Ishak dan Zhafiri Luthfi, *Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas: Studi tentang Peran Mediasi Switching Cost*. (Jurnal Siasat Bisnis Vol.15, 2011)
- Habibi, M (2015). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Pengguna Mobile Banking Syariah*. Jurnal ilmiah mahasiswa FEB, 3 (1).
- Handono, Lisa. "faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan pelanggan terhadap jasa kontraktor CV. Anugerah Jaya Surabaya
- Hastuti, Rizka dan Aditya Wardhana, (2018). *Kualitas Layanan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri Terhadap Kepuasan Nasabah*. *Jurnal E-Proceeding of Management*. Vol. 5. No. 2.
- Hadi, Samsul dan Nov, (2017).. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking, Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*. Volume IV, No 1.
- Parasuraman, A., Berry, L.L., & Zeithaml, V.A. 1988.SERVQUAL: A Multiple-item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1).
- Pragusto. S. Anggit, dkk. (2020) " *Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan keputusan bertransaksi nasabah menggunakan mandiri syariah mobile (MSM)*" *Article-ISLAMIC Banking and Financial*. Vol.3 NO.2.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang)*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2).
- Sidharta, Iwan dan Boy Suzanto. *Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping dan Kepercayaan Konsumen terhadap sikap serta perilaku konsumen pada E-Commerce*. ISSN: 2442-4943. *Jurnal Computech & Bisnis* Vol. 9 No.1, (2015).
- Setyowati dan Respati,"*Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Computer Self Efficacy, Dan Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi*", *JRAK*, 01, (2017).
- Wahyuningsi, N., Janah, N. (2018) " *Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah menggunakan internet banking pada bank muamalat*. *Jurnal Al-Amwal*,10 (2), 295-214.
- Woo, K.S. & Fock, H.K.Y. 2004. *Retaining and Divesting Customers: An Exploratory Study of Right Customers, At-risk Right Customers, and Wrong Customers*. *Journal of Services Marketing*, 18(3).Bank, P. T., & Persero, M. (2012). *Security System Layanan Internet Banking*, Vol. 2.
- Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), h. 108.
- Alwahidin, Jufra, A., Mulu, B., & Mulu, B. (2023). A new economic perspective: Understanding the impact of digital financial inclusion on Indonesian households consumption. *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, 26(2), 333–360.
- Insawan, H., Abdulahanaa, Karyono, O., & Farida, I. (2022). The COVID-19 pandemic and its impact on the yields of sharia stock business portfolio in Indonesia. *International Journal of Professional Business Review*, 7(6), Article e0941. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2022.v7i6.941>
- Insawan, H., Rahman, M., & Anhusadar, L. O. (2020). Comparative analysis of syariah bank in Indonesia.

- International Journal of Advanced Science and Technology, 29(4), 1457–1463.
- Kamaruddin, Misbahuddin, Sarib, S., & Darlis, S. (2023). Cultural-based deviance on Islamic law; Zakat Tekke Wale' spending in Basala, Konawe, Southeast Sulawesi, Indonesia. *Al-Ihkam: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial*, 18(2), 568–590.
- Maguni, W., Rum, J., Sofhian, & Hadi, M. (2023). Investigation of the effect of organizational ambidexterity and innovation capability on supply chain performance: An empirical study of Indonesian MSMEs. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(7), Article e01050.
<https://doi.org/10.1016/j.jlsd.2023.e01050>
- Muhdar, H. M., Maguni, W., Muhtar, M., Bakri, B., Rahma, S. T., & Junaedi, I. W. R. (2022). The impact of leadership and employee satisfaction on the performance of vocational college lecturers in the digital era. *Frontiers in Psychology*, 13, Article 895346.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.895346>
- Nawas, K. A., Amir, A. M., Syariati, A., & Gunawan, F. (2023). Faking the Arabic imagination till we make it: Language and symbol representation in the Indonesian e-commerce. *Theory and Practice in Language Studies*, 13(4), 994–1005.
<https://doi.org/10.17507/tpls.1304.23>
- Rahman, M., Palilati, A., Samdin, Insawan, H., Hadisi, L., Yusuf, Putera, A., Syaifuddin, D. T., & Kamaluddin, M. (2024). Impactful Contributions: Sharia Banks in Advancing Agricultural and Agribusiness Development, Empowering MSMEs and Enhancing Human Resources Management. *Journal of Global Innovations in Agricultural Sciences*, 12(2), 503-522.
<https://doi.org/10.22194/JGIAS/24.1328>