

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian⁶⁶

1. Bank Syariah Indonesia

a. Sejarah Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah menjalankan peran pentingnya sebagai perantara semua kegiatan ekonomi dalam ekosistem industri yang halal. Dengan keberadaan industri perbankan syariah dalam kurun waktu tiga decade saat ini sehingga adanya peningkatan dan kemajuan yang signifikan. Serta meningkatkan layanan dan inovasi produk yang baik dari tahun ke tahun. Pada tanggal 1 Februari 2021 merupakan sebuah sejarah atas bergabungnya tiga Bank Syariah, yaitu BNI Syariah, Bank Syariah Mandiri, dan BRI Syariah. Yang dimana dari ketiga Bank Syariah tersebut menjadi satu nama yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Dengan bergabungnya ketiga bank ini akan menyatukan kelebihan sehingga dapat menghadirkan layanan yang baik dan lengkap, serta kapasitas permodalan yang cukup baik. Penggabungan ketiga bank syariah tersebut merupakan upaya untuk menciptakan bank syariah yang memberikan energi baru bagi pembangunan ekonomi dan memberikan kontribusi bagi kesejahteraan masyarakat. (Rahmatan Lil'Aalamiin)

⁶⁶ Diakses melalui <https://ir.bankbsi.co.id/>

b. Logo Bank Syariah Indonesia

Gambar 4. 1
Logo Bank Syariah Indonesia

Pengenal logo BSI juga diumumkan pada saat peresmian Bank Syariah Indonesia yang disampaikan langsung oleh Direktur Utama PT. Bank Syariah Indonesia yaitu Bapak Hery Gunardi. Di dalam logo BSI memiliki arti dan makna yang mencerminkan Bank Syariah itu sendiri. Terdapat filosofi yang terdapat didalam logo BSI tersebut, seperti bintang berwarna kuning yang melambangkan 5 sila pancasila dan 5 rukun islam. Tulisam-tulisan BSI juga mencerminkan Indonesia yang baik di tingkat nasional maupun ditingkat global.

c. Visi Bank Syariah Indonesia

Menjadi salah satu dari 10 Bank Syariah terbesar berdasarkan kapitalisasi pasar secara global dalam waktu lima tahun kedepan.

d. Misi Bank Syariah Indonesia

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia Melayani > 20 juta nasabah dan menjadi top 5 Bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.

- 2) Menjadi Bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham Top 5 Bank yang paling Profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).
- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

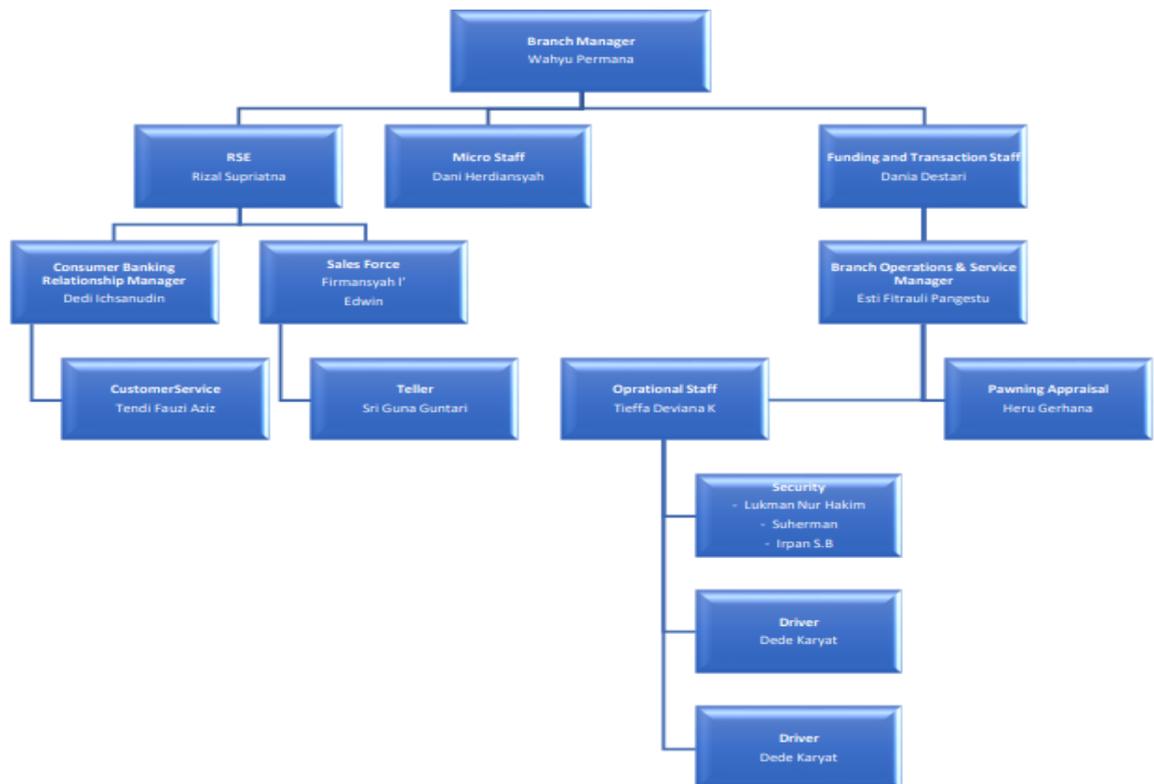
e. Nilai-nilai Perusahaan (*Corporate Values*) Bank Syariah Indonesia)

Nilai perusahaan BSI mencakup nilai dan budaya yang menjadi landasan cara berpikir, berperilaku, dan bertindak, untuk kemudian ditanamkan sebagai Budaya Kerja yang diterjemahkan ke dalam AKHLAK, yaitu ;

- 1) Amanah yaitu, Memegang Teguh kepercayaan yang diberikan.
- 2) Kompeten yaitu, Terus belajar dan mengembangkan kapabilitas
- 3) Harmonis yaitu, Saling peduli dan menghargai perbedaan.
- 4) Loyal yaitu, Berdedikasi dan mengutamakan kepentingan Bangsa dan Negara.
- 5) Adaptif yaitu, Terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan.
- 6) Kolaboratif yaitu, Membangun kerja sama yang sinergis

f. Struktur Kepegawaian⁶⁷

Adapun struktur kepegawaian di BSI KCP Singaparna Kabupaten Tasikmalaya Provinsi Jawa Barat sebagai berikut :



Gambar 4. 2
Struktur Pegawai BSI KCP Singaparna

⁶⁷ Hasil wawancara dengan pihak Bank Syariah Indonesia KCP Singaparna.

B. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4. 1
Jenis Kelamin Responden

Gender	Responden	Persentase
Laki Laki	51	51%
Perempuan	49	49%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel di atas, banyak responden berdasarkan gender dalam penelitian ini adalah responden laki-laki sebanyak 22 orang, dan responden perempuan sebanyak 78 orang. Sehingga dapat dilihat bahwa **mayoritas responden dalam penelitian ini adalah Perempuan.**

2. Usia Responden

Tabel 4. 2
Jenis Kelamin Responden

Usia	Responden	Presentase
<25	28	28%
26-30	26	26%
>30	46	46%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel di atas, banyaknya responden berdasarkan usia yaitu: responden berusia diatas 30 tahun sebanyak 46 orang orang. Dapat dilihat bahwa **mayoritas responden dalam penelitian ini berusia diatas 30 tahun tahun.**

C. Hasil Penelitian

1. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Tabel 4. 3
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.86018005
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.086
	Negative	-.080
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.069 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : *Output SPSS 26*

Berdasarkan ketentuan residual, data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai *Asymp, Sig* lebih besar dari 5% atau 0,05. Hasil uji normalitas diatas dengan menggunakan *Kolmogorov-smirnov*, diketahui nilai *asymp. sig (2-tailed)* sebesar $0,069 > 0,05$. **Maka data tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal.**

b. Uji Linearitas

Jika nilai signifikansi $>0,05$ maka dikatakan terdapat hubungan linier antara variable terkait dengan variable bebas. Sedangkan jika nilai

signifikansi $<0,05$ maka dikatakan bahwa tidak terdapat hubungan yang linier antara variable terkait dengan variable bebas.

Tabel 4. 4
Hasil Uji Linearitas Persepsi Kemudahan (X1)

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
MINAT * KEMUDAHAN	Between Groups	(Combined)	563.418	10	56.342	6.048	.000
		Linearity	434.122	1	434.122	46.597	.000
		Deviation from Linearity	129.296	9	14.366	1.542	.146
	Within Groups		829.172	89	9.317		
	Total		1392.59	99			

Sumber : *Output SPSS 26*

Berdasarkan hasil uji linearitas diatas, didapatkan nilai *Deviation from Linearity* sebesar $0,146 > 0,05$ maka dapat disimpulkan terdapat hubungan yang linier antara **variabel (Y) Minat** dan **variabel (X1) Kemudahan**.

Tabel 4. 5
Hasil Uji Linearitas Persepsi Kegunaan (X2)

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
MINAT * KEGUNAAN	Between Groups	(Combined)	247.030	9	27.448	2.156	.032
		Linearity	85.122	1	85.122	6.688	.011
		Deviation from Linearity	161.908	8	20.239	1.590	.139
	Within Groups		1145.560	90	12.728		
	Total		1392.590	99			

Sumber : *Output SPSS 26*

Berdasarkan hasil uji linearitas diatas, didapatkan nilai *Deviation from Linearity* sebesar $0,139 > 0,05$ maka dapat disimpulkan terdapat hubungan yang linier antara **variabel (Y) Minat** dan **variabel (X2) Kegunaan**.

c. Uji Multikolinieritas

Tabel 4. 6
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-	4.057		-.225	.822		
		.914						
	KEMUDAHAN	.439	.120	.341	3.662	.000	.693	1.444
	KEGUNAAN	.643	.152	.393	4.219	.000	.693	1.444

a. Dependent Variable: MINAT

Sumber : *Output SPSS 26*

Ketentuan uji multikolinieritas yaitu jika nilai Tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 maka dapat dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas diatas, dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Nilai Tolerance variabel Persepsi kemudahan (X1) sebesar 0,693 dan nilai variabel Persepsi kegunaan (X2) sebesar 0,693. Nilai Tolerance dari kedua variabel tersebut lebih dari 0,10.
- 2) Nilai VIF variabel Persepsi Kemudahan (X1) sebesar 1444 dan nilai VIF variabel Persepsi Kegunaan (X1) sebesar 1,1444. Nilai VIF dari

ketiga variabel tersebut kurang dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa antar variabel tidak terjadi multikolinearitas.

d. Uji Heteroskedastistas

Tabel 4. 7
Hasil Uji Heteroskedastistas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.688	2.245		-.306	.760
	KEMUDAHAN	-.127	.066	-.225	-1.912	.059
	KEGUNAAN	.224	.084	.312	2.653	.009

a. Dependent Variable: abs_RES

Sumber : *Output SPSS 26*

Apabila tingkat signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan apabila $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas di atas dapat disimpulkan:

- 1) Variabel Persepsi Kemudahan (X1) dengan nilai signifikansi $0,059 > 0,05$ sehingga **tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.**
- 2) Variabel Persepsi Kegunaan (X2) dengan nilai signifikansi $0,09 > 0,05$ sehingga **tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.**

2. Analisis Data Deskriptif

a. Variabel Kemudahan

Analisis data deskriptif untuk variabel Persepsi kemudahan dalam minat BSI Mobile dapat dilihat dari hasil penelitian yang telah dilakukan melalui penyebaran kuisioner dengan jumlah pernyataan sebanyak 7 item berikut ini:

Tabel 4. 8
Indikator Persepsi Kemudahan

No	Pertanyaan	Skor Item
1	Cara Penggunaan layanan BSI <i>Mobile</i> Mudah Dipelajari.	447
2	Susunan menu pada BSI <i>Mobile</i> Mudah dipahami.	435
3	BSI <i>Mobile</i> dapat digunakan dengan mudah dimanapun/kapanpun	436
4	Saya tidak mengalami kesulitan saat mengakses BSI <i>Mobile</i>	422
5	BSI <i>Mobile</i> dapat membantu untuk sering melakukan transaksi	441
6	Fiture BSI <i>Mobile</i> Mudah Dimengerti	435
7	Menggunakan BSI <i>Mobile</i> dapat mengerti penggunaan teknologi dalam transaksi.	433
Total Skor Item		3.049
Rata-rata Skor Item		435

Total skor tertinggi dari item pernyataan variabel Persepsi kemudahan yaitu penggunaan yang mudah dipelajari dengan nilai skor 447 dan total skor

terendah yaitu kesulitan mengakses BSI Mobile dengan skor 422. Selanjutnya merupakan tabel statistik untuk variabel Persepsi Kemudahan :

Tabel 4. 9
Statistik Deskriptif Persepsi Kemudahan

Statistics		
		KEMUDAHAN
N	Valid	100
	Missing	0
Mean		30.49
Median		30.00
Std. Deviation		2.908
Std. Error of	Skewness	.241
Kurtosis		-.228
Std. Error of Kurtosis		.478
Minimum		21
Maximum		35
Skewness		.041

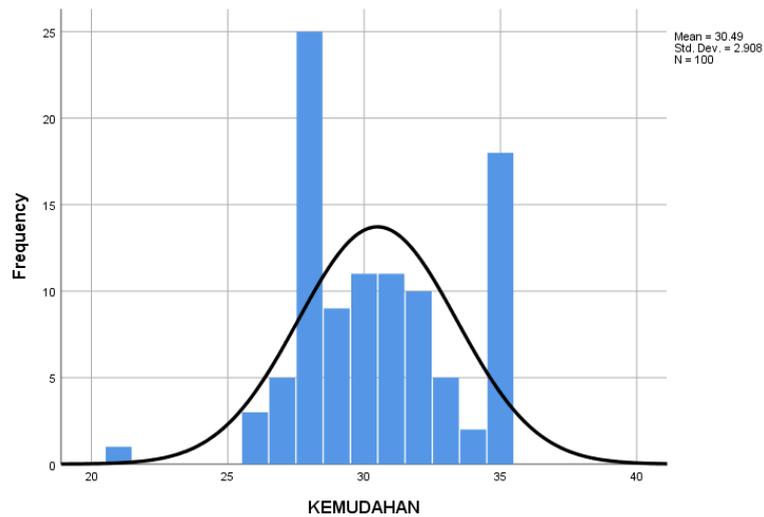
Sumber : *Output SPSS 26*

Berdasarkan hasil di atas dapat dinyatakan bahwa skor tertinggi yaitu 35, skor terendah 21, skor total 3049, skor rata-rata 30,49, skor nilai tengah 30. Untuk tabel distribusi frekuensi variabel Persepsi Kemudahan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 10
Distribusi Frekuensi Persepsi Kemudahan

No	Kelas Interval	Nilai Tengah	Freq Absolut	Freq Relatif (%)
1	20-21	20,5	1	1%
2	22-23	22,5	-	-
3	24-25	24,5	-	-
4	26-27	26,5	8	8%
5	28-29	28,5	34	34%
6	30-31	30,5	22	22%
7	32-33	32,5	15	15%
8	34-35	24,5	20	20%
Total			100	100%

Berdasarkan tabel diatas, variabel Persepsi Kemudahan memiliki skor di bawah rata-rata sebanyak 43 responden, dan kelompok skor di atas rata-rata sebanyak 57 responden. Skor rata-rata perolehan dari variabel kualitas pelayanan adalah 30,49 yang terdapat pada kelas interval 30-31.



Gambar 4. 3
Histogram Persepsi Kemudahan

b. Variabel Kegunaan

Analisis data deskriptif untuk variabel Persepsi Kegunaan dalam keputusan penggunaan shopee paylater dapat dilihat dari hasil penelitian yang telah dilakukan melalui penyebaran kuisioner dengan jumlah pernyataan sebanyak 7 item berikut ini:

Tabel 4. 11

Indikator Persepsi Kegunaan

No	Pertanyaan	Skor Item
1.	Menggunakan fitur BSI Mobile dapat meningkatkan kinerja saya dalam menyelesaikan pekerjaan.	428
2.	Dengan BSI <i>Mobile</i> saya lebih teliti dan bijak dalam melakukan transaksi.	432
3.	Saya dapat menyelesaikan transaksi lebih cepat dngan BSI <i>Mobile</i>	461
4.	Saya menghemat waktu untuk bertransaksi tanpa harus mengantri di bank.	441
5.	Saya dapat mengakses segala informasi yang berhubungan dengan transaksi perbankan di BSI <i>Mobile</i> .	432
6.	Dengan menggunakan BSI <i>Mobile</i> dapat meningkatkan efesiensi dalam memanfaatkan layanan perbankan.	437
7.	Saya dapat melakukan lebih banyak transaksi melalui BSI <i>Mobile</i> .	444
Total Skor Item		3.079
Rata-rata Skor Item		439

Total skor tertinggi dari item pernyataan variabel Persepsi kegunaan yaitu dapat melakukan banyak transaksi menggunakan BSI Mobile dengan nilai 444 dan total skor terendah yaitu BSI Mobile dapat menyelesaikan pekerjaan nasabah dengan nilai skor 428. Selanjutnya merupakan tabel statistik untuk variabel :

Tabel 4. 12
Statistik Deskriptif Persepsi Kegunaan (X2)

		KEGUNAAN
N	Valid	100
	Missing	0
Mean		30.79
Median		31.00
Std. Deviation		2.289
Skewness		-.015
Std. Error of	Skewness	.241
Kurtosis		-.029
Std. Error of Kurtosis		.478
Minimum		24
Maximum		35

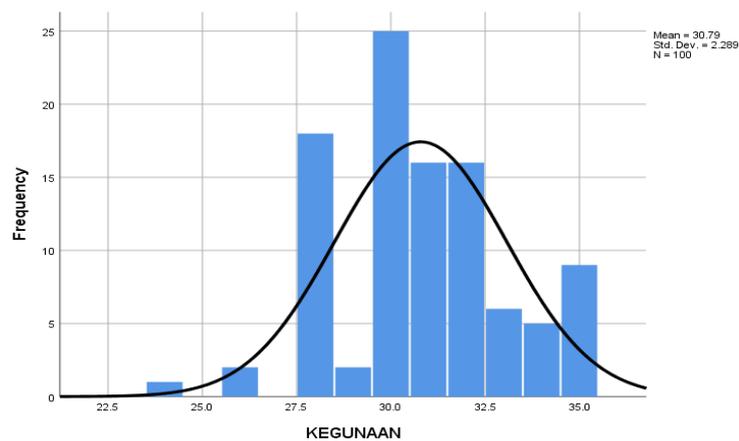
Sumber : Output SPSS 26

Berdasarkan hasil di atas dapat dinyatakan bahwa skor tertinggi yaitu 35, skor terendah 24, skor total 3079, skor rata-rata 30,79 dan skor nilai tengah 31. Tabel distribusi frekuensi variabel Persepsi kegunaan dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4. 13
Distribusi Frekuensi Persepsi Kegunaan (X2)

No	Kelas Interval	Nilai Tengah	Freq Absolut	Freq Relatif (%)
1	26-27	26,5	2	2%
2	28-29	28,5	21	20%
3	30-31	30,5	41	41%
4	32-33	32,5	22	22%
5	34-35	34,5	14	14%
Total			100	100%

Berdasarkan tabel diatas, variabel Persepsi kegunaan memiliki skor di bawah rata-rata sebanyak 23 responden, dan kelompok skor di atas rata-rata sebanyak 77 responden. Skor rata-rata perolehan dari variabel Persepsi kegunaan adalah 30,79 yang terdapat pada kelas interval 33-35.



Gambar 4. 4
Histogram Persepsi Kegunaan

c. Variabel Minat

Analisis data deskriptif untuk variabel Persepsi Kegunaan dalam keputusan penggunaan shopee paylater dapat dilihat dari hasil penelitian yang telah dilakukan melalui penyebaran kuisisioner dengan jumlah pernyataan sebanyak 8 item berikut ini:

Tabel 4. 14
Indikator Minat BSI Mobile

No	Pertanyaan	Skor Item
1.	Saya akan merekomendasikan BSI <i>Mobile</i> kepada orang lain yang membutuhkan	420
2.	Saya akan memberikan gambaran kepada orang lain tentang kemudahan menggunakan <i>BSI Mobile</i> .	411
3.	Saya akan terus melakukan transaksi online menggunakan <i>BSI Mobile</i>	411
4.	Saya memprioritaskan <i>BSI Mobile</i> dalam bertransaksi secara online.	416
5.	Nasabah mengutamakan <i>BSI Mobile</i> dibandingkan <i>Mobile banking</i> yang lain..	395
6.	<i>BSI Mobile</i> akan menjadi pilihan pertama saya ketika akan bertransaksi secara online.	400
7.	Saya mencari informasi <i>BSI Mobile</i> melalui nasabah lain.	357
8.	Saya mempelajari fitur yang tersedia di <i>BSI Mobile</i>	419
Total Skor Item		3.229
Rata-rata Skor Item		403

Total skor tertinggi dari item pernyataan variabel Minat Nasabah yaitu merekomendasikan BSI *Mobile* dengan orang sekitar dengan skor 420 dan total skor terendah yaitu nasabah mencari informasi mengenai BSI *Mobile* kepada orang lain dengan nilai skor 357. Selanjutnya merupakan tabel statistik untuk variabel Minat BSI *Mobile* :

Tabel 4. 15
Tabel Statistik Minat BSI Mobile

Statistics		
MINAT		
N	Valid	100
	Missing	0
Mean		32.29
Median		32.00
Std. Deviation		3.751
Skewness		.296
Std. Error of Skewness	of	.241
Kurtosis		-.158
Std. Error of Kurtosis		.478
Minimum		24
Maximum		40

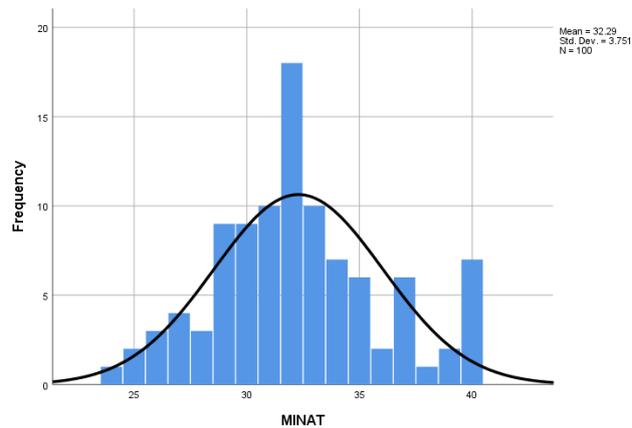
Sumber : *Output SPSS 26*

Berdasarkan hasil di atas dapat dinyatakan bahwa skor tertinggi yaitu 40, skor terendah 24, skor total 3229, skor rata-rata 32,29, skor nilai tengah 32.29 Tabel distribusi frekuensi variabel Minat BSI *Mobile* dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4. 16
Distribusi Frekuensi Minat BSI Mobile (Y)

No	Kelas Interval	Nilai Tengah	Freq Absolut	Freq Relatif (%)
1	24-25	24,5	3	3%
2	26-27	26,5	7	7%
3	28-29	28,5	12	12%
4	30-31	30,5	19	19%
5	32-33	32,5	28	28%
6	34-35	34,5	13	13%
7	36-37	36,5	8	8%
8	38-39	38,5	3	3%
9	40-41	40,5	7	7%
Total			100	100%

Berdasarkan tabel diatas, variabel Minat BSI *Mobile* memiliki skor di bawah rata-rata sebanyak 41 dan kelompok skor di atas rata-rata sebanyak 49 responden. Skor rata-rata perolehan dari variabel minat adalah 32,29 yang terdapat pada kelas interval 32-33. Berikut distribusi variabel minat melalui grafik histogram:



Gambar 4. 5
Histogram Minat BSI Mobile

3. Uji Hipotesis

a. Hipotesis 1 :

1) Rumusan Masalah

H_{01} : **Persepsi Kemudahan (X1)** secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap **Minat nasabah BSI KCP Singapura dalam penggunaan BSI Mobile (Y)**

H_{a1} : **Persepsi Kemudahan (X1)** secara parsial berpengaruh signifikan terhadap **Minat nasabah BSI KCP Singapura dalam penggunaan BSI Mobile (Y)**

2) Analisis Regresi Sederhana

Tabel 4. 17
Hasil Regresi Sederhana X1 Kemudahan Terhadap Y Minat

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.331	3.311		3.121	.002
	KEMUDAHAN	.720	.108	.558	6.662	.000

a. Dependent Variable: MINAT

Sumber : *Output SPSS 26*

Persamaan regresi untuk pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat BSI Mobile yaitu:

$$Y = a + bX_1$$

$$Y = 10.331 + 0,720 X_1$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas, nilai konstanta sebesar 10.331 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai Persepsi Kemudahan maka nilai Minat BSI Mobile adalah 10.331. Sedangkan nilai koefisien regresi Persepsi Kemudahan sebesar 0,720 menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 nilai Persepsi Kemudahan maka nilai Minat BSI Mobile bertambah sebesar 0,720. Kemudian nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga disimpulkan bahwa Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap Minat BSI Mobile.

3) Korelasi Sederhana

Tabel 4. 18
Hasil Korelasi sederhana Persepsi Kegunaan

Correlations			
		KEMUDAHAN	MINAT
KEMUDAHAN	Pearson Correlation	1	.558**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
MINAT	Pearson Correlation	.558**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

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

Sumber : *Output SPSS 26*

Nilai korelasi Persepsi kemudahan dalam table diatas sebesar 0,558. Berdasarkan pedoman nilai koefisien korelasi, nilai tersebut berada dalam rentang 0,40 – 0,558 yang berarti tergolong sedang.

4) Koefisien Determinasi R²

Tabel 4. 19
Hasil Koefisien Determinasi R² Persepsi Kemudahan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.558 ^a	.312	.305	3.127
a. Predictors: (Constant), KEMUDAHAN				

Sumber : *Output SPSS 26*

Berdasarkan hasil di atas, nilai *R Square* (R²) sebesar 0,312 menunjukkan besarnya pengaruh **kemudahan** terhadap Minat BSI Mobile adalah sebesar 31,2 % dan sisanya yaitu 68,8 % dipengaruhi variabel lain yang tidak di teliti.

5) Uji t

Tabel 4. 20
Hasil Uji t Persepsi Kemudahan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.331	3.311		3.121	.002
	KEMUDAHAN	.720	.108	.558	6.662	.000
a. Dependent Variable: MINAT						

Sumber : *Output SPSS 26*

Hasil diatas menunjukkan bahwa nilai t hitung 6.662 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai 0,000 < 0,05 sehingga H01 ditolak dan Hal diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa Variabel kemudahan (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat BSI Mobile.

b. Hipotesis 2 :

1) Rumusan Masalah

H_{02} : **Persepsi Kegunaan (X2)** secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap **Minat nasabah BSI KCP Singapura dalam penggunaan BSI Mobile (Y)**

H_{a2} : **Persepsi Kegunaan (X2)** secara parsial berpengaruh signifikan terhadap **Minat nasabah BSI KCP Singapura dalam penggunaan BSI Mobile (Y)**

2) Analisis Regresi Sederhana

Tabel 4. 21
Analisis Regresi Sederhana Persepsi Kegunaan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.955	4.158		.711	.479
	KEGUNAAN	.953	.135	.581	7.074	.000

a. Dependent Variable: MINAT

Sumber : *output SPSS 26*

Persamaan regresi untuk pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap

Minat BSI Mobile yaitu:

$$Y = a + bX_1$$

$$Y = 2.955 + 0,953 X_1$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas, nilai konstanta sebesar **2.955** menyatakan bahwa jika tidak ada nilai Persepsi Kegunaan maka nilai Minat BSI Mobile adalah **2.955**. Sedangkan nilai koefisien regresi Persepsi Kegunaan sebesar **0,953** menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 nilai Persepsi Kegunaan maka nilai Minat BSI Mobile bertambah

sebesar **0,953**. Kemudian nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga disimpulkan bahwa Persepsi Kegunaan berpengaruh terhadap Minat BSI *Mobile*.

3) Korelasi Sederhana

Tabel 4. 22
Hasil Korelasi Sederhana Persepsi Kegunaan

Correlations			
		KEGUNAAN	MINAT
KEGUNAAN	Pearson Correlation	1	.581**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
MINAT	Pearson Correlation	.581**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

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

Sumber : *Output SPSS 26*

Nilai korelasi Persepsi kegunaan dalam table di atas sebesar 0,581. Berdasarkan pedoman nilai koefisien korelasi, nilai tersebut berada dalam rentang 0,40 – 0,599 yang berarti tingkat hubungan tergolong sedang.

4) Koefisien Determinasi R²

Tabel 4. 23
Koefisien Determinasi R² Persepsi Kegunaan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.581 ^a	.338	.331	3.067

a. Predictors: (Constant), KEGUNAAN

Sumber : *Output SPSS 26*

Berdasarkan hasil di atas, nilai R Square (R^2) sebesar 0,338 menunjukkan besarnya Persepsi kegunaan terhadap Minat BSI Mobile adalah sebesar 33,8% dan sisanya yaitu sebesar 66,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

5) Uji t

Tabel 4. 24
Uji T Persepsi Kegunaan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.955	4.158		.711	.479
	KEGUNAAN	.953	.135	.581	7.074	.000

a. Dependent Variable: MINAT

Sumber : *Output SPSS 26*

Hasil di atas menunjukkan bahwa nilai thitung 7,074 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka disimpulkan bahwa variabel Persepsi Kegunaan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan Minat BSI Mobile.

c. Hipotesis 3 :

1) Rumusan Hipotesis

H_{03} : Persepsi Kemudahan (X_1) dan Persepsi Kegunaan (X_2) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat nasabah BSI KCP Singapura dalam penggunaan BSI Mobile (Y)

H_{a3} : Persepsi Kemudahan (X_1) dan Persepsi Kegunaan (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat

nasabah BSI KCP Singapura dalam penggunaan BSI Mobile (Y)

2) Regresi Berganda

Tabel 4. 25
Hasil Uji Regresi Berganda Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan terhadap Minat

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.914	4.057		-.225	.822
	KEGUNAAN	.643	.152	.393	4.219	.000
	KEMUDAHAN	.439	.120	.341	3.662	.000

a. Dependent Variable: MINAT

Sumber : *Output SPSS 26*

Persamaan regresi untuk pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat BSI Mobile yaitu:

$$Y = a + bX_1 + bX_2$$

$$Y = 0,914 + 0,643 X_1 + 0,439 X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi berganda di atas, nilai variabel Persepsi Kemudahan (X1) sebesar **0.643** dan Persepsi Kegunaan (X2) sebesar **0.439** Artinya setiap peningkatan 1% Persepsi kemudahan maka nilai minat nasabah terhadap BSI Mobile adalah: **0.643 X1 + 0.439 X2 = 1,082** Sehingga jika Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan meningkat secara bersama-sama maka Minat BSI Mobile akan meningkat. Sebaliknya, jika Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan meningkat secara bersama-sama maka Minat BSI Mobile akan menurun.

3) Korelasi Berganda

Tabel 4. 26
Hasil Uji Korelasi Berganda Persepsi Kemudahan dan
Persepsi Kegunaan terhadap Minat

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df 1	df2	Sig. F Change
1	.647 ^a	.418	.406	2.890	.418	34.896	2	97	.000

a. Predictors: (Constant), KEMUDAHAN, KEGUNAAN

Sumber : *Output SPSS 26*

Berdasarkan hasil di atas, diketahui Sig. F Change $0,000 < 0,05$ sehingga disimpulkan bahwa variabel Persepsi Kemudahan (X1) dan Persepsi Kegunaan (X2) berhubungan dengan Minat BSI *Mobile* (Y). selanjutnya nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,647. Berdasarkan pedoman nilai koefisien korelasi, nilai tersebut berada dalam rentang 0,60 – 0,799 yang berarti tingkat hubungan tergolong kuat

4) Koefisien Determinasi

Tabel 4. 27
Hasil Koefisien Determinasi Persepsi Kemudahan dan
Persepsi Kegunaan terhadap Minat

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.647 ^a	.418	.406	2.890

a. Predictors: (Constant), KEMUDAHAN, KEGUNAAN

Sumber : *Output SPSS*

Berdasarkan hasil di atas, diperoleh R Square (R²) sebesar 0,647 yang menunjukkan bahwa besarnya pengaruh Persepsi

Kemudahan dan Persepsi Kegunaan terhadap Minat BSI Mobile adalah sebesar 41,8%. Sedangkan 58,2% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

5) Uji F

Tabel 4. 28
Hasil Uji F Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan terhadap Minat

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	582.708	2	291.354	34.896	.000 ^b
	Residual	809.882	97	8.349		
	Total	1392.590	99			
a. Dependent Variable: MINAT						
b. Predictors: (Constant), KEGUNAAN, KEMUDAHAN						

Sumber : *Output SPSS 26*

Berdasarkan hasil di atas, nilai Fhitung 34,896 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sehingga $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa H03 ditolak dan Ha3 diterima. Maka disimpulkan bahwa Persepsi Kemudahan (X1) dan Persepsi Kegunaan (X2) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel Minat BSI Mobile (Y)

D. Pembahasan Hasil Penelitian

a. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat penggunaan BSI

Mobile

Berdasarkan hasil uji analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi Persepsi kemudahan adalah sebesar 0,720 yang menyatakan bahwa setiap kenaikan 1% nilai Persepsi Kemudahan maka nilai Minat BSI Mobile bertambah sebesar 0,720. Sehingga dinyatakan bahwa **dengan adanya Persepsi Kemudahan maka Minat BSI Mobile meningkat.**

Untuk hasil uji Nilai korelasi menunjukkan nilai 0,558 dengan kategori hubungan berpengaruh positif dan berkorelasi sedang Berdasarkan pedoman nilai koefisien korelasi, nilai tersebut berada dalam rentang 0,40 – 0,599. Selanjutnya, hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,338 **menunjukkan besarnya Persepsi kegunaan terhadap Minat BSI Mobile adalah sebesar 31,2%** dan sisanya yaitu sebesar 68,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti

Selanjutnya hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung 6.662 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. **Jadi dapat disimpulkan Persepsi kemudahan memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap minat BSI mobile.**

Berdasarkan hasil jawaban responden, item pernyataan variabel Persepsi kemudahan yang memiliki skor tertinggi adalah 447 pada pernyataan layanan BSI Mobile mudah dipelajari nilai skor 447. Sedangkan

item pernyataan dengan nilai skor terendah yaitu sebesar 422 pada pernyataan Kesulitan dalam mengakses *BSI Mobile*. Dapat disimpulkan bahwa nasabah menggunakan *BSI Mobile* dengan melihat Persepsi Kemudahan dimana *BSI Mobile* mudah untuk dipelajari. Hasil data di atas didukung dengan penelitian Irvan Yusuf Nugroho dan M.Pudjihardjo (2022)⁶⁸ yang menyatakan Variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap preferensi penggunaan *BSI Mobile*. **Artinya semakin tinggi kemudahan yang dirasakan, maka preferensi penggunaan *BSI Mobile* akan meningkat.**

b. Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Minat *BSI Mobile*.

Berdasarkan hasil uji analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi Persepsi kegunaan adalah sebesar **0,953** yang menyatakan bahwa setiap kenaikan 1% nilai Persepsi Kegunaan maka nilai Minat *BSI Mobile* bertambah sebesar **0,953**. **Sehingga disimpulkan bahwa Persepsi Kegunaan berpengaruh terhadap Minat *BSI Mobile*.**

Untuk hasil uji korelasi sederhana Persepsi kegunaan menunjukkan nilai korelasi sebesar 0,581. Dengan kategori hubungan berpengaruh positif dan berkorelasi sedang Berdasarkan pedoman nilai koefisien korelasi, nilai tersebut berada dalam rentang 0,40 – 0,599. Selajutnya, hasil koefisien determinasi nilai R Square (R^2) sebesar 0,338 **menunjukkan besarnya Persepsi kegunaan terhadap Minat *BSI Mobile* adalah sebesar 33,8%**

⁶⁸ Nugroho Yusuf & Pudjiharjo, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi kegunaan, Ketersediaan Fitur dan Literasi Keuangan Terhadap Preferensi Konsumen Menggunakan *BSI Mobile*." *Jurnal Islamic Economics and Finance In Focus*, Volume 1 No 2 Tahun 2022, Diakses melalui <https://ieff.ub.ac.id/index.php/ieff/article/download/22/11>.

dan sisanya yaitu sebesar 66,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti

Selanjutnya hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung 7,074 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai $0,000 < 0,05$ sehingga H_2 ditolak dan H_{a2} diterima. **Jadi dapat disimpulkan Persepsi kegunaan memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap minat BSI mobile.**

Berdasarkan hasil jawaban responden, item pernyataan variabel Persepsi kegunaan dengan nilai skor tertinggi sebesar 461 pada pernyataan dapat menyelesaikan transaksi dengan cepat. Dengan adanya BSI Mobile dapat mempercepat nasabah dalam melakukan transaksi secara online tanpa harus datang ke Bank ataupun ATM terdekat. Sedangkan nilai skor terendah yaitu sebesar 428 pada pernyataan penggunaan fitur BSI Mobile dapat meningkatkan kinerja dalam penyelesaian pekerjaan. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Edy Susanto dan Nurinayah, (2021)⁶⁹) yang menyatakan bahwa Persepsi Kegunaan TAM berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan *Fintech*. Dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat kegunaan bagi setiap individu yang menggunakannya. **Artinya semakin tinggi kegunaan yang dirasakan, maka preferensi penggunaan BSI Mobile akan meningkat.**

⁶⁹ Edy Susanto dan Nurinayah, "Pengaruh Persepsi Penggunaan Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Penggunaan E -Filling.", Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban, <https://journal3.uin-alauddin.ac.id/index.php/jiap/article/download/10431/7084>.

c. Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat BSI Mobile

Hasil uji analisis berdasarkan persamaan regresi berganda di atas, nilai variabel Persepsi Kemudahan (X1) sebesar **0.643** dan Persepsi Kegunaan (X2) sebesar **0.439** . Artinya setiap peningkatan Persepsi kemudahan dan Persepsi kegunaan sebesar 1% maka nilai Minat BSI Mobile adalah 1,082 **Sehingga jika Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan meningkat secara bersama-sama maka Minat BSI Mobile akan meningkat.** Sebaliknya, jika Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan meningkat secara bersama-sama maka Minat BSI Mobile akan menurun.

Hasil uji korelasi berganda menunjukkan bahwa nilai korelasi Persepsi kemudahan dan Persepsi kegunaan diperoleh nilai koefisien sebesar 0,647. Berdasarkan pedoman nilai koefisien korelasi, nilai tersebut berada dalam rentang 0,60 – 0,799 yang berarti tingkat hubungan tergolong kuat.

Selanjutnya hasil koefisien determinasi R Square (R²) sebesar 0,647 yang menunjukkan bahwa besarnya pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan terhadap Minat BSI Mobile adalah sebesar 41,8%. Sedangkan 58,2% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti,

Berdasarkan hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung 34,896 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sehingga $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa H₀₃ ditolak dan H_{a3} diterima. Maka disimpulkan bahwa Persepsi Kemudahan (X1) dan Persepsi Kegunaan (X2) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel Minat BSI Mobile (Y).

Penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Putri Adining Ayu.⁷⁰ Yang menyatakan variabel independen (Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan) secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Minat Penggunaan). **Artinya semakin tinggi kemudahan dan kegunaan yang dirasakan, maka preferensi penggunaan BSI Mobile akan meningkat.**

⁷⁰ Adining Putri, Skripsi: “Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking BRI Di Kota Jember (Studi Pada Nasabah BRI Generasi Y dan Generasi Z)”, (Jember, UIN, 2023), Hal 72.