

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini Indonesia didominasi oleh penduduk yang berusia muda. Sekitar 53,81% dari total jumlah penduduk Indonesia adalah kaum milenial dan gen Z. Kaum milenial berada dalam rentang usia 24-39 tahun dan kaum Gen Z berada dalam rentang usia 18-23 tahun. Salah satu gaya hidup baru dari kaum milenial dan gen Z yaitu penggunaan mobile banking yang semakin massif, apalagi sejak pandemi *COVID-19* yang dimulai pada Maret 2020. Sejak pandemi *COVID-19*, penggunaan layanan mobile banking yang disediakan oleh bank-bank di Indonesia mengalami kenaikan pertumbuhan yang signifikan. *Consumer Business Director BNI Corina Leyla Karnalies* saat acara *Zooming with Primus* bertajuk “Strategi Bank Garap Pasar Milenial” yang disiarkan langsung Berita Satu TV, Kamis (11/2/2021) dan diliput Investor Daily Indonesia memberikan fakta bahwa kaum milenial dan gen Z memberikan porsi terbesar atas kenaikan pertumbuhan yang signifikan terhadap penggunaan mobile banking selama pandemi covid-19.¹

Sejak awal maret 2020 dunia dikejutkan dengan cepatnya penyebaran virus corona yang memiliki resiko kematian yang tinggi. *Covid-19* adalah penyakit yang disebabkan oleh *virus severe acute respiratory syndrome coronavirus 2* (SAR Cov-2).² Penyakit ini pertama kali ditemukan pada Desember 2019 di

¹ Mobile Banking, Gaya Hidup Baru Kaum Milenial dan Gen Z, <https://www.atmbersama.com/news/detail/mobile-banking-gaya-hidup-baru-kaum-milenial-dan-gen-z> . Diunduh pada 23 mei 2021

² Merry Dame Cristy Pane.2020. “COVID-19, <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:E4kGY7V-yrMJ:https://www.alodokter.com/virus-corona+&cd=2&hl=id&ct=clnk&gl=id>. Diunduh pada 23 mei 2021

Wuhan, Ibukota Provinsi Hubei China, dan sejak itu menyebar secara global, mengakibatkan pandemi coronavirus 2019-2020. Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) mendeklarasikan wabah koronavirus 2019-2020 sebagai Kesehatan Masyarakat Darurat Internasional (PHEIC) pada 30 Januari 2020, dan pandemi pada 11 Maret 2020.³

Kemunculan virus Corona ini menjadi pukulan berat bagi perekonomian Indonesia, seluruh sector usaha termasuk UMKM juga ikut terkena imbasnya. Padahal UMKM berperan penting dalam perekonomian Indonesia.⁴

Pandemi *Covid-19* menjadi tantangan bagi dunia bisnis khususnya perbankan. Perbankan merupakan salah satu sarana yang mempunyai peranan strategis dalam meyerasikan dan menyeimbangkan masing-masing unsur dari trilogy pembangunan. Peran yang strategis disebabkan oleh fungsi utama bank sebagai suatu wahana yang dapat menghimpun dana dan menyalurkan dana masyarakat secara efektif dan efisien.⁵ Kegiatan usaha lembaga dapat berupa menghimpun dana dan menyalurkan dana sekaligus dimana kegiatan usaha diperuntukan bagi investasi perusahaan, kegiatan konsumsi, dan kegiatan distribusi barang dan jasa.⁶ Untuk dapat menjalankan fungsinya bank dituntut untuk dapat berinteraksi dengan banyak orang, namun dengan situasi sekarang dimana paparan *Covid-19* menjadi tantangan bagi perbankan. Perbankan

³ Eman Supriatna, "Wabah Corona Virus Disease Covid-19 Dalam Pandangan Islam" Dalam Jurnal Sosial & Budaya Syar-I Vol.07, No.06 (2020) h.556

⁴ Muh. Ruslan, Fasiha, Abd. Kadir Arno.2022. "*Reincarnation of MSMEs after the Government's Policy on Economic Recovery Due to the Covid-19 Pandemic in Indonesia*" Dalam Jurnal Ilmu Sosial Technium Vol.27, h.453

⁵ Hasanuddin Rahman, "Kebijakan Kredit Perbankan Yang Berwawasan Lingkungan" (Jakarta: PT Citra Aditya Bakti, 2007), h.2

⁶ Andri Soemitra, "Bank dan Lembaga Keuangan Syariah" (Depok:Kencana, cet 8,2017), h.29.

diharuskan membuat strategi agar bisa bertahan dan mengharuskan mereka untuk melakukan inovasi baru dalam mengatasi resiko keuangan yang terjadi saat ini.

Bank dituntut agar bisa menghadirkan lebih banyak kemudahan untuk nasabah guna untuk mengurangi penyebaran *Covid-19*. Apalagi ketika WHO mengatakan bahwa penyebaran virus ini dapat menyebar melalui uang kertas, sehingga beberapa negara melakukan penyemprotan terhadap uang kertas mereka guna untuk menghindari penyebaran melalui media ini. Kebijakan yang dikeluarkan oleh perbankan untuk dapat bertahan di tengah pandemi *Covid-19* salah satunya dengan menerapkan digitalisasi layanan perbankan melalui *Mobile Banking*. Meningkatkan pelayanan pelanggan adalah usaha perbankan untuk dapat menembus batasan-batasan ruang dan waktu yang hanya dapat dilakukan dengan bantuan teknologi computer dan telekomunikasi. Sehingga teknologi ini dan menjadi senjata bagi bank untuk dapat bersaing dengan bank-bank lainnya, terutama dalam usahanya untuk menciptakan suatu produk pelayanan yang lebih murah, lebih baik dan lebih cepat.

Penggunaan *electronic banking* tumbuh diseluruh dunia dimana nasabah merasakan kemudahan dalam melakukannya. Dengan pertumbuhan ini bank juga memperkenalkan “*Mobile Banking*” untuk memfasilitasi dan membuat nasabah lebih mudah melakukan transaksi apapun. *Mobile Banking* adalah layanan produk perbankan yang dapat diakses dimanapun tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu.

Salah satu teori yang digunakan untuk menjelaskan penerimaan individu terhadap penggunaan sistem teknologi salah satunya terkait dengan *Mobile*

Banking yaitu model TAM (Technology Accaptance Model). TAM kemudian digunakan untuk menerangkan perilaku penerima individu terhadap teknologi informasi yang menyimpulkan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan adalah penentu utama penggunaan teknologi. TAM telah diakui sebagai model yang kuat untuk menjelaskan dan memprediksi penerimaan individu terhadap teknologi.

TAM memprediksi penerimaan penggunaan terhadap teknologi berdasarkan pengaruh dari dua faktor kognitif yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*).⁷

Dalam skripsi ini peneliti melakukan penelitian yang berkaitan dengan persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap layanan *mobile banking*. Persepsi manfaat adalah suatu pendapat seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya dalam bekerja, yang artinya bahwa dengan adanya manfaat dari fasilitas *Mobile Banking* akan mampu meningkatkan produktivitas kinerja bagi orang yang menggunakan fasilitas tersebut. Persepsi kemudahan penggunaan merupakan pendapat seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan.

Penggunaan layanan *Mobile Banking* juga memiliki resiko dalam penggunaannya, seperti yang tercatat pada data Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN), dimana sepanjang bulan januari hingga agustus 2020 terdapat hampir 190 juta serangan siber di Indonesia, yang mengalami kenaikan empat kali lipat dari tahun lalu yang tercatat sekitar 39 juta. Angka terbanyak tercatat pada bulan

⁷ David, "Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology". MS Quarterly (online) Vol.13 Iss.3, 1989, h.318

agustus 2020, dimana BSSN mencatat jumlah serangan siber sekitar 63 juta, jauh lebih tinggi dibandingkan pada bulan agustus 2019 yang hanya mencatat sekitar 5 juta.⁸ Kenaikan tajam jumlah serangan siber di Indonesia dipengaruhi oleh perubahan pola hidup masyarakat selama pandemi *Covid-19*.

Berdasarkan pernyataan Gubernur Bank Indonesia (BI) Perry Warjiyo yang menyatakan pada Januari 2022, nilai transaksi uang elektronik (UE) tumbuh 66,65% yoy mencapai Rp34,6 triliun. Nilai transaksi digital banking meningkat 62,82% (yoy) menjadi Rp 4.314,3 triliun. Bank sentral memproyeksikan uang elektronik meningkat 17,13% (yoy) hingga mencapai Rp 357,7 triliun untuk tahun 2022. Selain itu, bank sentral memproyeksikan transaksi digital banking tumbuh 24,83% (yoy) mencapai Rp49.733,8 triliun untuk tahun 2022. Thomas Wahyudi Senior Vice President Transaction Banking Retail Sales Bank Mandiri menyatakan pada volume transaksi pada Livin by Mandiri telah mencapai lebih dari Rp 150 triliun atau tumbuh hampir 30% secara (YOY) pada Januari 2022. Ini terjadi seiring pertumbuhan frekuensi transaksi finansial yang cukup signifikan lebih dari 40% secara (YOY) atau lebih dari 100 juta kali. Sedangkan Andi Nirwoto Direktur Operation, IT and Digital Banking Bank BTN menyadari bahwa potensi transaksi perbankan digital pada tahun ini masih sangat besar mengingat kondisi pandemi yang masih belum usai. Selain itu shifting perilaku masyarakat Indonesia terutama generasi Milenial dan generasi Z yang lebih dominan bertransaksi secara digital untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka menjadi salah satu pertimbangan utama yang akan mendukung peningkatan transaksi

⁸ Putri Zakia Salsabila, "Kejahatan Siber di Indonesia Naik 4 Kali Lipat Selama Pandemi" <https://tekno.kompas.com/read/2020/10/12/07020007/kejahatan-siber-di-indonesia-naik-4-kali-lipat-selama-pandemi>. Di unduh pada tanggal 23 mei 2021

digital pada tahun ini. Jumlah transaksi mobile banking pada bulan Januari 2022 tercatat sebesar berkisar 15 juta transaksi dengan volume transaksi mendekati Rp 3 triliun. Kontan.co.id pada Jumat (13/2) menyatakan nasabah paling banyak melakukan pembelian e-wallet dan pembelian pulsa listrik (PLN Prepaid). Hal ini dapat disebabkan penggunaan e-wallet yang semakin mendominasi transaksi digital masyarakat.⁹

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti ingin mengetahui apakah ada pengaruh persepsi kemanfaatan dan kemudahan terhadap minat generasi Z dalam penggunaan layanan *Mobile Banking*. Dan persepsi manakah yang paling mempengaruhi minat generasi Z dalam penggunaan *Mobile Banking*. Sehingga peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh manfaat dan kemudahan terhadap minat generasi Z dalam penggunaan mobile banking di Masa pandemic Covid-19”**

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang ada pada penelitian ini adalah:

1. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat generasi Z dalam penggunaan *Mobile Bankig*?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat generasi Z dalam penggunaan *Mobile Bankig*?
3. Apakah persepsi manfaat dan kemudahan berpengaruh terhadap minat generasi Z dalam penggunaan *Mobile Bankig*?

⁹ Wahyu T.Rahmawati, “Bankir Optimistis Transaksi Digital Banking Melesat di 2022” <https://keuangan.kontan.co.id/news/bankir-optimistis-transaksi-digital-banking-melesat-di-2022>. Di akses pada tanggal 23 mei 2021

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ada dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh manfaat terhadap minat generasi Z dalam penggunaan *Mobile Banking*.
2. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan terhadap minat generasi Z dalam penggunaan *Mobile Banking*.
3. Untuk mengetahui pengaruh manfaat dan kemudahan terhadap minat generasi Z dalam penggunaan *Mobile Banking*.

D. Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini dapat berguna baik secara teoritis maupun praktis:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan dan menambah wawasan pengetahuan tentang pelayanan dan kepuasan nasabah serta sebagai sumber informasi juga bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dan masukan kepada pihak Bank dalam meningkatkan kualitas pelayanan melalui dimensi-dimensi yang mempengaruhinya.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penyusunan penelitian ini akan disajikan dalam

sistematika yang terdiri dari 5 (lima) bab, yaitu : BAB I Pendahuluan, BAB II Kajian teori, BAB III Metode penelitian, BAB IV Hasil penelitian, dan BAB V Penutup.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Peneliatian Terdahulu Yang Relevan

Terdapat beberapa penelitian yang berhubungan dengan permasalahan yang diangkat peneliti dalam pembahasan penelitian ini. Bagian ini memuat uraian secara sistematis mengenai hasil penetian terdahulu (prior research) tentang peroolan yang dikaji. Peneliti memaparkan perkembangan-perkembangan beberapa karya ilmiah terkait dengan pembahasan peneliti, di antaranya adalah:

Tajuddin Naqib (2019)¹⁰ dengan judul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kepercayaan dan Resiko Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN salatiga)” hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat secara statistic berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*, sedangkan persepsi kepercayaan dan resiko tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Variabel persepsi kegunaan, kepercayaan dan resiko secara bersama-sama mempengaruhi minat menggunakan *mobile banking*.

Nadila.T.Oktapiani Sinulingga (2022) dengan judul “Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kredibilitas terhadap keputusan nasabah menggunakan *mobile banking* pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Medan Adam Malik di masa pendemi covid-19” hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kredibilitas berpengaruh positif

¹⁰ Tajuddin Naqib, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kepercayaan dan Resiko Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN salatiga”(Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Salatiga,2019) h.81

dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *mobile banking* pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Medan Adam Malik.¹¹

Ramayani, Early Ridho Kismawadi, dan Rifyal Dahlawy Chali (2020)¹² dengan judul penelitian “Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking*” Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara persial variabel kepercayaan memiliki nilai signifikansi $0,003 < 0,05$, keamanan ($0,016 < 0,05$), manfaat ($0,10 < 0,05$) dan kemudahan ($0,003 < 0,05$) berarti semua variabel pada penelitian ini berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan fasilitas *mobile banking* Bank Syariah Mandiri. Kemudian secara simultan variabel kepercayaan, keamanan, manfaat dan kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan fasilitas *mobile banking* Bank Syariah Mandiri dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

Mario Ladesman (2018) dengan judul “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking* (studi pada BSM cabang Bandar jaya)”.¹³ Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*, variabel kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*, variabel kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah

¹¹Nadila.T.Oktapiani Sinulingga (2022) “Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kredibilitas terhadap keputusan nasabah menggunakan *mobile banking* pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Medan Adam Malik di masa pandemi covid-19”

¹² Ridho Kismawadi and others, ‘Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking*’, 1–16.

¹³ Mario Ladesman, “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking* (studi pada BSM cabang Bandar jaya)” (Skripsi, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, 2018)h.106

menggunakan layanan *mobile banking*. variabel manfaat, kepercayaan dan kemudahan penggunaan secara bersamaan memiliki pengaruh simultan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bandar Jaya.

Perbedaan penelitian ini dengan beberapa penelitian terdahulu ialah penelitian ini meneliti dua faktor secara bersama-sama yaitu, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan yang diduga mempengaruhi minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking* . selain itu yang menjadi objek penelitian ini adalah generasi Z di kota palopo, karena masih sedikit penelitian tentang penggunaan *Mobile Banking* oleh generasi Z.

B. Landasan Teori

1. Teori Manfaat

a. Pengertian Manfaat

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) manfaat artinya guna atau faedah.¹⁴ Yang demikian bahwa manfaat ialah suatu perbuatan yang berguna terhadap orang lain, seperti halnya teknologi yang memiliki segudang manfaat bagi setiap penggunanya .

Persepsi manfaat didefinisikan sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu pendapat pengguna (user) percaya bahwa penggunaan teknologi atau sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja.¹⁵ Sementara itu persepsi manfaat juga didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan

¹⁴ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta:Pusat Bahasa, 2008), Hlm.982.

¹⁵ Davis, Perceived usefulness, h.320

suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.¹⁶ Dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat adalah kepercayaan seseorang dalam proses pengambilan keputusan. Jika seseorang percaya bahwa sistem itu berguna maka ia akan menggunakannya namun sebaliknya jika sistem itu kurang berguna maka ia tidak akan menggunakannya.

Davis mengkonsepkan bahwa persepsi manfaat diukur melalui indikator seperti meningkatkan kinerja pekerjaan, menjadikan pekerjaan lebih mudah serta secara keseluruhan teknologi yang digunakan dirasakan bermanfaat.

Ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi manfaat sebagai berikut:

- a) Meningkatkan kinerja
- b) Menambah tingkat produktivitas
- c) Meningkatkan efektivitas
- d) Bermanfaat

Dalam Al-quran sendiri dijelaskan bahwa manfaat sangatlah penting dalam kehidupan kita seperti yang dijelaskan di QS. al-isra ayat 7 sebagai berikut:

إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ وَإِنْ أَسَأْتُمْ فَلَهَا فَإِذَا جَاءَ وَعْدُ الْآخِرَةِ لِيَسْئُوا وُجُوهَكُمْ وَلِيَدْخُلُوا الْمَسْجِدَ كَمَا دَخَلُوهُ أَوَّلَ مَرَّةٍ وَلِيُتَبَرَّوْا مَا عَلَوْا تَتَّبِعُوا

Terjemahannya :

" Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik untuk dirimu

¹⁶ Jogiyanto, Sistem Informasi Keprilakuan (Yogyakarta: ANDI, 2007).h.114

sendiri. Dan jika kamu berbuat jahat, maka (kerugian kejahatan) itu untuk dirimu sendiri. "

Dalam ayat dijelaskan bahwa jika kita bermanfaat bagi orang lain maka, kebaikan juga akan datang kepada diri kita.

2. Kemudahan

a. Pengertian Kemudahan

Menurut Jogiyanto Kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan penggunaan adalah mudah dipelajari, mudah dipahami, simple dan mudah pengoprasiaannya¹⁷

Menurut Davis dalam Amijaya mendefinisikan kemudahan penggunaan (*ease of use*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi dapat dengan mudah dipahami dan mudah digunakan.¹⁸

Menurut Mathieson dalam Harlan Kemudahan diartikan sebagai kepercayaan individu dimana jika mereka menggunakan teknologi tertentu maka akan bebas dari upaya. Sedangkan menurut Goodwin dan Silver menyatakan bahwa intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna (user) dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan.¹⁹

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kemudahan merupakan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan terhadap suatu

¹⁷ Tit LJogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan*, Andi Offse (Yogyakarta, 2007).

¹⁸ Gilang Rizky Amijaya, 'Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking. Semarang' (Universitas Diponegoro, 2018).

¹⁹ Dwimastia Harlan, 'Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Risiko Persepsian Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan EBanking Pada UMKM Di Kota Yogyakarta' (Universitas Negeri Yogyakarta, 2019).

sistem merupakan hal yang tidak sulit untuk dipahami dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya untuk bisa menggunakannya. Konsep kemudahan memberikan pengertian bahwa apabila suatu teknologi mudah digunakan, maka menggunakan cenderung untuk menggunakan teknologi tersebut.

Menurut Iqbaria dalam Amijaya kemudahan ini akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan teknologi, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi. Dapat diketahui bahwa kemudahan penggunaan merupakan suatu keyakinan tentang proses pengambilan keputusan. Jika nasabah yakin dengan teknologi yang ada dan mudah untuk digunakan maka nasabah akan menggunakannya. Sebaliknya jika dirasa sulit dipahami dan tidak percaya akan teknologi informasi yang ada maka nasabah tidak akan menggunakannya.²⁰

b. Faktor-faktor Yang Memengaruhi Kemudahan Dalam Menggunakan Teknologi

Menurut Panggih Rizki Dwi Istiarni kemudahan dalam menggunakan teknologi dipengaruhi beberapa faktor.²¹

- 1) Faktor pertama berfokus pada teknologi itu sendiri, suatu teknologi yang baik dan digunakan secara terus menerus akan memberikan kemudahan bagi pengguna dalam menggunakannya. Contohnya pengalaman pengguna terhadap penggunaan teknologi sejenis akan memberikan kemudahan pengguna.

²⁰ Amijaya, Gilang Rizky. *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking*. Semarang: Universitas Diponegoro. Skripsi, 2018

²¹ Restu Guriting Panggalih, 'Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking : Pendekatan Modified Theory Of Planned Behavior', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, Volume 1.

- 2) Faktor kedua adalah reputasi akan teknologi tersebut yang diperoleh oleh pengguna. Reputasi yang baik yang didengar oleh pengguna akan mendorong keyakinan pengguna terhadap kemudahan penggunaan teknologi tersebut.
- 3) Faktor ketiga yang mempengaruhi persepsi kemudahan menggunakan teknologi adalah tersedianya mekanisme pendukung yang handal. Mekanisme pendukung yang terpercaya akan membuat pengguna merasa nyaman dan merasa yakin, bahwa terdapat mekanisme pendukung yang handal jika terjadi kesulitan dalam menggunakan teknologi, maka mendorong persepsi pengguna ke arah yang lebih positif.

c. Indikator Kemudahan

Menurut Davis dalam Ahmad dan Pambudi memberikan beberapa indikator kemudahan yaitu .²²

- 1) *Mobile banking* sangat mudah untuk dipelajari (*easy to learn*).

Mobile banking diindikasikan tidak sulit untuk dipelajari artinya bahwa ketika seseorang pertama kali melakukan transaksi menggunakan *mobile banking*, orang tersebut akan langsung mengerti dan paham tata cara penarikan uang, pengecekan saldo ataupun transaksi lainnya dalam waktu singkat. Sehingga untuk pemakaian *mobile banking* selanjutnya tidak ada kesulitan apapun dalam menggunakannya. *mobile banking* yang mudah dipelajari akan memudahkan orang dalam penggunaannya.

²² B. S. Ahmad, & Pambudi, 'Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking BRI)', *Journal of Management Studies*, Vol 8, No.

- 2) *Mobile banking* sangat mudah untuk dioperasikan (*understandable*).

Understandable maksudnya adalah bahwa *mobile banking* sangat mudah untuk dioperasikan. Suatu teknologi yang jelas dan dapat dioperasikan dengan mudah, maka akan memudahkan pemakai dalam penggunaannya. *Mobile banking* merupakan jenis kartu plastik yang dalam pengoperasian/penggunaannya dapat dilakukan dengan mudah. Dalam pengoperasian atau penggunaan *mobile banking* sangat mudah, karena hanya dengan memasukan username dan password lalu setelah itu nasabah dapat melakukan berbagai macam transaksi yang telah disediakan.

- 3) *Mobile banking* mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna (*easy to get the system to do what user want to do*).

Easy to get the system to do what user want to do bahwasanya suatu *Mobile banking* menyediakan fasilitas yang mudah sesuai dengan kebutuhan orang yang menggunakannya, bahkan *mobile banking* tersebut mengerjakan apa yang seseorang inginkan dengan mudah. Dengan adanya fasilitas yang menyediakan sesuai dengan kebutuhan seseorang, maka akan memudahkan seseorang dalam menggunakannya. Dalam hal ini *mobile banking* sebagai bagian dari teknologi yang merupakan fasilitas yang diberikan oleh suatu bank menyediakan berbagai macam transaksi yang dibutuhkan oleh nasabah, seperti penarikan uang tunai secara cash, transfer antar bank, pembayaran tagihan, dan transaksi lainnya.

- 4) Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan *mobile banking* (*doesn't require a lot of mental effort*)

Penggunaan *Mobile banking* diindikasikan bahwa tidak dibutuhkan banyak

usaha, maksudnya yaitu tidak banyak pengorbanan yang dilakukan ketika penggunaan teknologi. Dapat dilihat ketika penggunaan *Mobile banking*, nasabah tidak memerlukan waktu yang lama dan tidak menunggu antrian yang panjang. Sehingga tidak akan mengganggu aktivitas yang sedang dilakukannya.

5) Fleksibel (*flexibel*)

Fleksibel adalah kemampuan untuk beradaptasi dan bekerja dengan efektif dalam situasi yang berbeda, dan dengan berbagai individu/kelompok. Fleksibel dalam penggunaan *mobile banking*, diindikasikan bahwa penggunaan *mobile banking* dapat dilakukan dimana saja dan dapat dilakukan kapan saja tidak terikat oleh waktu. Dengan begitu *mobile banking* merupakan salah satu fasilitas perbankan yang fleksibel, karena dalam penggunaan *mobile banking* dapat dilakukan pada mesin *mobile banking* mana saja

3. Minat penggunaan *Mobile Banking*

Minat adalah kecenderungan perilaku seseorang dalam menggunakan teknologi, minat perilaku dapat dilihat dari tingkat penggunaan teknologi sehingga dapat di prediksi dari sikap dan perhatiannya tersebut. Motifasi untuk tetap menggunakan teknologi tersebut, serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain.²³

Menurut Tampubolon mengatakan bahwa minat adalah suatu perpaduan keinginan dan kemauan yang dapat berkembang jika ada motivasi.²⁴ Sedangkan menurut Djali bahwa minat pada dasarnya merupakan penerimaan akan sesuatu

²³ Hendra Iskandar, "Preceived Usefulness, Preceived Ease of Use, and Acceptance of Information System Technology," *MIS Quarterly*. Vol.13, No 3 (Probolinggo: Universitas Panca Marga, 2016), 19.

²⁴ Dr. Manahan P. Tampubolon, *Manajemen Operasional (Operation Management)* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2014).

hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri.²⁵ Minat sangat besar pengaruhnya dalam mencapai prestasi dalam suatu pekerjaan, jabatan, atau karir. Sehingga semakin kuat atau dekat hubungan tersebut maka akan menyebabkan semakin besarnya minat.

Indikator minat menggunakan mobile banking yang diukur melalui empat aspek yaitu: keinginan menggunakan mobile banking di masa mendatang, kesesuaian penggunaan mobile banking dengan kebutuhan, dukungan dalam menggunakan mobile banking, keinginan merekomendasikan mobile banking (Amijaya, 2010 : 22). Mobile banking sebagai salah satu bentuk aplikasi sistem juga dapat digunakan untuk meningkatkan produktivitas penggunaannya. Oleh karena itu, penggunaan mobile banking dapat diartikan sebagai kondisi nyata penggunaan layanan mobile banking oleh nasabah bank.

4. TAM (*Technology Acceptance Model*)

Terdapat beberapa model yang digunakan untuk mengetahui penerimaan seseorang terhadap sistem teknologi informasi. Salah satu model tersebut adalah *Technology Acceptable Model* (TAM),²⁶ TAM (*Technology Acceptance Model*) ini dikemukakan oleh Davis (1986: 22) yang mengembangkan kerangka pemikiran tentang minat pemanfaatan teknologi informasi. Model teori TAM ini banyak digunakan untuk mengetahui reaksi pengguna terhadap sistem informasi. TAM adalah model teori bagaimana pengguna mau menerima dan menggunakan teknologi.

TAM berfokus pada sikap terhadap pemakaian teknologi informasi oleh

²⁵ Djaali, *Psikologi Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2018).

²⁶ Davis, *Perceived usefulness*, h.318

pemakai dengan mengembangkannya berdasarkan persepsi manfaat dan kemudahan dalam pemakaian teknologi informasi. Model ini menyediakan dasar teori untuk menelusuri faktor yang menjelaskan pemakaian software dan menghubungkannya dengan kinerja pemakai.

TAM merupakan satu di antara banyak model penelitian yang berpengaruh dalam studi determinan akseptasi teknologi informasi. TAM banyak digunakan untuk memprediksi tingkat akseptasi pemakai (user acceptance) dan pemakaian yang berdasarkan persepsi terhadap kemudahan penggunaan manfaat teknologi informasi. Implikasi akseptasi dapat dipelajari dengan menguji hubungan antara akseptasi teknologi informasi dan dampaknya kepada pemakai individual.²⁷

Habibi dan Zaky (2015: 6) mendefinisikan bahwa minat merupakan salah satu aspek psikis manusia yang dapat mendorong untuk mencapai tujuan. Minat pemanfaatan teknologi berhubungan dengan cara perusahaan merencanakan dan mengatur teknologi informasi dalam mencapai manfaat potensial dan efektif (Bergeron dan Raymond, 1992: 10). Teknologi informasi diterapkan sesuai dengan strategi bisnis. Oleh karenanya, perusahaan dapat mengadopsi berbagai tipe pemanfaatan teknologi tergantung pada strategi bisnisnya.

Pemanfaatan teknologi menunjukkan keputusan individu untuk menggunakan atau tidak menggunakan teknologi dalam menyelesaikan serangkaian tugasnya. Idealnya, dalam hubungannya dengan faktor kecocokan tugas-teknologi, pemanfaatan teknologi diukur dengan seberapa besar proporsi

²⁷ Amijaya, Gilang Rizky. 2010. "Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Minat Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA)". Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

pemakai memilih untuk memanfaatkan sistem. Operasionalisasi tersebut mencerminkan keputusan pemakai untuk menggunakan teknologi berdasarkan hasil evaluasinya atas faktor kecocokan tugas teknologi sehingga pemanfaatan teknologi berlangsung dalam situasi sukarela. Akan tetapi, proporsi tersebut sangat sulit dalam studi lapangan. Sebagai pemecahannya, agar pemanfaatan dikonseptualisasikan sebagai seberapa luas sistem informasi terintegrasi pada setiap tugas rutin individu, baik karena pilihan individu atau karena mandat organisasi. Konsep pemanfaatan tersebut mencerminkan pilihan individu (atau organisasi) untuk menerima sistem, atau institusionalisasi sistem. Konsep ini dioperasionalisasi dengan menanyakan seberapa tinggi ketergantungan pemakai terhadap sederetan daftar sistem informasi berbasis komputer yang tersedia pada organisasi.

5. *Mobile banking*

a. *Pengertian M-banking*

Menurut Riswandi, Budi Agus *M-banking* adalah suatu layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan pengguna kegiatan transaksi perbankan melalui smartphone. *M-banking* atau yang lebih dikenal dengan sebutan *m-banking* merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti handphone, dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui aplikasi (unggulan) pada handphone. Melalui adanya handphone dan layanan m-Banking, 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 handphone nasabah dapat menghemat waktu dan biaya, selain menghemat waktu mobile banking juga bertujuan agar nasabah tidak ketinggalan jaman dalam menggunakan media elektronik yang sudah modern dan juga bisa lebih memanfaatkan media handphone yang biasanya digunakan untuk berkomunikasi tetapi juga dapat digunakan untuk berbisnis atau bertransaksi. Layanan *m-banking* memberikan kemudahan kepada para nasabah untuk melakukan transaksi perbankan seperti cek saldo, transfer antar rekening, dan lain-lain. Dengan fasilitas ini semua orang yang memiliki ponsel dapat dengan mudah bertransaksi dimana saja dan kapan saja.

Pada akhirnya bank beramai-ramai menyediakan fasilitas *m-banking* demi mendapatkan kepuasan dan peningkatan jumlah nasabah. *M-banking* merupakan suatu layanan perbankan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui handphone dengan menggunakan menu yang sudah tersedia di *Subscriber Identity Module Card (SIM Card)* atau biasa dikenal dengan Menu Layanan Data atau SIM Toolkit.

b. Faktor yang mempengaruhi sikap terhadap mobile banking

Adapun faktor yang mempengaruhi sikap konsumen pada penggunaan m-Banking. Ada enam faktor yang mempengaruhi sikap konsumen pada mobile banking yaitu:

1) Keamanan sistem m-Banking.

Keamanan dalam sistem transaksi keuangan melalui sistem online merupakan faktor utama yang menjadi prioritas bagi nasabah untuk

menggunakan jasa layanan mobile banking. Nasabah menuntut kepada pihak penyedia jasa layanan mobile banking untuk dapat memberikan atau menjamin keamanan transaksi keuangan melalui media mobile banking.

2) Kemudahan suatu website untuk diakses.

Kemudahan untuk mengakses sistem layanan secara online melalui media mobile banking merupakan salah satu faktor yang menentukan kesediaan nasabah untuk menggunakan jasa layanan mobile banking. Semakin mudah konsumen dalam mengakses situs atau website perusahaan jasa layanan perbankan secara mobile akan meningkatkan sikap konsumen pada jasa layanan perusahaan serta jasa perusahaan akan menunjang sikap konsumen.

3) Privasi pengguna.

Dalam sistem layanan perbankan / transaksi keuangan secara mobile, nasabah menginginkan privasi yang tinggi. Nasabah tidak mau data dirinya diketahui atau disebarluaskan dengan sengaja oleh perusahaan. Oleh sebab itu, privasi pengguna merupakan salah satu faktor yang menentukan bagi nasabah untuk menggunakan jasa layanan mobile banking.

4) Keandalan layanan (layanan 24 jam).

Transaksi keuangan secara mobile memiliki keunggulan tanpa batas waktu. Perusahaan yang mampu memberikan layanan tanpa batas waktu (24 jam sehari) akan lebih diminati nasabah.

5) Kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan.

Salah satu faktor yang menentukan nasabah untuk menggunakan jasa layanan perbankan (*m-Banking*) adalah kredibilitas perusahaan penyedia jasa

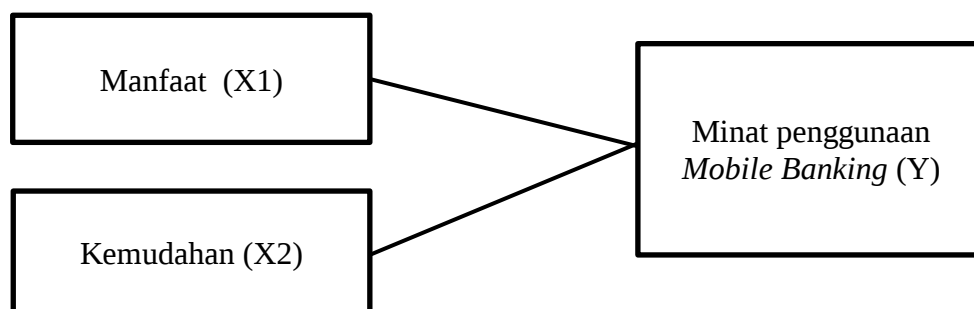
layanan mobile banking. Perusahaan dengan tingkat kredibilitas yang tinggi lebih diminati nasabah untuk digunakan jasa layanan mobile banking-nya.

6) Kecepatan koneksi jaringan.

Konsumen atau nasabah dewasa ini memiliki kebutuhan/tuntutan yang lebih kompleks pada penyedia jasa layanan perbankan secara mobile. Salah satu aspek yang harus dipenuhi adalah kecepatan koneksi dalam sistem perbankan secara mobile. Meskipun kesalahan ini tidak terdapat pada sistem perbankannya melainkan pada provider yang dipakai oleh nasabah tersebut. Provider jaringan tergantung pada sinyal yang ada pada jaringan, kesalahan pada koneksi sering terjadi pada tempat yang jauh dari jangkauan signal.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah model mental bagaimana teori berhubungan dengan beberapa aspek yang telah diidentifikasi sebagai perhatian utama. Kerangka pikir yang baik secara konseptual akan menjelaskan hubungan antar variabel yang akan diteliti.²⁸



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

²⁸ Metode Penelitian Pendidikan, Sugiyono (Bandung: Alfabeta, 2012).

Dari kerangka pikir diatas penelitian ini akan menunjukkan bagaimana hubungan variabel independen terhadap variabel dependen, apakah memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *Mobile Banking*.

D. Hipotesis

Adapun dugaan sementara dengan melihat penelitian terdahulu maka hipotesis penelitian ini adalah:

- 1) H0= Manfaat tidak berpengaruh terhadap minat generasi Z dalam penggunaan *mobile banking* di masa pandemi Covid-19
H1= Manfaat berpengaruh terhadap minat generasi Z dalam penggunaan *mobile banking* di masa pandemi Covid-19
- 2) H0= Kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat generasi Z dalam penggunaan *mobile banking* di masa pandemi Covid-19
H2= Kemudahan berpengaruh terhadap minat generasi Z dalam penggunaan *mobile banking* di masa pandemi Covid-19
- 3) H0= Manfaat dan kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat generasi Z dalam penggunaan *mobile banking* di masa pandemi Covid-19
H3= Manfaat dan kemudahan berpengaruh terhadap minat generasi Z dalam penggunaan *mobile banking* di masa pendemi Covid-19

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian jenis kuantitatif yang dimana pendekatan ini merupakan penelitian yang menggunakan populasi dan sampel tertentu, menggunakan instrument, analisis data dan hipotesis untuk menguji penelitian.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

Adapun waktu pelaksanaan penelitian ini berlangsung sejak tahun 2021 dan direncanakan selesai di tahun 2023. dan lokasi penelitian ini dilakukan di kota palopo.

C. Defenisi Operasional Variabel

Untuk mengetahui dengan jelas arah tujuan dari pembahasan penelitian, maka diberikan definisi dan batasan operasional sebagai berikut:

Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi	Indikator
1	Manfaat (X1)	Keuntungan dan kepentingan dari sesuatu objek dan subjek	a. Keuntungan b. Kepentingan c. Berguna d. Dapat di andalkan

2	Kemudahan (X2)	sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha	a. Fleksibel b. Mudah dimengerti c. Mudah dioperasikan d. Dapat dipercaya
3	Minat (Y)	Minat merupakan kecenderungan rasa suka yang tinggi terhadap sesuatu.	a. Rasa tertarik b. Perhatian c. Rasa ingin

D. Populasi dan sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²⁹

Populasi dalam penelitian ini adalah generasi Z di kota palopo yang pernah menggunakan *mobile banking* baik yang memiliki maupun tidak memiliki aplikasi *mobile banking*. Yang jumlahnya tidak diketahui dan dapat dikatakan dalam kategori tidak terhingga.

Populasi tak terhingga yaitu populasi yang memiliki sumber data yang tidak dapat di tentukan batas-batasnya secara kuantitatif. Oleh karenanya luas populasi bersifat tak terhingga dan hanya dapat di jelaskan secara kualitatif.³⁰

Sampel adalah sebagian untuk di ambil dari keseluruhan obyek yang diteliti dan dianggap mewakili seluruh populasi.³¹ Pada penelitian ini, masyarakat

²⁹ Sugiyono, *Administras, Metode Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 1998).

³⁰ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi Dan KebijakanPublik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Bandung: Kencana Prenada Media Group, 2009).

³¹ Soekidjo Notoadmodjo, *Metodologi Penelitian Kesehatan* (Jakarta: rineka cipta, 2007).

kota palopo yang menjadi sampel responden adalah generasi Z yang pernah menggunakan mobile banking dimasa pendemi covid-19 baik yang memiliki maupun tidak memiliki aplikasi mobile banking, dengan menggunakan pengambilan sampel non probability atau disebut juga non peluang yang berupa *accidental sampling* yaitu suatu metode penentuan sampel dengan menggunakan responden yang kebetulan ada atau tersedia disuatu tempat sesuai dengan konteks penelitian (Notoatmodjo,2019)

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga. Berikut rumus Lemeshow yaitu³²:

$$n = \frac{Z^2_{1-\alpha/2} P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

z : Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p : Maksimal estimasi 50% = 0,5

d : alfa (0,10) atau sampling error = 10%

melalui rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan di ambil adalah:

$$n = \frac{Z^2_{1-\alpha/2} P(1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

³² Janeila Klar & Stephen K.Lwanga Stanley Lemeshow, David W.Hoamer J, 'Besar Sampel Dalam Peneltitian Kesehatan' (Gajah Mada University Press, Yogyakarta, 1997).

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 100$$

Sehingga berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan adalah 96,4 = 100 orang sehingga pada penelitian ini setidaknya penulis harus mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya sejumlah 100 orang.

E. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah jenis data yang digali dan digali dari sumber utama (original source) baik berupa data kuantitatif maupun kualitatif. Survei dapat mengambil tipe data dari sumber pertama, terlepas dari apakah responden adalah sektor swasta atau bisnis. Oleh karena itu, data primer merupakan data murni langsung dari hasil survei lapangan dan harus diolah lebih lanjut menggunakan data primer tersebut melalui sebaran survei.³³

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari berbagai informasi yang telah ada sebelumnya yang dikumpulkan oleh pihak lain atau pihak kedua, ketiga dan seterusnya. data ini dapat berasal dari literatur atau naskah akademik, buku, jurnal dan sebagainya.

F. Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategi dalam

³³ Muhammad Teguh, "Metode Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi," (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), 122.

penelitian karena tujuan utama adalah mendapatkan data. Dalam penelitian ini metode data yang di gunakan untuk memenuhi kebutuhan data adalah metode survey, survey merupakan metode pengumpulan data primer dari sekelompok individu dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan dalam bentuk kuesioner kepada responden individu³⁴.

G. Instrumen penelitian

Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrumen penelitian. Instrument penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun social yang diamati, semua fenomena tersebut disebut variabel penelitian.³⁵ Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuisisioner atau kuisisioner yang dibuat oleh peneliti dan diberikan kepada responden, dalam hal ini pembeli di mobile banking, yang kemudian menjawabnya.

Kemudian jawaban dari responden dicatat, diolah, dan dianalisis. Pertanyaan terstruktur sistematis dikenal dengan istilah kuesioner. Data yang diperoleh dengan kuesioner dihitung dengan menggunakan teknik penilaian dan skala pengukuran instrumen, khususnya skala Likert. Skala *likert* terdiri dari dua bagian yaitu item dan evaluasi. Bagian item yaitu berisi tentang pernyataan, sedangkan bagian evaluasi berisi tentang tanggapan seperti “sangat setuju” sampai “sangat tidak setuju”. Skala lima titik digunakan disini dengan panduan sebagai berikut.

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)* (Bandung: Alfabeta, 2008).

³⁵ Salim Syahrums, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Citapustaka Media, 2014).

Tabel 3.2
Penetapan Skor Alternatif Jawaban Angket

No	Kategori Jawaban	Pernyataan Positif
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Dengan menggunakan skala likert 5 point, caranya dengan menghadapkan responden pada sejumlah pertanyaan dan kemudian diminta untuk memberikan jawaban atas tingkat pelaksanaan yang terdiri dari sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju.

H. Uji validitas dan reliabilitas instrument

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan sah jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (untuk setiap butir dapat dilihat pada kolom *corrected item-total correlations*). Jika r hitung $>$ r table, maka pertanyaan tersebut dikatakan valid. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Meteran

yang valid dapat digunakan untuk mengukur panjang dengan teliti, karena meteran memang alat untuk mengukur panjang. Meteran tersebut menjadi tidak valid jika digunakan untuk mengukur berat.³⁶

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai $\alpha > 0,6$. Instrumen yang *reliable* adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Alat ukur panjang dari karet adalah contoh instrumen yang tidak *reliable*/konsisten.³⁷

I. Teknik Pengolahan Dan Analisis Data

1. Teknik pengolahan data

Pengelolaan data adalah suatu proses untuk memproses data atau angka ringkasan berdasarkan kelompok data mentah. Data atau angka ringkasan dapat berupa jumlah (total), presentase, proporsi, rata-rata, dan sebagainya. Pengelolaan data menggunakan teknik statistik yang dilakukan berdasarkan jenis variabel/data kategori maupun numeric, dapat dilakukan dengan menggunakan

³⁶ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2017), 121

³⁷ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2017), 121

komputer dengan aplikasi pengelolaan data seperti Ms Excel SPSS (Statistical and Service Solution) dan aplikasi lainnya yang dapat di gunakan untuk mengelola data berbasis statistik.³⁸

2. Teknik Analisis Data

Adapun teknik analisis data dari penelitian ini yaitu:

1) Uji asumsi klasik

a. Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji bahwa data penelitian yang dilakukan mempunyai distribusi yang standar atau tidak (dapat dikatakan data yang baik jika data telah standar/normal dalam pendistribusiannya).³⁹

b. Uji multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan agar mengetahui besarnya hubungan linear atau hubungan yang kuat antar variabel bebas dalam penelitian ini. Apabila terjadi korelasi, disebut terdapat masalah multikolinieritas. Cara untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas, dilihat pada angka tolerance dan VIF. Bila nilai toleransi di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.⁴⁰

³⁸ Supranto J, *Statistik Teori Dan Aplikasi, Edisi Keenam* (Jakarta: Erlangga, 24AD).

³⁹ Hadijah Syamsul, Basri Modding, and Ratna Dewi, 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Dessert Pada By.Uwibama Di Kota Makassar', *PARADOKS: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 4.2 (2021), 462 <<https://jurnal.fe.umi.ac.id/index.php/PARADOKS/article/view/794>>.

⁴⁰ Rissa G P S Yan, Agusta Repi, and Bode Lumanauw, 'Pengaruh Promosi Penjualan Dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Pt Tridjaya Mulia Sukses Manado', *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6.1 (2018), 106 <<https://doi.org/10.35794/emba.v6i1.18831>>.

c. Uji heteroskedastisitas

Ghozali berpendapat, uji heteroskedastisitas bertujuan menguji model regresi apakah terdapat ketidaksamaan pada variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.⁴¹

2) Uji linearitas

Menurut Sugiyono dan Susanto uji linearitas dapat dipakai untuk mengetahui apakah variabel terikat dengan variabel bebas memiliki hubungan linear atau tidak secara signifikan. Uji linearitas dapat dilakukan melalui test of linearity. Kriteria yang berlaku adalah jika nilai signifikansi pada linearity $\leq 0,05$, maka dapat diartikan bahwa antara variabel bebas dan variabel terikat terdapat hubungan yang linear.

3) Uji regresi berganda

Ini merupakan teknik yang digunakan untuk mengukur efek dua atau lebih variabel independen pada variabel dependen tunggal yang diukur pada skala rasio.

Dengan menggunakan rumus:

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

Dimana:

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

e = Error

Y = Minat Generasi Z Mobil Banking

X₁ = Manfaat

⁴¹ Fenny Krisna Mapauang et al., "Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe," *Jurnal Manajemen* 7, no. 1 (2021): 49–64, <https://www.ejournal.lmiimedan.net/index.php/jm/article/view/134>.

X_2 = Kemudahan

4) Uji hipotesis

a. Uji signifikansi parsial (Uji-T)

Uji t (persial) digunakan untuk menunjukkan besarnya pengaruh variabel bebas (independen) secara parsial terhadap variabel terikat (dependen). Dengan kata lain Uji t dilakukan guna membandingkan tingkat signifikansi dan α (0,05) yaitu:

- 1) Bila nilai sig > 0,05 maka H_0 ditolak H_a diterima, artinya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) tidak signifikan.
- 2) Bila nilai sig < 0,05 maka H_0 diterima H_a ditolak, artinya variabel beba⁴²s (X) terhadap variabel terikat (Y) signifikan.

b. Uji signifikan simultan (Uji-F)

Pada penelitian ini menggunakan uji simultan (Uji-F), agar mengetahui pengaruh bauran pemasaran (X) yaitu produk (X1), harga (X2), lokasi (X3) dan promosi (X4) secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pembelian (Y). Dalam penelitian ini menggunakan uji-f, untuk menguji hipotesis secara keseluruhan variabel yang digunakan.

Berikut rumus uji-f menurut Sugiyono sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2 / K}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

⁴² Vina Angelika Taslim and Charisma Ayu Pramuditha, 'Pengaruh Harga , Promosi , Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Restoran Magal Korean BBQ House Palembang', *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 2.2 (2021), 148 <<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/Proceedings/article/view/6923>>.

Dimana:

F = Nilai F (F_{hitung})

R^2 = Koefisien korelasi berganda

K = Jumlah variabel bebas

n = Ukuran sampel dasar pengambilan keputusan uji f

n = Ukuran sampel

Standar pengambilan keputusan dalam uji f ialah sebagai berikut:

- a) Jika tingkat signifikan lebih besar 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, sebaliknya H_1 , ditolak.
- b) Jika tingkat signifikan lebih kecil 0.05 maka dapat disimpulkan H_0 ditolak, sebaliknya H_1 diterima.⁴³

5) Uji koefisien determinasi (R^2)

Uji ini digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel (X) dengan variabel (Y), dengan cara menggunakan analisis koefisien determinasi yang biasa disebut Kd . Cara memperolehnya dengan mengkuadratkan nilai koefisien korelasi yang disampaikan dalam bentuk persentase.

$$Kd = r^2 \times 100 \%$$

Dimana:

KD = Nilai koefisien determinasi

r^2 = Nilai koefisien korelasi.⁴⁴

⁴³ Wiwi Kurnianingsih.

⁴⁴ Sugiyanto Sugiyanto Wiwi Kurnianingsih, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Nestle Indonesia', *Skripsi Respositari*, 1.1 (2019), 520 <<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/Proceedings/article/view/6923>>.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Penelitian

Mobile banking merupakan salah satu inovasi layanan yang dikeluarkan bank sebagai respon dari kemajuan teknologi. Mobile banking diluncurkan pertama kali tahun 2013 oleh salah satu bank swasta nasional terbesar Indonesia yakni Bank Central Asia (BCA). Respon yang baik dari masyarakat terhadap kegunaan dan kemudahan yang ditawarkan mobile banking mendorong banyak bank untuk mengeluarkan produk yang sama, tentunya dengan kegunaan dan promosi sebagai diferensiasi. Hal ini sesuai dengan penelitian Sudaryanti et al., (2018) yang menyatakan bahwa terdapat 18 bank penyedia mobile banking yang dapat diakses pada smartphone dari total 43 bank yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Perkembangan fungsi mobile banking sejalan dengan pertumbuhan volume dan jumlah transaksi didalamnya. Saat ini, penggunaan mobile banking bukan hanya berfungsi untuk mentransfer dana atau pengecekan saldo, akan tetapi dapat membantu pembayaran tagihan listrik, tagihan air, tiket berbagai transportasi, paket data, multifinance, bahkan pelunasan pembayaran haji. Berdasarkan Corporate Presentation BNI, BRI, BCA, MANDIRI Q1 2022, pertumbuhan volume transaksi mobile banking terjadi sampai dengan 90% dibandingkan tahun lalu dengan jumlah transaksi tertinggi mencapai 125 juta pada kuartal I 2020. Tingginya penggunaan mobile banking tidak terlepas dari peran mahasiswa dalam menerapkan cashless transaction. Oleh karena itu, peneliti telah melakukan

penyebaran kuesioner secara daring pada 96 generasi Z dari seluruh nasabah masyarakat Palopo.

B. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden Penelitian

Pada bagian ini akan dideskripsikan mengenai data-data deskriptif yang diperoleh dari survei terhadap responden. Data deskriptif yang menggambarkan keadaan atau kondisi responden yang digunakan sebagai informasi untuk mengungkap data identitas responden. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 96 orang .

a. Deskripsi Menurut Usia Responden

Responden yang diteliti berdasarkan usia. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana keterlibatan nasabah dari usia dalam menilai manfaat, kemudahan dan minat generasi Z dalam mobile banking.

Tabel 4.1

Persentase Usia Responden

No	Usia	Jumlah	
		Frekuensi	Persentase
1	>25 tahun	0	0
2	21-25 tahun	93	87%
3	16-20 tahun	14	13%
4	12-15 tahun	0	0
Total		107	100%

Sumber data primer (diolah 2022)

Dari tabel 4.1 persentase usia responden tersebut terdiri dari usia >25 tahun sebanyak 0%, usia 21-25 tahun sebanyak 93 orang (86,91%), usia 16-20 tahun sebanyak 14 orang (13,08%) dan 12-15 tahun sebanyak 0 %.

b. Deskripsi Menurut Jenis Kelamin Responden

Responden yang diteliti berdasarkan jenis kelamin. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana keterlibatan nasabah dari jenis kelamin dalam menilai manfaat, kemudahan dan minat generasi Z dalam mobile banking.

Tabel 4.2

Persentase jenis kelamin responden

No	Jenis kelamin	Jumlah	
		Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	30	28%
2	Perempuan	77	72%
Total		107	100%

Sumber data primer (diolah 2022)

Dari tabel 4.2 tersebut responden yang terdiri dari jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Responden yang jenis kelamin laki-laki 26 orang (27,08%) dan sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 70 orang (72,91%).

c. Deskripsi Menurut Pekerjaan Responden

Responden yang diteliti berdasarkan pekerjaan. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana keterlibatan nasabah dari pekerjaan dalam menilai manfaat, kemudahan dan minat generasi Z dalam mobile banking.

Tabel 4.3
Persentase pekerjaan responden

No	Pekerjaan	Jumlah	
		Frekuensi	Persentase
1	Mahasiswa/pelajar	60	56%
2	Wirasuasta	9	8%
3	Pengusaha	3	2%
4	Lainya	37	34%
Total		107	100%

Sumber data primer (diolah 2022)

Dari tabel 4.1 tersebut responden yang terdiri dari jenis pekerjaan mahasiswa/pelajar, wirasuasrta, pengusaha dan lainnya . Responden yang pekerjaan sebagai mahasiswa/pelajar sebanyak 60 orang (56%), responden yang pekerjaanya sebagai wirasuasta sebanyak 9 orang (8%), responden yang jenis pekerjaanya sebagai pengusaha sebanyak 3 orang (2%). Dan responden yang pekerjaanya yang lainnya sebanyak 37 orang (34%).

d. Deskripsi Menurut Apakah anda merupakan pengguna atau pernah menggunakan mobile banking Responden

Responden yang diteliti berdasarkan apakah anda merupakan pengguna atau pernah menggunakan mobile banking. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana keterlibatan nasabah dari apakah anda merupakan pengguna atau pernah menggunakan mobile banking dalam menilai manfaat, kemudahan dan minat generasi Z dalam mobile banking.

Tabel 4.4
Persentase responden pengguna atau pernah menggunakan mobile banking

No	Yang menggunakan	Jumlah	
		Frekuensi	Persentase
1	Ya	96	89,71%
2	Tidak	11	10,29%
Total		107	100%

Sumber data primer (diolah 2022)

Dari tabel 4.1 tersebut responden yang terdiri yang menggunakan mobil banking dan tidak menggunakan mobile banking . yang menggunakan mobile banking sebanyak 96 orang (89,71%) dan sedangkan yang tidak menggunakan mobile banking sebanyak 11 orang (10,29%).

e. Deskripsi menurut Mobile Banking yang digunakan Responden

Responden yang diteliti berdasarkan Mobile Banking yang digunakan. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana keterlibatan nasabah dari usia Mobile Banking yang digunakan dalam menilai manfaat, kemudahan dan minat generasi Z dalam mobile banking.

Tabel 4.5**Tabel persentase mobile banking yang digunakan responden**

No	Mobile banking yang digunakan	Jumlah	
		Frekuensi	Persentase
1	Mobile Banking BRI	60	56,1%
2	Mobile Banking BNI	9	8,4%
2	Mobile Banking BCA	7	6,5%
3	Mobile Banking Mandiri	10	9,3%
4	Lainya	21	19,6%
Total		107	100%

Sumber data primer (diolah 2022)

Dari tabel 4.1 tersebut responden yang jenis mobile banking yang digunakan terdiri dari mobile banking BRI, mobile banking BNI, mobile banking BCA, mobile banking Mandiri dan yang lainnya . Responden yang menggunakan mobile banking BRI sebanyak 60 orang (56,1%), responden yang menggunakan mobile banking BNI sebanyak 9 orang (8,4%), responden yang menggunakan mobile banking BCA sebanyak 7 orang (6,5%), responden yang menggunakan mobile banking mandiri 10 orang(9,3%). Dan responden yang menggunakan mobile banking yang lainnya sebanyak 21 orang (19,6%).

f. Deskripsi Menurut Lama Penggunaan Responden

Responden yang diteliti berdasarkan lama pengguna. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana keterlibatan nasabah dari lama pengguna dalam menilai manfaat, kemudahan dan minat generasi Z dalam mobile banking.

Tabel 4.6

Persentase lama penggunaan mobile banking

No	Lama pengguna	Jumlah	
		Frekuensi	Persentase
1	>1 tahun	51	47,6%
2	<1 tahun	52	48,6%
3	1 tahun	4	3,7%
Total		107	100%

Sumber data primer (diolah 2022)

Dari tabel 4.6 tersebut responden lama pengguna mobile banking >1 tahun, <1 tahun dan 1 tahun . Responden yang lama pengguna mobile bankin >1 tahun sebanyak 51 orang (47,6%), responden yang lama menggunakan mobile banking <1 tahun sebanyak 52 orang (48,6%) dan rsponden yang menggunakan mobile banking selama 1 tahun sebanyak 4 orang (3,7%).

2. Deskripsi Jawaban Responden

Data deskriptif menampilkan gambaran umum mengenai jawaban responden atas pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner. Berdasarkan hasil jawaban responden sebanyak 96 orang responden tentang variabel-variabel penelitian ini. Penyampaian gambaran empiris atas data yang digunakan dalam

penelitian secara deskriptif adalah dengan menggunakan angka persentase atau persen. Melalui angka persentase atau persen akan dilakukan sejauh mana derajat persepsi responden atas variabel-variabel yang menjadi indikator dalam penelitian.

a) Deskripsi variabel manfaat(X1)

Table 4.7

Hasil Analisis Deskripsi Untuk Variabel manfaat

No	Alternative jawaban					Total
	1	2	3	4	5	
P1	1	3	15	49	39	100%
	0,93%	2,8%	14%	45,8%	36,44%	
P2	1	3	14	55	34	100%
	0,93%	2,8%	13,08%	51,4%	31,77%	
P3	0	14	18	54	31	100%
		13%	16%	50%	28%	
P4	1	14	15	57	34	100%
	0,93%	13%	14%	53%	31,7%	
P5	1	5	22	56	23	100%
	0,93%	4,67%	20,56%	52,33 %	21,49%	
P6	0	4	10	55	38	100%
		3,8%	9.3%	51,4%	35,5%	

Sumber: Data Primer (diolah 2022)

Tabel 4.7 dari tabel diatas menjelaskan Mobile Banking sangat

menguntungkan saya selama pendemi covid-19. Responden yang menjawab pertanyaan sangat setuju sebanyak 39 orang (36,44%), responden yang menjawab pertanyaan setuju sebanyak 49 orang (45,8%), responden yang menjawab pertanyaan kurang setuju sebanyak 15 orang (14%) , responden yang menjawab pertanyaan tidak setuju sebanyak 3 orang (2,8%), dan responden yang menjawab pertanyaan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (0,93%).

Dalam menggunakan Mobile Banking ini pekerjaan saya menjadi lebih mudah. . Responden yang menjawab pertanyaan sangat setuju sebanyak 34 orang (31,77%), responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 55 orang (51,4%), responden yang menjawab pertanyaan kurang setuju Sebanyak 14 orang (13,08%), responden yang menjawab pertanyaan tidak setuju tersebut 3 orang (2,8%) dan responden yang menjawab pertanyaan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (0,93%).

Mobile Banking bermanfaat untuk berbagai aktivitas saya saat ini khususnya di masa pendemi Covid-19. Responden yang menjawab pertanyaan sangat setuju sebanyak 31 orang (28%), responden yang menjawab pertanyaan setuju sebanyak 54 orang (50%), responden yang menjawab pertanyaan kurang setuju sebanyak 18 orang (16%), responden yang menjawab pertanyaan tidak setuju sebanyak 14 orang (13%), dan responden yang menjawab pertanyaan sangat tidak setuju 0 .

Fitur yang terdapat dalam Mobile Banking sangat membantu dalam melancarkan pekerjaan saya. Responden yang menjawab pertanyaan sangat setuju sebanyak 34 orang (31,7 %), responden yang menjawab pertanyaan setuju sebanyak 57 orang (53%), responden yang menjawab pertanyaan kurang setuju

sebanyak 15 orang (14%), responden yang menjawab pertanyaan tidak setuju sebanyak 14 orang (13%), responden yang menjawab pertanyaan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (0,93%).

Melalui Mobile Banking saya mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Responden sangat setuju sebanyak 23 orang (21,49%), responden setuju 56 orang (52,33%), responden kurang setuju 22 orang (20,56%), responden tidak setuju 5 orang (4,67%), dan responden sangat tidak setuju 1 orang (0,93%).

Mobile Banking dapat diandalkan untuk mempermudah transaksi saya. Responden sangat setuju sebanyak 38 orang (35,5%), responden setuju 55 orang (51,4%), responden kurang setuju 10 orang (9,3%), responden tidak setuju 4 orang (3,8%), dan responden sangat tidak setuju 0.

b) Deskripsi variabel kemudahan (X2)

Table 4.8

Hasil Analisis Deskripsi Untuk Variabel kemudahan

No	Alternative jawaban					Total
	1	2	3	4	5	
P1	1	4	12	52	38	100%
	0,93%	3,73%	11,21%	48,6%	35,51%	
P2	0	2	9	59	37	100%
		1,86%	8,41%	55,14%	34,57%	
P3	0	4	13	62	28	100%
		3,73%	12,14%	58%	26,16%	

P4	0	3 2,80 %	11 10,2 %	64 59,9 %	29 27,10 %	100 %
P5	0	4 3,73 %	12 11,2 %	62 58 %	29 27,10 %	100 %
P6	0	3 2,80 %	14 13 %	62 58 %	28 26,16 %	100 %

Sumber: Data Primer (diolah 2022)

Tabel 4.8 dari tabel diatas menjelaskan Penggunaan Mobile Banking tidak terbatas oleh waktu, sehingga dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Responden yang menjawab pertanyaan sangat setuju sebanyak 38 orang (35,51%), responden yang menjawab pertanyaan setuju sebanyak 52 orang (48,6%), responden yang menjawab pertanyaan kurang setuju sebanyak 12 orang (11,21%), responden yang menjawab pertanyaan tidak setuju 4 orang (3,73%) dan responden yang menjawab pertanyaan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (0,93%).

Penggunaan Mobile Banking sangat fleksibel sehingga memudahkan saya melakukan transaksi. Responden yang menjawab pertanyaan sangat setuju sebanyak 37 orang (34,57%), responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 59 orang (55,14%), responden yang menjawab pertanyaan kurang setuju Sebanyak 9 orang (8,41%), responden yang menjawab pertanyaan tidak setuju tersebut 2 orang (1,86%) dan responden yang menjawab pertanyaan sangat tidak setuju 0.

Sistem transaksi mobile banking mudah di mengerti. Responden yang menjawab pertanyaan sangat setuju sebanyak 28 orang (26,16%), responden yang menjawab pertanyaan setuju sebanyak 62 orang (58%), responden yang menjawab pertanyaan kurang setuju sebanyak 13 orang (12,14%), responden yang menjawab pertanyaan tidak setuju sebanyak 4 orang (3,73%), dan responden yang menjawab pertanyaan sangat tidak setuju 0.

Mobile Banking memiliki sistem transaksi yang jelas sehingga mudah di mengerti. Responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 29 orang (27,10%), responden yang menjawab setuju sebanyak 64 orang (59,9%), responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 11 orang (10,2%), responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 3 orang (2,80%), dan responden yang menjawab sangat tidak setuju 0.

Mobile Banking mudah untuk di operasikan. Responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 29 orang (27,10%), responden yang menjawab setuju sebanyak 62 orang (58%), responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 12 orang (11,2%), responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 4 orang (3,73%), dan responden yang menjawab sangat tidak setuju 0.

Mobile Banking dapat di percaya keamanannya. Responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 28 orang (26,16%), responden yang menjawab setuju 62 orang (58%), responden yang menjawab kurang setuju 14 orang (13%), responden yang menjawab tidak setuju 3 orang (2,80%), dan responden yang menjawab sangat tidak setuju 0.

c) Deskripsi variabel minat (Y)

Table 4.9

Hasil Analisis Deskripsi Untuk Variabel minat

No	Alternative jawaban					Total
	1	2	3	4	5	
P1	1 0,93%	3 2,80%	11 10,28%	58 54,20%	34 31,8%	100%
P2	0	4 3,73%	14 13,08%	59 55,14%	30 28,03%	100%
P3	0	5 4,67%	18 16,9%	54 50,46%	30 28,03%	100%
P4	0	4 3,73%	18 16,9%	56 52,33%	29 27,10%	100%
P5	0	4 3,73%	11 10,28%	64 60%	27 25,23%	100%

Sumber: Data Primer (diolah 2022)

Tabel 4.9 dari tabel diatas menjelaskan Saya tertarik menggunakan mobile banking. Responden yang menjawab pertanyaan sangat setuju sebanyak 34 orang (31,8%), responden yang menjawab pertanyaan setuju sebanyak 58 orang (54,20%), responden yang menjawab pertanyaan kurang setuju sebanyak 11 orang (10,28%), responden yang menjawab pertanyaan tidak setuju sebanyak 3 orang (2,80%) , dan responden yang menjawab pertanyaan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (0,93%).

Kemudahan transaksi yang di berikan oleh Mobile Banking membuat saya tertarik untuk selalu menggunakannya. Responden yang menjawab pertanyaan sangat setuju sebanyak 30 orang (28,03%), responden yang menjawab pertanyaan setuju sebanyak 59 orang (55,14%), responden yang menjawab pertanyaan kurang setuju Sebanyak 14 orang (13,08%), responden yang menjawab pertanyaan tidak setuju sebanyak 4 orang (3,73%) dan responden yang menjawab pertanyaan sangat tidak setuju 0.

Kemudian untuk pernyataan Mobile Banking sangat menarik perhatian saya. Responden yang menjawab pertanyaan sangat setuju sebanyak 30 orang (28,03%), responden yang menjawab pertanyaan setuju sebanyak 54 orang (50,46%), responden yang menjawab pertanyaan kurang setuju sebanyak 18 orang (16,9%), responden yang menjawab pertanyaan tidak setuju sebanyak 5 orang (4,67%), dan responden yang menjawab pertanyaan sangat tidak setuju.

Kemudian untuk pernyataan Saya berminat mereferensikan Mobile Banking kepada orang lain. Responden yang menjawab pertanyaan sangat setuju sebanyak 29 orang (27,10%), responden yang menjawab pertanyaan setuju sebanyak 56 orang (52,33%), responden yang menjawab pertanyaan kurang setuju sebanyak 18 orang (16,9%), responden yang menjawab pertanyaan tidak setuju sebanyak 4 orang (3,73%), responden yang menjawab pertanyaan sangat tidak setuju.

Kemudian untuk pernyataan Saya berminat mereferensikan Mobile Banking kepada orang lain. Responden yang menjawab pertanyaan sangat setuju sebanyak 27 orang (25,23%), responden yang menjawab pertanyaan setuju sebanyak 64 orang (60%), responden yang menjawab pertanyaan kurang setuju sebanyak 11

orang (10,28%), responden yang menjawab pertanyaan tidak setuju sebanyak 4 orang (3,73%), responden yang menjawab pertanyaan sangat tidak setuju.

C. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas instrument variabel digunakan untuk menentukan seberapa besar item dari variabel yang diteliti dan uji validitas akan menguji masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dimana keseluruhan item variabel penelitian memuat 17 pertanyaan yang harus dijawab oleh responden. Pengujian signifikan dilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel pada tingkat signifikan 0,05 dengan uji satu arah, didapatkan nilai r tabel $df = (N-2)$, yaitu 0,306 (r tabel terdapat pada lampiran). Jika nilai positif dan r hitung $\geq$ r tabel maka item dapat dinyatakan valid jika r hitung $<$ r tabel maka item dinyatakan tidak valid. Hasil uji validitas untuk masing-masing instrument penelitian variabel dengan menggunakan output SPSS versi 25 dapat dijelaskan pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.10

Uji validitasi

Variabel	Item	Corrected Item- Total Correaltion	rtabel	Keterangan
Manfaat (X1)	P1	0.904 ^{**}	0,306	Valid
	P2	0.920 ^{**}	0,306	Valid
	P3	0.842 ^{**}	0,306	Valid
	P4	0.922 ^{**}	0,306	Valid

	P5	0.911 ^{**}	0,306	Valid
	P6	0.887 ^{**}	0,306	Valid
Kemudahan (X2)	P1	0.839 ^{**}	0,306	Valid
	P2	0.884 ^{**}	0,306	Valid
	P3	0.897 ^{**}	0,306	Valid
	P4	0.910 ^{**}	0,306	Valid
	P5	0.898 ^{**}	0,306	Valid
	P6	0.844 ^{**}	0,306	Valid
Minat (Y)	P1	0.875 ^{**}	0,306	Valid
	P2	0.857 ^{**}	0,306	Valid
	P3	0.921 ^{**}	0,306	Valid
	P4	0.885 ^{**}	0,306	Valid
	P5	0.883 ^{**}	0,306	Valid

Sumber: Data output SPSS 25 (diolah 2021)

Berdasarkan tabel 4.8 di atas dari masing-masing hasil penelitian, Karena nilai korelasi item total korelasi lebih besar dari $r_{\text{tabel}} = 0,306$, maka semua variabel dapat dinyatakan valid berdasarkan tabel 4.8 dari masing-masing hasil penelitian. Hasil uji validitas instrumen dengan metode korelasi Pearson, masingmasing variabel dalam penelitian ini valid dan reliabel, sehingga memungkinkan untuk dilakukan analisis lebih lanjut.

2. Uji Realibilitas

Uji relibilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Relibilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dipakai

dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran relatif sama maka alat ukur tersebut reliable. Pada penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan Alpa Cronbach's.

Pengambilan keputusan berdasarkan nilai Alpa Cronbach's jika nilai α melebihi α atau sama dengan 0,6 maka pernyataan tersebut reliable dan sebaliknya.

Hasill uji reliabilitas untuk semua variabel penelitian sebagai berikut:

Tabel 4.11

Uji Realibilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.938	3

Sumber data primer (diolah 2022)

Berdasarkan tabel 4.11 olah data reabilitas atas semua butir instrument penelitian diatas menunjukkan bahwa 3 variabel Manfaat, Kemudahan dn Minat Semuanya di anggap reliable sebab memiliki nilai cronbach alpa di atas 0,05 di mana nilai cronbach alpa di peroleh sebesar 0,938.

D. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk menentukan apakah variabel berdistribusi normal atau tidak pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-smirnov. Jika tingkat signifikan 0,05 ($\alpha=5\%$) maka data penelitian berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dengan menggunakan

program SPSS adalah sebagai berikut.

Untuk analisisnya dengan menggunakan output SPSS versi 25 dapat di lihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.12

Uji Normalitas

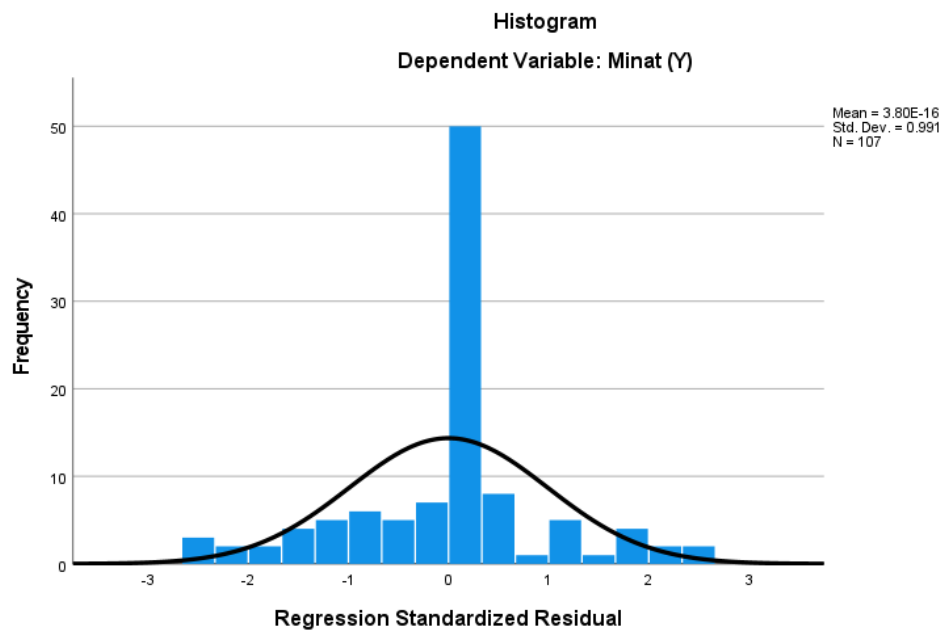
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			107
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.30696330
Most Extreme Differences	Absolute		.240
	Positive		.199
	Negative		-.240
Test Statistic			.240
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			<.001
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.000
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.000
		Upper Bound	.000
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.			

Sumber data primer (diolah 2022)

Berdasarkan tabel 4.12 hasil output one sampel kolmogov-smirnow test pada uji normalitas diketahui bahwa nilai signifikan Asymp.sig (2-tailed) sebesar <0,001 karena lebih besar dari 0,05 ($0,001 > 0,05$) maka nilai residual tersebut telah normal.

Pengujian dari hasil Kolmogorov smirnov z (KS) dengan asumsi pola

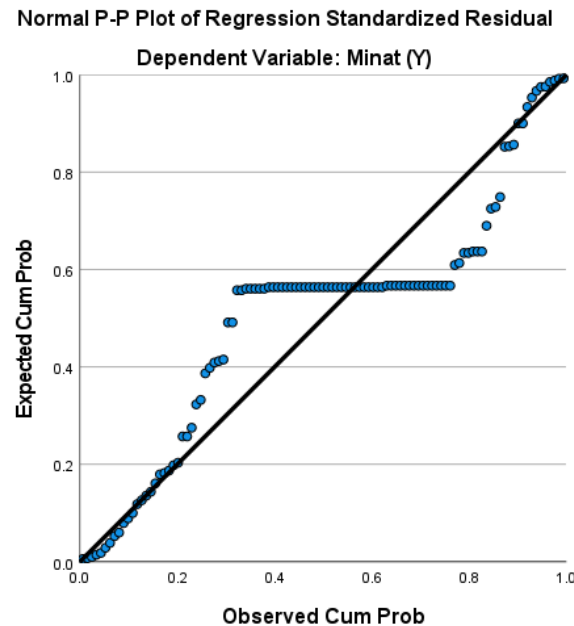
jawaban telah mengikuti pola distribusi normal, ini dapat di lihat pada hasil pola kurva histogram mengikuti garis bantuan dari variabel loyalitas konsumen dalam kurva histogram berikut ini.



Gambar 4.1 Kurva Histogram

Sumber: Data primer 2021, statistis 25 SPSS

Kesimpulan dari ini juga didukung dengan Grafik P-pot plot untuk melihat hasil plot data yang menunjukkan bahwa data dari variable bauran pemasaran menyebar disekitaran garis lurus berikut ini.



Gambar 4.2 Grafik P-Plot Plot

Sumber: Data primer 2021, statistis 25 SPSS

b. Uji Multikorelitas

Multikolinearitas merupakan salah satu pelanggaran kondisi ideal yang disebabkan adanya hubungan linear diantara variabel regresi. Multikolineritas bias dideteksi dengan melihat nilai R^2 , dimana nilai tinggi sedangkan tidak ada satupun koefisien regresi (secara parsial) yang signifikan.

Selain itu, multikorenelitas dapat juga dideteksi dengan menggunakan indicator Tolerance dan Variance Inflation Facktor (VIF). Hasil analisis SPSS menunjukkan nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) untuk masing-masing variable adalah sebagai berikut:

Tabel 4.13
Uji Multikorelitas

Residuals Statistics^a					
	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	9.81	24.78	20.30	3.161	107
Residual	-3.346	3.226	.000	1.307	107
Std. Predicted Value	-3.318	1.417	.000	1.000	107
Std. Residual	-2.536	2.445	.000	.991	107

a. Dependent Variable: Minat (Y)

Sumber data primer (diolah 2022)

Berdasarkan table 4.13 menunjukkan yang disajikan pada tabel di atas menunjukkan bahwa masing-masing variabel bebas memiliki nilai toleransi lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10. Dengan demikian dapat di simpulkan bahwa, masing-masing variabel bebas dalam regresi tidak mengalami multikolonetitas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variable dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali). Cara mendeteksikannya adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik Scatterplot antara SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y adalah Y yang telah diperiksa, dan sumbu X adalah rasidul ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-standarliized (Ghozali, 2001). Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas adalah:

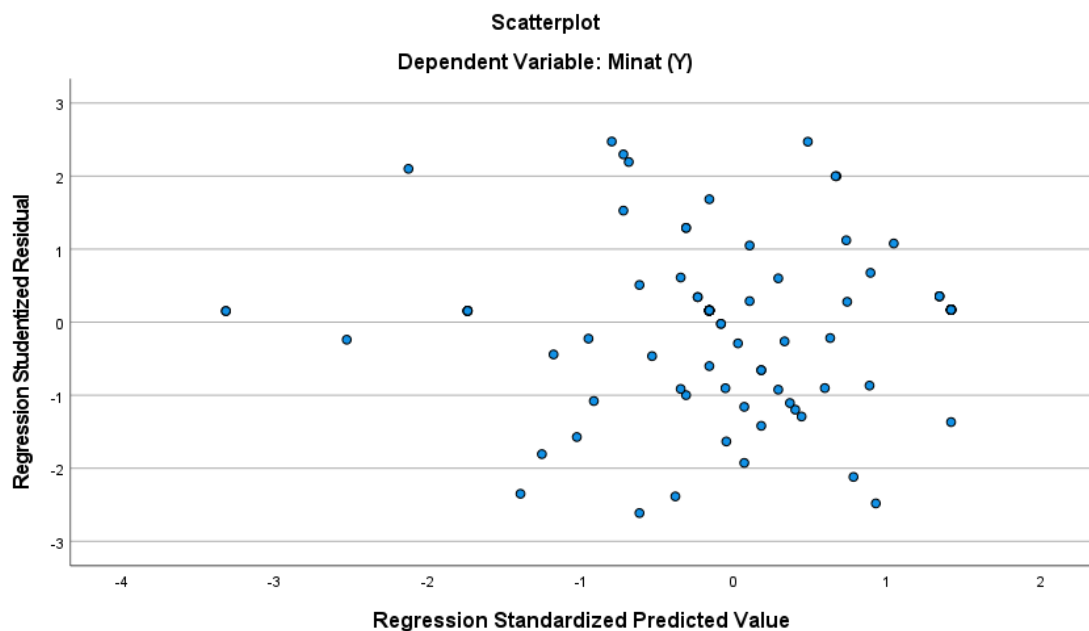
- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu teratu (bergelombang, melebur kemudian menyimpang), maka pengindikasikan telah

terjadi heteroskedastisitas.

- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas menghasilkan grafik pola penyebarab titik (scatterplot) seperti pada gambar 4.3 berikut

Gambar 4.3

Pengujian heteroskedastisitas



Sumber data primer (diolah 2022)

Berdasarkan gambar 4.3 hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk pola tertentu atau tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heroskedastisitas.

Dengan demikian, asumsi-asumsi normalitas, multikolineritas dan heteroskedastisitas dalam model heteroskedastisitas regresi dapat dipenuhi dari

model ini.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah data itu linear atau tidak. Data yang dianalisis menggunakan perhitungan aplikasi SPSS. Data hasil dari perhitungan uji linearitas menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14

Hasil uji linearitas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat * Kemudahan	Between Groups	(Combined)	1058.773	14	75.627	38.301	<.001
		Linearity	1019.331	1	1019.331	516.240	<.001
		Deviation from Linearity	39.443	13	3.034	1.537	.119
	Within Groups		181.657	92	1.975		
	Total		1240.430	106			

Hasil analisis menunjukkan bahwa pada tabel ANOVA F pada deviation from linearity sebesar 1,537 dengan signifikan 0,119, maka diperoleh kesimpulan bahwa nilai signifikan $\geq (0,119 \geq 0,05)$ maka dari hipotesis yang diberikan H_0 diterima, artinya kedua data saling berhubungan secara linear.

3. Uji Regresi Berganda

Pada penelitian ini digunakan teknik analisis berganda, dimana analisis ini digunakan untuk melihat pengaruh manfaat dan kemudahan terhadap minat generasi z dalam penggunaan mobile banking di masa pandemic covid-19.

Berdasarkan dari analisis dengan program SPSS versi 25 maka diperoleh hasil regresi sebagai berikut.

Tabel 4.15
Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.170	.842		-.202	.840
	Manfaat (X1)	.240	.050	.303	4.795	<.001
	Kemudahan (X2)	.591	.056	.662	10.475	<.001

a. Dependent Variable: Minat (Y)

Sumber data primer (diolah 2022)

Berdasarkan tabel 4.15 hasil uji persamaan regresi linear berganda dengan 2 variabel dependen adalah sebagai berikut:

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

$$Y = -0,170 + 0,240X_1 + 0,591X_2 + e$$

Dari persamaan regresi tersebut, maka dapat di jelaskan sebagai berikut:

$a = 0,170$ merupakan nilai konstanta yang artinya jika semua variabel bebas (manfaat dan kemudahan) memiliki nilai 0 maka tingkat generasi z menggunakan mobile banking nilainya sebesar 0,840.

Jika tanggapan responden positif, $b_1 = 0,240$ menunjukkan bahwa untuk setiap satu satuan yang diperoleh dalam pengetahuan manfaat , tingkat generasi Z menggunakan mobile banking tumbuh sebesar 0,240 satu satuan.

Jika tanggapan responden positif, $b_2 = 0,591$ menunjukkan bahwa untuk setiap satu satuan yang diperoleh dalam pengetahuan kemudahan, tingkat generasi

Z menggunakan mobile banking tumbuh sebesar 0,591 satu satuan.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikasi Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk membuktikan pengaruh manfaat dan kemudahan terhadap minat generasi z dalam penggunaan mobile banking dimasa pendemi covid-19. Syarat penerimaan hipotesis yaitu apabila nilai sig < 0,05 maka hipotesis diterima, sedangkan apabila sig > 0,05 maka hipotesis ditolak.

Nilai t tabel untuk di uji pada tariff signifikan $\alpha = 0,05$, tabel distribusi t dicari pada $0,05:2 = 0,025$ (uji dua arah) dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ atau $117-3-1 = 114$ (n adalah jumlah data/sampel dan k adalah jumlah variabel).

Dengan pengujian dua sisi (sig = 0,025) hasil yang di peroleh untuk t tabel sebesar 1,980 Berikut adalah hasil uji t menggunakan SPSS 25 :

Tabel 4.16

Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.170	.842		-.202	.840
	Manfaat (X1)	.240	.050	.303	4.795	<.001
	Kemudahan (X2)	.591	.056	.662	10.475	<.001

a. Dependent Variable: Minat (Y)

Sumber data primer (diolah 2022)

1) Variabel manfaat (X1)

Variabel manfaat memiliki nilai t hitung $4,795 > t \text{ tabel } 1,980$ dan memiliki nilai sig $0,001 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan

H1 diterima, yang artinya variabel manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi Z.

2) Variabel kemudahan (X2)

Variabel kemudahan memiliki nilai t hitung $10,475 > t$ tabel $1,980$ dan memiliki nilai $\text{sig } 0,001 < \text{ambang batas sig } 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima yang artinya variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi Z.

b. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama dengan variabel dependen. Syarat penerimaan hipotesis yaitu apabila nilai $\text{sig} < 0,05$ maka hipotesis diterima, sedangkan apabila $\text{sig} > 0,05$ maka hipotesis ditolak.

Nilai F tabel diuji pada taraf signifikan $\alpha=0,05$. Dan cara menentukan F tabel yaitu $df_1 = k-1$ atau $3-1 = 2$. Dan $df_2 = n-k$ atau $117-3 = 114$. Maka di peroleh F tabel sebesar $3,08$. Berikut hasil uji f menggunakan SPSS 25:

Tabel 4.17

Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1059.366	2	529.683	304.240	<.001 ^b
	Residual	181.064	104	1.741		
	Total	1240.430	106			
a. Dependent Variable: Minat (Y)						
b. Predictors: (Constant), Kemudahan (X2), Manfaat (X1)						

Sumber data primer (diolah 2022)

Berdasarkan tabel 4.17 diatas hasil pengujian Nilai f hitung $304,240 > f$ tabel 3,08 Dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima. Ini berarti bahwa variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

5. Interpretasi koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui sejauh mana kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Besarnya pengaruh manfaat dan kemudahan terhadap minat generasi z dalam menggunakan mobile banking di masa pandemic covid-19 dapat dilihat pada hasil koefisien determinasi berikut:

Table 4.18

Uji Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.924 ^a	.854	.851	1.319
a Predictors: (Constant), Kemudahan, Manfaat				

Sumber data primer (diolah 2022)

Berdasarkan table 4.18 menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,851. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas (independen) yaitu manfaat dan kemudahan mampu menerangkan variabel terikat yaitu minat generasi Z sebesar 85,1% dan sisanya 14,9% dijelaskan oleh variabel lain.

E. Pembahasan

1. Pengaruh manfaat terhadap minat generasi Z dalam penggunaan *mobile banking* di masa pandemi Covid-19

Manfaat yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu

sistem baru akan memberikan manfaat pada penggunanya, berupa mempermudah dan meningkatkan kinerja atas pekerjaannya.

Hal tersebut dapat dibuktikan dari hasil uji hipotesis, dimana diperoleh variabel manfaat (X1) memiliki nilai t hitung $4,795 > t$ tabel $1,980$ dan memiliki nilai $\text{sig } 0,001 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima yang artinya variabel manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi Z dalam penggunaan *mobile banking* di masa pandemi covid-19. Hal ini membuktikan bahwa semakin besar manfaat suatu teknologi bagi kehidupan seseorang maka semakin besar pula minat mereka untuk menggunakan *mobile banking*.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Tajuddin Naqib tahun 2019 di mana dalam hasil penelitian yang ia lakukan menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

2. Pengaruh kemudahan terhadap minat generasi Z dalam penggunaan *mobile banking* di masa pandemi Covid-19

Persepsi kemudahan didefinisikan sebagai pendapat seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras dari pemakainya. Pada hasil analisis yang di olah menggunakan SPSS 25 diperoleh kemudahan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi Z dalam penggunaan *mobile banking* di masa pandemi covid-19.

Hal tersebut dapat dibuktikan dari hasil uji hipotesis, dimana diperoleh nilai t hitung pada variabel kemudahan sebesar $10,475 > t$ tabel $1,980$ dan memiliki nilai $\text{sig } 0,001 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima yang artinya variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi Z dalam penggunaan *mobile banking* di masa pandemi covid-19. Hal ini membuktikan bahwa semakin mudah seseorang mengoperasikan *mobile banking* maka akan semakin besar pula minat mereka untuk menggunakannya.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Nadila.T.Oktapiani Simulingga tahun 2022 dimana pada hasil penelitian yang dilakukan menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *mobile banking* pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Medan Adam Malik.

3. Pengaruh manfaat dan kemudahan terhadap minat generasi Z dalam penggunaan *mobile banking* di masa pandemi covid-19

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh manfaat dan kemudahan terhadap minat generasi Z 1. dalam penggunaan *mobile banking* di masa pandemi covid-19. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil statistic F hitung $304,240 > f$ tabel $3,08$ Dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Perhitungan tersebut menunjukkan bahwa variabel manfaat dan kemudahan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang simultan terhadap minat generasi Z.

Hasil uji R_2 pada penelitian ini diperoleh dari tabel uji determinasi yang menunjukkan nilai Adjusted *R Square* sebesar $0,851$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas (independen) yaitu manfaat dan kemudahan mampu menerangkan

variabel terikat yaitu minat generasi Z sebesar 85,1% dan sisanya 14,9% dijelaskan oleh variabel lain.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Mario Ladesman tahun 2018 dimana pada hasil penelitiannya menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan secara bersamaan memiliki pengaruh simultan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

F. Keterbatasan Peneliti

Berdasarkan banyaknya identifikasi masalah yang ada, supaya penelitian ini lebih fokus dan lebih tepat sasaran maka perlu adanya keterbatasan penelitian. Penelitian ini lebih mengfokuskan pada pengaruh manfaat dan kemudahan terhadap minat generasi z dalam menggunakan mobile banking di masa pandemi covid-19.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Beberapa kesimpulan dapat diambil dari rumusan masalah yang dikemukakan, analisis data yang dilakukan, dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya.

1. Manfaat (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi Z dalam penggunaan *mobile banking* di masa pandemi covid-19. Hal tersebut dapat dibuktikan dari hasil uji hipotesis, dimana diperoleh bahwa variabel manfaat (X1) memiliki nilai t hitung $4,795 > t$ tabel $1,980$ dan memiliki nilai sig $0,001 < 0,05$.
2. Kemudahan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi Z dalam penggunaan *mobile banking* di masa pandemi covid-19., Hal tersebut dapat dibuktikan dari hasil uji hipotesis, dimana diperoleh nilai t hitung pada variabel kemudahan (X2) sebesar $10,475 > t$ tabel $1,980$ dan memiliki nilai sig $0,001 < 0,05$.
3. Variabel manfaat dan kemudahan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat generasi Z dalam penggunaan *mobile banking* di masa pandemi covid-19. Hal ini di buktikan secara statistig F hitung $304,240 > f$ tabel $3,08$ Dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$.

B. Saran

Setelah mengetahui hasil penelitian ini, maka penulis dapat memberikan bebrapa saran untuk beberapa pihak yaitu sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan seluruh variabel untuk menganalisis seluruh faktor pembentuk minat. Selain itu, penelitian juga dapat dilakukan pada sampel yang lebih luas sehingga menampung lebih banyak persepsi mengenai mobile banking.

2. Bagi akademisi

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan atau referensi pembedig untuk penelitian selanjutnya yang sejenis.

DAFTAR PUSTAKA

- A M, Sardiman, *Interaksi Dan Motivasi Belajar Mengajar* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1990)
- Abi, Fadlan dan Rizki Yudhi Dewantara, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking.', *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB).*, Vol. 62 No (2018)
- Agustina, R. D., & Pratomo, D., 'Pengaruh Fraud Pentagon Dalam Mendeteksi Kecurangan Pelaporan Keuangan', *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 3(1) (2019), 44–62
<<https://doi.org/10.31955/mea.vol3.iss1.pp>>
- Ahmad, & Pambudi, B. S., 'Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking BRI)', *Journal of Management Studies*, Vol 8, No
- Amijaya, Gilang Rizky, 'Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking. Semarang' (Universitas Diponegoro, 2018)
- Aplikasi, Metode Penelitian Ekonomi Teori dan, *Muhammad Teguh*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011)
- Andri Soemitra, "Bank dan Lembaga Keuangan Syariah" (Depok:Kencana, cet 8,2017), h.29.
- Bungin, Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Bandung: Kencana

Prenada Media Group, 2009)

B. S. Ahmad, & Pambudi, 'Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking BRI)', *Journal of Management Studies*, Vol 8

Djaali, *Psikologi Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2018)

David, "Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology". *MS Quarterly* (online) Vol.13

Djaali, *Psikologi Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2018).

Fenny Krisna Mapang et al., "Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe," *Jurnal Manajemen* 7, no. 1 (2021): 49–64

Harlan,Dwimastia, 'Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Risiko Persepsian Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan EBanking Pada UMKM Di Kota Yogyakarta' (Universitas Negeri Yogyakarta, 2019).

Habib hanafi, Dkk., 'Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Website UB Terhadap Sikap Pengguna Dengan Pendekatan TAM'

Haditomo, Siti Rahayu, 'Psikologi Perkembangan. Yogyakarta' (UGM Press, 1998)

Hidayatullah, S., Waris, A., & Devianti, R. C., 'Perilaku Generasi Milenial Dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food', *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2018, 240–49

Hurlock, Elizabeth., *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang*

Rentang Kehidupan (Jakarta: Erlangga, 1997)

Indriyani, Erfina and , Dr. Noer Sasongko, S.E., M.Si., AK., CA, ‘Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Risiko, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking (Studi Empiris Pada Nasabah Bank BUMN Di Kota Surakarta)’ (Universitas Muhammadiyah Surakarta., 2018)

Iskandar, Hendra, “Preceived Uselfunes, Preceived Ease of Use, and Acceptance of Information System Technology,” *MIS Quarterly*. Vol.13, No 3 (Probolinggo: Universitas Panca Marga, 2016), 19

Mario Ladesman, “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan terhadap minat nasabah menggu nakan layanan *Mobile Banking* (studi pada BSM cabang Bandar jaya” (Skripsi, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung,2018)h.106

J, Supranto, *Statistik Teori Dan Aplikasi, Edisi Keenam* (Jakarta: Erlangga, 24AD)

Kismawadi, Ridho, Rifyal Dahlawy Chalil, Bisnis Islam, Iain Langsa, Fakultas Ekonomi, Islam Iain, and others, ‘Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Penggunaan Mobile Banking’, 1–16

Klar, Janeila & Stephen K.Lwanga Stanley Lemeshow, David W.Hoamer J, ‘Besar Sampel Dalam Peneltitian Kesehatan’ (Gajah Mada University Press, Yogyakarta, 1997).

Ladesman, Mario, “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan terhadap minat nasabah menggu nakan layanan Mobile Banking (studi pada BSM cabang Bandar jaya” (Skripsi, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung,2018)h.106

- Jogiyanto, Tit, *Sistem Informasi Keperilakuan*, Andi Offse (Yogyakarta, 2007)
- Mapaung, Fenny Krisna, Markus Willy Arnold S, Asyifa Sofira, and Silvia Aloyna, 'Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe', *Jurnal Manajemen*, 7.1 (2021), 49–64
- Muhammad Surya, *Teori-Teori Konseling* (Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 1013)
- Nadila.T.Oktapiani Sinulingga (2022) "Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kredibilitas terhadap keputusan nasabah menggunakan mobile banking pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Medan Adam Malik di masa pendemi covid-19"
- Notoadmodjo, Soekidjo, *Metodologi Penelitian Kesehatan* (Jakarta: rineka cipta, 2007)
- Naqib, Tajuddin, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kepercayaan dan Resiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN salatiga"(Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Salatiga,2019) h.81
- Panggalih, Restu Guriting, 'Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking : Pendekatan Modified Theory Of Planned Behavior', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, Volume 1.
- Pendidikan, Metode Penelitian, *Sugiyono* (Bandung: Alfabeta, 2012)
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta:Pusat Bahasa, 2008), Hlm.982

- Riyanto, Dimas, 'Pemanfaatan Perpustakaan Fik Uny Oleh Mahasiswa Pjkr' (Universitas Negeri Yogyakarta, 2017)
- Ruslan, Muhammad, Abdullah, Fasiha, "Dampak Covid-19 Terhadap Pembiayaan UKM Perbankan Syariah di Indonesia"(Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Palopo, 2021)
- Ridho Kismawadi and others, 'Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Penggunaan Mobile Banking', 1–16.
- Ruslan, Muh., Fasiha, Abd. Kadir Arno.2022. "Reincarnation of MSMEs after the Government's Policy on Economic Recovery Due to the Covid-19 Pandemic in Indonesia" Dalam Jurnal Ilmu Sosial Technium Vol.27
- Rahman, Hasanuddin, "Kebijakan Kredit Perbankan Yang Berwawasan Lingkungan" (Jakarta: PT Citra Aditya Bakti, 2007), h.2
- Rahmawati, Wahyu T., "Bankir Optimistis Transaksi Digital Banking Melesat di 2022" <https://keuangan.kontan.co.id/news/bankir-optimistis-transaksi-digital-banking-melesat-di-2022>. Di akses pada tanggal 23 mei 2021
- S, Yurika Indah Syafutri, 'Analisis Faktor Minat Menabung Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Masyarakat Kec. Tamalate Kota Makassar)' (Universitas Muhammadiyah Makassar)
- Sinulingga, Nadila.T.Oktapiani (2022) "Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kredibilitas terhadap keputusan nasabah menggunakan mobile banking pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Medan Adam Malik di masa pendemi covid-19"
- Slamet, *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*. (Jakarta: PT Rineka

Cipta, 2013)

Stanley Lemeshow, David W. Hoamer J, Janeila Klar & Stephen K. Lwanga, 'Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan' (Gajah Mada University Press, Yogyakarta, 1997)

Sugiyono, *Administras, Metode Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 1998), *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)* (Bandung: Alfabeta, 2008)

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2012).

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2017)

Syahrur, Salim, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Citapustaka Media, 2014)

Syamsul, Hadijah, Basri Modding, and Ratna Dewi, 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Dessert Pada By.Uwibama Di Kota Makassar', *PARADOKS: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 4.2 (2021), 462
<<https://jurnal.fe.umi.ac.id/index.php/PARADOKS/article/view/794>>

Supriatna, Eman, "Wabah Corona Virus Disease Covid-19 Dalam Pandangan Islam" Dalam *Jurnal Sosial & Budaya Syar-I* Vol.07, No.06 (2020)

Salsabila, Putri Zakia, "Kejahatan Siber di Indonesia Naik 4 Kali Lipat Selama Pandemi" <https://tekno.kompas.com/read/2020/10/12/07020007/kejahatan-siber-di-indonesia-naik-4-kali-lipat-selama-pandemi>. Di unduh pada tanggal 23 mei 2021

Tampubolon, Dr. Manahan P., *Manajemen Operasional (Operation Management)* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2014)

Taslim, Vina Angelika, and Charisma Ayu Pramuditha, 'Pengaruh Harga , Promosi , Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Restoran Magal Korean BBQ House Palembang', *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 2.2 (2021), 148
<<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/Proceedings/article/view/6923>>

Teguh, Muhammad, "Metode Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi," (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), 122.

Tajuddin Naqib, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kepercayaan dan Resiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Salatiga"(Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Salatiga, 2019) h.81

Walfajri, Maizal, "“Pengguna Mobile Banking Melejit Ditahun 2022”", 2022
<<https://keuangan.kontan.co.id/news/bankir-optimistis-transaksi-digital-banking-melesat-di>>

Wiwi Kurnianingsih, Sugiyanto Sugiyanto, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Nestle Indonesia', *Skripsi Respositari*, 1.1 (2019), 520
<<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/Proceedings/article/view/6923>>

Merry Dame Cristy Pane.2020. "COVID-19,
<<https://webcache.googleusercontent.com>>. Diunduh pada 23 mei 2021

Yan, Rissa G P S, Agusta Repi, and Bode Lumanauw, 'Pengaruh Promosi

Penjualan Dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Pt Tridjaya Mulia Sukses Manado', *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6.1 (2018), 106
<<https://doi.org/10.35794/emba.v6i1.18831>>

<https://www.atmbersama.com/news/detail/mobile-banking-gaya-hidup-baru-kaum-milenial-dan-gen-z>. Diunduh pada 23 mei 2021

L

A

M

P

I

R

A

N

Lampiran 1

Kuesioner Penelitian

Responden yang terhormat,

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatu

Dengan hormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ayu Tika Sari

NIM : 17 0402 0201

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut : IAIN Palopo

Saat ini saya sedang melakukan penelitian pada sebuah karya ilmiah (skripsi) dengan judul **“Pengaruh Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Minat Generasi Z Dalam Penggunaan *Mobile Banking* Di Masa Pandemic Covid-19”**. Penelitian ini merupakan salah satu syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (SE). Untuk itu saya memohon kesediaan saudara/i agar menjawab seluruh pertanyaan dengan jujur dan terbuka. Informasi yang diperoleh hanya dipergunakan untuk kepentingan penelitian dan dijamin kerahasiaannya. Atas perhatian dan kesedian saudara/i saya ucapkan terimakasih. Wasalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatu.

Hormat saya,

Ayu Tika Sari

No. responden:

A. IDENTIFIKASI RESPONDEN

1. Nama:
2. Nomor Hp :
3. Jenis Kelamin :
 - a. Perempuan
 - b. Laki-laki
4. Usia :
 - a. 12-15 tahun
 - b. 16-20 tahun
 - c. 21-25 tahun
 - d. >25 tahun
5. Pekerjaan Responden :
 - a. Mahasiswa/pelajar
 - b. Wiraswasta
 - c. Pengusaha
 - d. Lainnya
6. Apakah anda merupakan pengguna atau pernah menggunakan Mobile Banking?
 - a. Ya
 - b. Tidak
7. Mobile Banking yang di gunakan
 - a. Mobile Banking BRI

- b. Mobile Banking BNI
 - c. Mobile Banking BCA
 - d. Mobile Banking Mandiri
 - e. Lainnya
8. Lama penggunaan
- a. <1 tahun
 - b. >1 tahun
 - c. 1 tahun

B. Petunjuk Pengisian

1. Bacalah pertanyaan dengan sebaik-baik mungkin.
2. Semua pernyataan mohon diisi dan jangan dilewatkan.
3. Semua jawaban yang dipilih benar dan tidak ada yang salah
4. Kerahasiaan identitas dan jawaban anda kami jaga.
5. Berilah tanda (✓) pada pilihan jawaban yang tersedia disamping pernyataan
6. Setiap pernyataan terdiri dari lima alternative jawaban yaitu:

No	Kategori Jawaban	Pernyataan Positif
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

C. Angket Penelitian

Berikut ini terdapat pernyataan-pernyataan yang dapat anda jawab dengan memberi tanda bulat (O) pada kolom jawaban. Pastikan setiap pernyataan diisi, sesuai dengan keadaan anda saat ini dan jawaban anda sangat berharga bagi penyelesaian skripsi saya.

1. Manfaat (X₁)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	<i>Mobile Banking</i> sangat menguntungkan saya selama pandemi covid-19					
2	Dalam menggunakan <i>Mobile Banking</i> ini pekerjaan saya menjadi lebih mudah.					
3	<i>Mobile Banking</i> bermanfaat untuk berbagai aktivitas saya saat ini khususnya di masa pandemi Covid-19					
4	Fitur yang terdapat dalam <i>Mobile Banking</i> sangat membantu dalam meluncurkan					

	pekerjaan saya					
5	Melalui <i>mobile banking</i> saya mendapatkan informasi yang dibutuhkan					
6	Mobile Banking dapat diandalkan untuk mempermudah transaksi saya					

2. Kemudahan (X₂)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Penggunaan <i>Mobile Banking</i> tidak terbatas oleh waktu, sehingga dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja					
2	Penggunaan <i>Mobile Banking</i> sangat fleksibel sehingga memudahkan saya melakukan transaksi					
3	Sistem transaksi <i>Mobile Banking</i>					

	mudah di mengerti					
4	<i>Mobile Banking</i> memiliki sistem transaksi yang jelas sehingga mudah di mengerti					
5	<i>Mobile Banking</i> mudah untuk di operasikan					
6	Mobile Banking dapat di percaya keamanannya					

3. Minat (Y)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya tertarik menggunakan <i>Mobile Banking</i>					
2	Kemudahan transaksi yang di berikan oleh Mobile Banking membuat saya tertarik untuk selalu menggunakannya					

3	<i>Mobile Banking</i> sangat menarik perhatian saya					
4	<i>Mobile Banking</i> sangat sesuai dengan kebutuhan saya sehingga kelak saya akan terus menggunakannya					
5	Saya berminat mereferensikan <i>Mobile Banking</i> kepada orang lain					

Lampiran 2

Data karakteristik reponden

No	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Apakah anda merupakan pengguna atau pernah menggunakan mobile banking?	Mobile Banking yang digunakan	Lama Penggunaan
1	Perempuan	21-25 tahun	Wiraswasta	Ya	Mobile Banking BRI	>1 tahun
2	Perempuan	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BRI	>1 tahun
3	Perempuan	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BRI	>1 tahun
4	Perempuan	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BRI	>1 tahun
5	Perempuan	21-25 tahun	Wiraswasta	Ya	Mobile Banking BRI	>1 tahun
6	Perempuan	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BRI	>1 tahun
7	Perempuan	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BRI	>1 tahun
8	Laki-laki	21-25 tahun	Lainnya	Ya	Mobile Banking BRI	<1 tahun
9	Laki-laki	21-25 tahun	Pengusaha	Ya	Lainnya	>1 tahun
10	Laki-laki	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BRI	>1 tahun

11	Perempuan	21-25 tahun	Lainnya	Ya	Mobile Banking BRI; Mobile Banking Mandiri	>1 tahun
12	Perempuan	21-2 tahun	Lainnya	Ya	Mobile Banking BNI	<1 tahun
13	Perempuan	21-25 tahun	Lainnya	Ya	Mobile Banking BRI	>1 tahun
14	Perempuan	21-2 tahun	Lainnya	Ya	Lainnya	>1 tahun
15	Perempuan	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BRI	>1 tahun
16	Perempuan	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Lainnya	<1 tahun
17	Laki-laki	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BRI	>1 tahun
18	Perempuan	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BRI	1 tahun
19	Perempuan	21-25 tahun	Lainnya	Ya	Mobile Banking BCA; Mobile Banking Mandiri	>1 tahun
20	Perempuan	16-20 tahun	Mahasiswa/ pelajar; Wira swasta	Tidak	Lainnya	>1 tahun
21	Perempuan	21-25 tahun	Lainnya	Ya	Mobile Banking Mandiri; Lainnya	>1 tahun
22	Perempuan	21-25 tahun	Lainnya	Ya	Mobile Banking Mandiri	<1 tahun
23	Laki-laki	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BRI; Mobile Banking BCA	>1 tahun

24	Laki-laki	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BRI	>1 tahun
25	Perempuan	16-20 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BRI	<1 tahun
26	Laki-laki	16-20 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BRI	>1 tahun
27	Laki-laki	21-25 tahun	Lainnya	Ya	Lainnya	<1 tahun
28	Perempuan	21-25 tahun	Lainnya	Ya	Mobile Banking BRI	>1 tahun
29	Laki-laki	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BRI	<1 tahun
30	Perempuan	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking Mandiri	>1 tahun
31	Laki-laki	21-25 tahun	Lainnya	Ya	Mobile Banking BNI	>1 tahun
32	Perempuan	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Tidak	Lainnya	<1 tahun
33	Perempuan	21-25 tahun	Lainnya	Ya	Mobile Banking BRI	>1 tahun
34	Perempuan	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Lainnya	>1 tahun
35	Perempuan	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Lainnya	<1 tahun
36	Perempuan	21-25 tahun	Lainnya	Ya	Mobile Banking BRI	>1 tahun
37	Perempuan	21-25 tahun	Lainnya	Ya	Mobile Banking BCA; Mobile Banking Mandiri	<1 tahun
38	Perempuan	21-25 tahun	Lainnya	Ya	Mobile Banking BRI; Mobile Banking	>1 tahun

					BNI	
39	Perempuan	21-25 tahun	Wiraswasta	Ya	Mobile Banking BCA	>1 tahun
40	Perempuan	21-25 tahun	Lainnya	Ya;Tidak	Mobile Banking BNI	>1 tahun
41	Perempuan	21-25 tahun	Lainnya	Ya	Mobile Banking BRI	<1 tahun
42	Laki-laki	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Tidak	Lainnya	>1 tahun
43	Laki-laki	21-25 tahun	Wiraswasta	Ya	Mobile Banking BRI	>1 tahun
44	Perempuan	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BRI	<1 tahun
45	Perempuan	16-20 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BRI	<1 tahun
46	Perempuan	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Lainnya	>1 tahun
47	Perempuan	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BRI	>1 tahun
48	Perempuan	21-25 tahun	Lainnya	Ya	Lainnya	>1 tahun
49	Perempuan	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Lainnya	<1 tahun
50	Perempuan	21-25 tahun	Lainnya	Ya	Mobile Banking BRI	>1 tahun
51	Perempuan	21-25 tahun	Lainnya	Ya	Mobile Banking BRI	<1 tahun
52	Perempuan	21-25 tahun	Lainnya	Ya	Lainnya	<1 tahun
53	Perempuan	21-25 tahun	Lainnya	Ya	Lainnya	<1 tahun
54	Laki-laki	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Tidak	Lainnya	<1 tahun

55	Perempuan	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BRI	>1 tahun
56	Laki-laki	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BRI	>1 tahun
57	Laki-laki	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BRI	>1 tahun
58	Laki-laki	16-20 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BRI	>1 tahun
59	Laki-laki	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BRI	>1 tahun
60	Perempuan	21-25 tahun	Lainnya	Ya	Lainnya	<1 tahun
61	Perempuan	16-20 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BRI	>1 tahun
62	Perempuan	21-25 tahun	Lainnya	Tidak	Lainnya	>1 tahun
63	Perempuan	16-20 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BRI	<1 tahun
64	Perempuan	16-20 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BRI	<1 tahun
65	Perempuan	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BRI	>1 tahun
66	Perempuan	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BRI	>1 tahun
67	Perempuan	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BRI	>1 tahun
68	Perempuan	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BRI	<1 tahun
69	Perempuan	16-20 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Tidak	Lainnya	<1 tahun
70	Perempuan	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Lainnya	<1 tahun

71	Laki-laki	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BRI	<1 tahun
72	Laki-laki	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Tidak	Lainnya	<1 tahun
73	Perempuan	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BRI	>1 tahun
74	Perempuan	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Tidak	Lainnya	1 tahun
75	Laki-laki	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BRI	>1 tahun
76	Laki-laki	21-25 tahun	Lainnya	Ya	Lainnya	>1 tahun
77	Perempuan	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar; Peng usaha	Ya	Mobile Banking BRI	1 tahun
78	Perempuan	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BNI	<1 tahun
79	Perempuan	21-25 tahun	Wiraswasta	Ya	Mobile Banking BRI	<1 tahun
80	Laki-laki	16-20 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Lainnya	>1 tahun
81	Laki-laki	21-25 tahun	Wiraswasta	Ya	Mobile Banking Mandiri	<1 tahun
82	Perempuan	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BNI	<1 tahun
83	Perempuan	21-25 tahun	Lainnya	Ya	Mobile Banking BRI	>1 tahun
84	Perempuan	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BRI	<1 tahun
85	Perempuan	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BRI	<1 tahun
86	Perempuan	21-25 tahun	Lainnya	Ya	Mobile Banking BRI	<1 tahun

87	Perempuan	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BRI	<1 tahun
88	Laki-laki	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BRI	<1 tahun
89	Laki-laki	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BNI	<1 tahun
90	Perempuan	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BCA	<1 tahun
91	Perempuan	16-20 tahun	Lainnya	Ya	Mobile Banking BRI	<1 tahun
92	Perempuan	16-20 tahun	Lainnya	Ya	Mobile Banking BRI	<1 tahun
93	Perempuan	21-25 tahun	Lainnya	Ya	Mobile Banking BRI	<1 tahun
94	Perempuan	21-25 tahun	Lainnya	Ya	Mobile Banking BCA	<1 tahun
95	Perempuan	21-25 tahun	Wiraswasta	Ya	Mobile Banking Mandiri	<1 tahun
96	Perempuan	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Mobile Banking BNI	<1 tahun
97	Perempuan	21-25 tahun	Lainnya	Ya	Mobile Banking BRI	1 tahun
98	Perempuan	21-25 tahun	Lainnya	Ya	Mobile Banking BRI	<1 tahun
99	Perempuan	21-25 tahun	Lainnya	Ya	Mobile Banking Mandiri	>1 tahun
100	Perempuan	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Ya	Lainnya	<1 tahun
101	Laki-laki	21-25 tahun	Lainnya	Ya	Mobile Banking BCA	<1 tahun

102	Laki-laki	21-25 tahun	Lainnya	Ya	Mobile Banking Mandiri	<1 tahun
103	Laki-laki	21-25 tahun	Wiraswasta	Ya	Mobile Banking BNI	<1 tahun
104	Laki-laki	16-20 tahun	Lainnya	Ya	Mobile Banking BRI	<1 tahun
105	Laki-laki	21-25 tahun	Pengusaha	Ya	Mobile Banking BRI	<1 tahun
106	Perempuan	16-20 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Tidak	Lainnya	<1 tahun
107	Perempuan	21-25 tahun	Mahasiswa/ pelajar	Tidak	Lainnya	>1 tahun

Lampiran 3

Jawaban Responden

a. Manfaat (X1)

No Responden	Manfaat (X1)					
	M1	M2	M3	M4	M5	M6
1	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4
6	4	4	4	4	4	4
7	4	4	4	4	4	4
8	5	5	4	4	4	4
9	5	5	5	5	5	5
10	5	5	5	5	5	5
11	4	3	3	3	3	5
12	3	3	3	3	3	3
13	5	5	5	5	5	5
14	5	5	5	5	5	5
15	1	1	2	1	1	2
16	4	4	4	4	4	4
17	3	2	4	2	3	4
18	5	4	4	4	4	4
19	5	5	5	5	5	5
20	4	4	4	4	4	4
21	4	4	4	4	3	4
22	4	4	5	4	4	5
23	5	5	4	4	5	5
24	4	4	4	4	4	4
25	5	4	3	4	4	4
26	3	3	3	3	3	4
27	5	5	5	5	4	5
28	4	4	4	4	4	4
29	4	4	4	4	4	4
30	5	4	4	4	4	4
31	4	5	4	5	4	4
32	4	4	4	4	4	4
33	4	4	5	4	4	4
34	5	5	5	5	4	5

35	3	4	3	4	3	5
36	5	5	4	5	5	5
37	5	4	4	5	4	5
38	5	5	5	5	5	5
39	5	5	5	5	5	5
40	4	4	4	4	3	4
41	3	4	4	4	3	4
42	3	3	3	3	3	3
43	4	4	4	4	4	5
44	3	3	3	3	3	3
45	5	4	4	4	4	5
46	4	4	4	4	4	4
47	5	4	5	5	4	4
48	5	5	5	5	5	5
49	5	5	5	4	4	5
50	4	5	5	5	5	5
51	4	5	4	3	4	4
52	4	4	5	5	2	4
53	4	4	5	4	3	4
54	5	5	5	5	5	5
55	3	4	3	4	4	4
56	5	4	5	5	5	5
57	4	4	4	4	4	4
58	4	4	4	4	4	4
59	4	5	3	4	3	4
60	4	4	4	4	4	4
61	5	5	5	5	5	5
62	4	5	4	4	4	4
63	5	5	5	5	5	5
64	5	4	4	4	4	4
65	4	4	4	4	4	4
66	4	4	4	4	4	4
67	5	4	4	3	4	5
68	5	4	4	4	4	5
69	3	3	3	3	3	3
70	4	3	4	3	3	3
71	5	4	3	4	3	4
72	2	2	2	2	2	2
73	4	4	4	4	4	4
74	3	3	3	3	3	3
75	5	5	4	4	4	4

76	5	5	4	4	4	4
77	5	5	5	5	5	5
78	5	3	3	3	4	5
79	4	4	4	4	4	4
80	3	3	5	2	2	2
81	4	4	3	4	3	4
82	4	4	5	4	3	4
83	4	5	4	5	4	5
84	3	3	3	3	3	3
85	2	2	2	2	2	2
86	5	5	5	5	5	5
87	3	3	3	3	3	3
88	4	5	4	5	4	5
89	3	4	3	4	3	4
90	2	3	2	3	2	3
91	5	5	5	5	5	5
92	4	4	4	4	4	4
93	4	4	4	4	4	4
94	5	5	5	5	5	5
95	4	4	4	4	4	4
96	4	4	4	4	4	4
97	5	5	5	5	5	5
98	4	4	4	4	4	5
99	5	5	5	5	5	5
100	4	4	4	4	4	4
101	4	4	4	4	4	4
102	3	3	3	3	3	3
103	5	5	5	5	5	5
104	4	4	4	4	4	4
105	5	5	5	5	5	5
106	4	4	4	4	4	4
107	4	4	4	4	4	4

b. Kemudahan (X2)

No Responden	Kemudahan (X2)					
	K1	K2	K3	K4	K5	K6
1	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4

4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4
6	4	4	4	4	4	4
7	4	4	4	4	4	4
8	4	5	4	4	4	4
9	5	5	5	5	5	5
10	5	5	4	4	4	4
11	5	5	5	5	5	5
12	4	4	3	3	3	4
13	5	5	5	5	5	5
14	5	5	5	5	5	5
15	2	4	5	5	2	2
16	4	4	4	4	4	4
17	5	5	4	5	4	4
18	5	5	4	4	4	4
19	5	5	5	5	5	5
20	4	4	4	4	4	4
21	4	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	5	4
23	3	4	4	4	5	5
24	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4
26	3	4	3	4	4	4
27	5	5	5	5	5	5
28	4	4	4	4	4	4
29	4	4	4	4	4	4
30	5	5	4	4	4	4
31	3	4	4	4	3	4
32	4	4	4	4	4	4
33	4	4	5	4	4	4
34	5	5	4	4	3	5
35	4	4	4	4	4	4
36	5	5	5	5	5	5
37	4	4	4	4	4	4
38	5	5	5	5	5	5
39	5	5	5	5	5	5
40	4	4	4	4	4	4
41	4	4	4	4	4	4
42	3	3	3	3	3	3

43	4	5	4	4	4	4
44	4	4	4	4	4	4
45	5	5	4	4	5	5
46	3	4	4	4	4	4
47	4	4	4	4	4	4
48	5	5	5	5	5	5
49	5	5	5	5	4	4
50	5	5	5	5	5	5
51	4	5	4	4	4	4
52	5	4	3	3	3	3
53	5	5	5	5	4	3
54	5	5	5	5	5	5
55	3	4	4	4	4	3
56	5	5	4	4	5	4
57	4	4	4	4	4	4
58	4	4	4	4	4	4
59	4	4	3	3	4	3
60	4	4	4	4	4	3
61	4	4	5	5	5	5
62	5	4	4	5	5	5
63	5	5	5	5	5	5
64	4	4	4	4	4	4
65	4	4	4	4	4	4
66	4	4	4	4	4	4
67	3	3	2	2	3	4
68	5	5	5	5	5	4
69	3	3	3	3	3	3
70	4	4	3	3	4	3
71	5	4	4	4	5	3
72	2	2	2	2	2	2
73	4	4	4	4	4	4
74	3	3	3	3	3	3
75	5	4	4	4	4	4
76	5	5	4	4	4	4
77	5	4	4	4	4	4
78	5	5	5	5	5	5
79	4	4	4	4	4	4
80	1	5	4	3	4	4
81	4	4	5	4	4	3

82	4	3	3	4	4	4
83	5	4	4	4	4	5
84	4	4	4	4	4	4
85	2	2	2	2	2	2
86	5	5	5	5	5	5
87	3	3	3	3	3	3
88	4	5	4	5	4	5
89	3	4	3	4	3	4
90	2	3	2	3	2	3
91	5	5	5	5	5	5
92	4	4	4	4	4	4
93	4	4	4	4	4	4
94	5	5	5	5	5	5
95	4	4	4	4	4	4
96	4	4	4	4	4	4
97	5	5	5	5	5	5
98	4	4	4	4	4	4
99	5	5	5	5	5	5
100	4	3	3	4	3	4
101	4	4	4	4	4	4
102	3	3	3	3	3	3
103	5	5	5	5	5	5
104	4	4	4	4	4	4
105	5	5	5	5	5	5
106	4	4	4	4	4	4
107	4	4	4	4	4	4

c. Minat (Y)

No Responden	Minat (Y)				
	Mi1	Mi2	Mi3	Mi4	Mi5
1	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4
6	4	4	4	4	4
7	4	4	4	4	4
8	4	4	4	4	4
9	5	5	5	5	5

10	5	5	5	5	5
11	5	5	5	5	4
12	3	3	3	3	4
13	5	5	5	5	5
14	5	5	5	5	5
15	1	2	4	5	4
16	4	4	4	4	4
17	3	2	5	4	5
18	5	4	5	4	4
19	5	5	5	5	5
20	5	4	5	4	4
21	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	4
23	4	5	3	4	5
24	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4
26	4	4	3	3	2
27	5	5	5	5	5
28	4	4	4	4	4
29	4	4	4	4	4
30	4	4	4	4	4
31	4	3	3	3	3
32	4	4	4	4	4
33	5	4	4	4	4
34	5	5	4	3	4
35	5	5	4	3	4
36	5	5	5	5	5
37	4	3	3	4	4
38	5	5	5	5	5
39	5	5	5	5	5
40	4	4	4	4	4
41	4	4	4	3	3
42	3	3	3	3	3
43	5	4	4	5	4
44	4	4	3	4	4
45	4	4	5	5	5
46	4	3	3	4	4
47	4	4	4	3	4
48	5	5	5	5	5

49	5	4	5	5	5
50	5	5	5	5	5
51	4	4	4	4	4
52	5	5	4	3	4
53	4	4	5	4	3
54	5	5	5	5	5
55	4	5	4	4	4
56	4	4	4	4	4
57	4	4	4	4	4
58	4	4	4	4	4
59	4	5	4	4	4
60	4	4	4	4	4
61	5	5	5	5	5
62	5	5	5	5	5
63	5	5	5	5	5
64	4	4	4	4	4
65	4	4	4	4	4
66	4	4	4	4	4
67	4	4	2	2	1
68	4	4	4	4	4
69	3	3	3	3	3
70	3	3	3	3	3
71	4	3	3	4	4
72	2	2	2	2	2
73	4	4	4	4	4
74	3	3	3	3	3
75	4	4	3	4	4
76	4	4	4	4	4
77	5	5	5	5	5
78	5	4	4	4	5
79	4	4	4	3	4
80	3	3	2	2	4
81	5	4	4	4	4
82	4	4	3	3	4
83	4	4	4	4	4
84	3	3	3	3	3
85	2	2	2	2	2
86	5	5	5	5	5
87	3	3	3	3	3

88	4	5	4	5	4
89	3	4	3	4	3
90	2	3	2	3	2
91	5	5	5	5	5
92	4	4	4	4	4
93	4	4	4	4	4
94	5	5	5	5	5
95	4	4	4	4	4
96	4	4	4	4	4
97	5	4	5	5	4
98	4	4	4	4	4
99	5	5	5	5	5
100	4	4	4	4	4
101	4	4	4	4	4
102	3	3	3	3	3
103	5	5	5	5	5
104	4	4	4	4	4
105	5	5	5	5	5
106	4	4	4	4	4
107	4	4	4	4	4

	N	107	107	107	107	107	107	107
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	107	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	107	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.952	6

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	20.2617	12.837	.858	.942
P2	20.2991	12.910	.882	.939
P3	20.3551	13.552	.774	.951
P4	20.3645	12.819	.885	.939
P5	20.5140	12.799	.867	.941
P6	20.2150	13.416	.839	.944

Uji Validitas Dan Reabilitas variabel (X2) Kemudahan

Correlations							
		P1	P2	P3	P4	P5	Total
P1	Pearson Correlation	1	.699**	.639**	.680**	.714**	.839**

	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	107	107	107	107	107	107	107
P 2	Pearson Correlation	.699**	1	.790**	.772**	.726**	.691**	.884**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	107	107	107	107	107	107	107
P 3	Pearson Correlation	.639**	.790**	1	.901**	.770**	.646**	.897**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	107	107	107	107	107	107	107
P 4	Pearson Correlation	.680**	.772**	.901**	1	.749**	.713**	.910**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	107	107	107	107	107	107	107
P 5	Pearson Correlation	.714**	.726**	.770**	.749**	1	.772**	.898**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	107	107	107	107	107	107	107
P 6	Pearson Correlation	.639**	.691**	.646**	.713**	.772**	1	.844**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	107	107	107	107	107	107	107
T ot al	Pearson Correlation	.839**	.884**	.897**	.910**	.898**	.844**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	107	107	107	107	107	107	107
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	107	100.0

	Excluded ^a	0	.0
	Total	107	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.939	6

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	20.5607	10.041	.752	.938
P2	20.4766	10.554	.834	.926
P3	20.6355	10.196	.848	.924
P4	20.5888	10.339	.870	.922
P5	20.6168	10.201	.849	.924
P6	20.6262	10.595	.776	.933

Uji Validitas Dan Reabilitas variabel (Y) Minat

Correlations							
		P1	P2	P3	P4	P5	Total
P1	Pearson Correlation	1	.841 [*]	.738 [*]	.623 [*]	.667 [*]	.875 [*]
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	107	107	107	107	107	107
P2	Pearson Correlation	.841 [*]	1	.690 [*]	.634 [*]	.633 [*]	.857 [*]
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	107	107	107	107	107	107
P3	Pearson Correlation	.738 [*]	.690 [*]	1	.840 [*]	.795 [*]	.921 [*]

	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	107	107	107	107	107	107
P4	Pearson Correlation	.623 [*]	.634 [*]	.840 [*]	1	.809 [*]	.885 [*]
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	107	107	107	107	107	107
P5	Pearson Correlation	.667 [*]	.633 [*]	.795 [*]	.809 [*]	1	.883 [*]
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	107	107	107	107	107	107
Total	Pearson Correlation	.875 [*]	.857 [*]	.921 [*]	.885 [*]	.883 [*]	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	107	107	107	107	107	107
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	107	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	107	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.930	5

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.170	.842		-.202	.840
	Manfaat (X1)	.240	.050	.303	4.795	<.001
	Kemudahan (X2)	.591	.056	.662	10.475	<.001

a. Dependent Variable: Minat (Y)

Lampiran 6 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			107
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.30696330
Most Extreme Differences	Absolute		.240
	Positive		.199
	Negative		-.240
Test Statistic			.240
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			<.001
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.000
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.000
		Upper Bound	.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Lampiran 7

Uji Multikorelitas

Residuals Statistics ^a					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	9.81	24.78	20.30	3.161	107
Residual	-3.346	3.226	.000	1.307	107
Std. Predicted Value	-3.318	1.417	.000	1.000	107
Std. Residual	-2.536	2.445	.000	.991	107

a. Dependent Variable: Minat (Y)

Lampiran 8

Uji Determinasi (R)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.924 ^a	.854	.851	1.31947

a. Predictors: (Constant), Kemudahan (X2), Manfaat (X1)

Lampiran 9

Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1059.366	2	529.683	304.240	<.001 ^b
	Residual	181.064	104	1.741		
	Total	1240.430	106			
a. Dependent Variable: Minat (Y)						
b. Predictors: (Constant), Kemudahan (X2), Manfaat (X1)						

Lampiran 10

T tabel

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Lampiran 11

F tabel

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91

Lampiran 12

Dokumentasi

10.54

docs.google.com/forms/d/1

PENGARUH MANFAAT DAN KEMUDAHAN

Pertanyaan Jawaban 107 Setelan

Bagian 1 dari 4

PENGARUH MANFAAT DAN KEMUDAHAN TERHADAP MINAT GENERASI Z DALAM PENGGUNAAN MOBILE BANKING DI MASA PENDEMI COVID-19

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatu

Perkenalkan, saya Ayu Tika Sari mahasiswi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo sedang melakukan penelitian sebagai salah satu syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (SE). Untuk itu saya memohon kesediaan saudara/i agar menjawab seluruh pertanyaan dengan jujur dan terbuka. Informasi yang diperoleh hanya dipergunakan untuk kepentingan penelitian dan dijamin kerahasiaannya. Atas perhatian dan kesediaan saudara/i saya ucapkan terimakasih.

10.55

COVID-19

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatu

Perkenalkan, saya Ayu Tika Sari mahasiswi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo sedang melakukan penelitian sebagai salah satu syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (SE). Untuk itu saya memohon kesediaan saudara/i agar menjawab seluruh pertanyaan dengan jujur dan terbuka. Informasi yang diperoleh hanya dipergunakan untuk kepentingan penelitian dan dijamin kerahasiaannya. Atas perhatian dan kesediaan saudara/i saya ucapkan terimakasih.

Nama *

Teks jawaban singkat

Jenis Kelamin *

☐ Laki-laki

☐ Perempuan

4G 10.55 18

Usia *

☐ 12-15 tahun

☐ 16-20 tahun

☐ 21-25 tahun

☐ >25 tahun

Pekerjaan *

☐ Mahasiswa/pelajar

☐ Wiraswasta

☐ Pengusaha

☐ lainnya

Apakah anda merupakan pengguna atau *

+ 📄 Tt 🖼

☰ 🏠 ↶

4G 10.55 18

Apakah anda merupakan pengguna atau *
pernah menggunakan mobile banking?

☐ Ya

☐ Tidak

Mobile Banking yang digunakan *

☐ Mobile Banking BRI

☐ Mobile Banking BNI

☐ Mobile Banking BCA

☐ Mobile Banking Mandiri

☐ Lainnya

Lama Penggunaan

+ 📄 Tt 🖼

☰ 🏠 ↶

4G 10.56 docs.google.com/forms/d/1

☐ >1 tahun

☐ <1 tahun

☐ 1 tahun

Setelah bagian 1 Lanjutkan ke bagian berikut 1

Bagian 2 dari 4

PENGARUH
MANFAAT DAN
KEMUDAHAN
TERHADAP MINAT
GENERASI Z DALAM
PENGGUNAAN
MOBILE BANKING
DI MASA PENDEMI
COVID-19

+

≡

4G 10.56

2 = Tidak Setuju (TS)
3 = Kurang Setuju (KS)
4 = Setuju (S)
5 = Sangat Setuju (SS)

Manfaat (X₁)
Deskripsi (opsional)

Mobile Banking sangat menguntungkan *
saya selama pandemi covid-19

1 2 3 4 5
STS ○ ○ ○ ○ SS

Dalam menggunakan Mobile Banking *
ini pekerjaan saya menjadi lebih mudah

1 2 3 4 5
○ ○ ○ ○ ○

+

≡

4G 10.56 18

Mobile Banking bermanfaat untuk berbagai aktivitas saya saat ini khususnya di masa pandemi Covid-19 *

1 2 3 4 5

STS ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ SS

Fitur yang terdapat dalam Mobile Banking sangat membantu dalam melancarkan pekerjaan saya *

1 2 3 4 5

STS ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ SS

Melalui Mobile Banking saya mendapatkan informasi yang dibutuhkan *

1 2 3 4 5

+ [icon] Tr [icon]

≡ < >

4G 10.56 18

Mobile Banking dapat diandalkan untuk mempermudah transaksi saya *

1 2 3 4 5

STS ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ SS

Setelah bagian Lanjutkan ke bagian berikut 2

Bagian 3 dari 4

PENGARUH MANFAAT DAN KEMUDAHAN TERHADAP MINAT GENERASI Z DALAM PENGGUNAAN MOBILE BANKING DI MASA PANDEMI COVID-19 ✕ ⋮

+ [icon] Tr [icon]

≡ < >

4G 10.56 18

5 = Sangat Setuju (SS)

Kemudahan (X2)
Deskripsi (opsional)

Penggunaan Mobile Banking tidak terbatas oleh waktu, sehingga dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja *

1 2 3 4 5
STS ○ ○ ○ ○ ○ SS

Penggunaan Mobile Banking sangat fleksibel sehingga memudahkan saya melakukan transaksi *

1 2 3 4 5
STS ○ ○ ○ ○ ○ SS

+ Tr

≡ ⌂ ↶

4G 10.56 18

Sistem transaksi Mobile Banking mudah di mengerti *

1 2 3 4 5
STS ○ ○ ○ ○ ○ SS

Mobile Banking memiliki sistem transaksi yang jelas sehingga mudah di mengerti

1 2 3 4 5
○ ○ ○ ○ ○

Mobile Banking mudah untuk di operasikan *

1 2 3 4 5
STS ○ ○ ○ ○ ○ SS

+ Tr

≡ ⌂ ↶

4G 10:56 docs.google.com/forms/d/1

Mobile Banking dapat di percaya keamanannya *

1 2 3 4 5

STS ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ SS

Setelah bagian 3 Lanjutkan ke bagian berikut 3

Bagian 4 dari 4

PENGARUH MANFAAT DAN KEMUDAHAN TERHADAP MINAT GENERASI Z DALAM PENGGUNAAN MOBILE BANKING DI MASA PENDEMI

≡ ⌂ ↩

4G 10:57

terdiri dari lima poin skala dengan keterangan sebagai berikut:
 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
 2 = Tidak Setuju (TS)
 3 = Kurang Setuju (KS)
 4 = Setuju (S)
 5 = Sangat Setuju (SS)

Minat (Y)
 Deskripsi (opsional)

Saya tertarik menggunakan mobile banking *

1 2 3 4 5

STS ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ SS

Kemudahan transaksi yang di berikan oleh Mobile Banking membuat saya tertarik untuk selalu menggunakannya *

1 2 3 4 5

⊕ 📎 Tt 🖼

≡ ⌂ ↩

4G 10.57 18

STS ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ SS

Mobile Banking sangat menarik *
perhatian saya
1 2 3 4 5
STS ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ SS

Mobile Banking sangat sesuai dengan *
kebutuhan saya sehingga kelak saya
akan terus menggunakannya
1 2 3 4 5
STS ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ SS

Saya berminat mereferensikan Mobile *
Banking kepada orang lain
1 2 3 4 5
STS ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ SS

4G 10.57 18

STS ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ SS

Mobile Banking sangat sesuai dengan *
kebutuhan saya sehingga kelak saya
akan terus menggunakannya
1 2 3 4 5
STS ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ SS

Saya berminat mereferensikan Mobile *
Banking kepada orang lain
1 2 3 4 5
STS ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ SS

Lampiran 13

Riwayat Hidup



AYU TIKA SARI lahir di Sadar, 23 Mei 2000. Penulis merupakan anak pertama dari empat bersaudara dari pasangan suami istri ayahanda Amir Baso dan Ibunda Martini. Penulis telah menikah dengan Muh. Fathur Rahman pada Selasa, 26 Oktober 2021 dan memiliki seorang putri bernama Awliya Hafidzah Rahman yang lahir pada Ahad, 24 Juli 2022. Saat ini, penulis bertempat tinggal di Tomarundung Kota Palopo. Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2011 di MI DDI Sadar, pendidikan Sekolah Menengah Pertama ditempuh di MTS Al-Ikhlas Tamuku diselesaikan pada tahun 2014 dan pada tahun yang sama penulis menempuh pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Bone-Bone atau sekarang SMA Negeri 4 Luwu Utara dan selesai pada tahun 2017. Pada tahun 2017 penulis melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo dan mengambil jurusan Perbankan Syariah.

Contak person penulis: ayu_tika_sari0201@iainpalopo.ac.id