

## ANALISIS MINAT NASABAH BSI KC JOMBANG DALAM PENGGUNAAN BSI MOBILE MELALUI KERANGKA TAM

Febylia Nur Holifah<sup>1)\*</sup>, Elfira Maya Adiba<sup>2)</sup>

Ekonomi Syariah, Fakultas Keislaman, Universitas Trunojoyo Madura

Email Korespondensi<sup>1)\*</sup> : 200721100018@student.trunojoyo.ac.id

Email<sup>2)</sup> : elfira.madiba@trunojoyo.ac.id

### Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan sikap pengguna terhadap minat nasabah dalam menggunakan BSI Mobile. Populasi penelitian ini terdiri dari 968 nasabah pengguna BSI Mobile yang terdaftar di BSI KC Jombang ada tahun 2023, dan sampel yang digunakan adalah 284 nasabah yang dipilih menggunakan metode purposive sampling dengan kriteria responden yang telah berumur minimal 17 tahun dan telah menjadi pengguna BSI Mobile. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik analisis menggunakan Structural Equation Model (SEM)-Partial Least Square (PLS). Data dikumpulkan melalui kuisioner google form yang berisi pertanyaan terkait variabel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap persepsi manfaat, persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap sikap pengguna, persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap sikap pengguna, dan sikap pengguna berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan BSI Mobile. Kesimpulan bahwa upaya untuk meningkatkan persepsi kemudahan, manfaat yang dirasakan, dan sikap pengguna terhadap aplikasi BSI Mobile akan memberikan dampak positif terhadap minat nasabah untuk mengadopsi dan menggunakan BSI Mobile secara berkelanjutan

**Kata Kunci:** Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Sikap Pengguna, Minat

## ANALYSIS BSI KC JOMBANG CUSTOMER INTEREST IN USING BSI MOBILE THROUGH THE FRAMEWORK TAM

### Abstract

The purpose of this study was to analyze the effect of perceived ease of use, perceived usefulness, and user attitudes on customer interest in using BSI Mobile. The population of this study consisted of 968 BSI Mobile user customers registered at BSI KC Jombang in 2023, and the sample used was 284 customers selected using purposive sampling method with the criteria that respondents were at least 17 years old and had become BSI Mobile users. The research method used is quantitative with analysis techniques using the Structural Equation Model (SEM)-Partial Least Square (PLS). Data is collected through a google form questionnaire containing questions related to variables. The results of this study indicate that perceived convenience has a significant effect on perceived benefits, perceived convenience has a significant effect on user attitudes, perceived benefits have a significant effect on user attitudes, and user attitudes have a significant effect on customer interest in using BSI Mobile. The conclusion that efforts to improve perceived ease, perceived benefits, and user attitudes towards the BSI Mobile application will have a positive impact on customer interest in adopting and using BSI Mobile on an ongoing basis.

**Keywords:** Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, User Attitude, Interests

## PENDAHULUAN

Religiusitas, atau tingkat komitmen individu terhadap agamanya, memiliki pengaruh signifikan terhadap gaya hidup dan penerapan nilai-nilai dalam kehidupan sehari-hari. Bagi umat Islam, hal ini tercermin dalam ketaatan terhadap hukum dan etika agama, seperti pantang mengonsumsi produk non-halal (Adiba, 2019). Agama menjadi fondasi penting dalam pengambilan keputusan, menuntun perilaku individu sesuai dengan nilai-nilai moral dan spiritual yang diajarkan. Bank Syariah Indonesia (BSI) hadir sebagai mitra terpercaya bagi umat Islam dalam mewujudkan gaya hidup syariah. Komitmen BSI terhadap nilai-nilai syariah tercermin dalam berbagai produk dan layanan yang ditawarkan, memastikan bahwa setiap transaksi dan aktivitas bisnisnya halal dan bebas dari unsur riba, gharar, dan haram. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan minat nasabah yang memiliki kepekaan terhadap unsur syariah dan berkomitmen untuk menerapkannya dalam seluruh aspek kehidupan (Adiba & Wulandari, 2018).

Sejalan dengan meningkatnya komitmen terhadap gaya hidup syariah, perkembangan teknologi informasi juga turut memengaruhi perilaku nasabah. Indonesia mempunyai peluang besar untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional dengan melalui pengembangan ekonomi kreatif (Muzayyana & Asmuni, 2022). Hampir semua aktivitas sehari-hari dimudahkan dengan kemajuan teknologi informasi. Kemajuan teknologi ini turut memengaruhi industri perbankan, termasuk BSI. Bank digital menjadi salah satu peluang yang diminati masyarakat Indonesia, di mana nasabah dapat bertransaksi tanpa perlu datang ke bank atau ATM. Kemudahan dan kenyamanan ini ditawarkan BSI melalui layanan *BSI Mobile* (Khalifar et al., 2021). Dengan menggabungkan komitmen terhadap nilai-nilai syariah dan pemanfaatan teknologi digital, *BSI Mobile* menjadi solusi bagi umat Islam dalam mewujudkan gaya hidup syariah yang mudah dan praktis di era digital. *BSI Mobile* sebagai salah satu bagian dari *e-banking*, merupakan layanan informasi perbankan yang bertujuan meningkatkan mutu pelayanan bank dengan mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi di mana saja dan kapan saja tanpa dibatasi waktu (Lailani et al., 2021). Seorang individu dapat dikatakan *well literate* jika memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga, produk, dan layanan jasa keuangan, serta keterampilan dalam mengetahui fitur, manfaat, risiko, hak serta kewajiban dari produk dan layanan jasa keuangan tersebut. Literasi keuangan syariah juga berpengaruh terhadap perencanaan pengelolaan keuangan dan keputusan berinvestasi pada keuangan syariah (Adiba, 2021).

Bank Syariah Indonesia (BSI) telah menunjukkan perkembangan yang signifikan dalam layanan M-Banking mereka melalui aplikasi *BSI Mobile*. Aplikasi ini dirancang untuk memberikan kemudahan dan efisiensi bagi nasabah dalam melakukan berbagai transaksi perbankan secara digital. *BSI Mobile* menawarkan berbagai fitur menarik, termasuk transfer dana antar bank, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, dan pengecekan saldo secara real-time. Selain itu, *BSI Mobile* juga dilengkapi dengan fitur keamanan yang canggih, seperti verifikasi biometrik dan *One Time Password* (OTP) untuk setiap transaksi, guna memastikan keamanan data nasabah. Inovasi teknologi ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan bagi pengguna, tetapi juga memungkinkan BSI untuk bersaing di era digitalisasi ekonomi. Komitmen BSI dalam memadukan prinsip syariah dengan teknologi modern tercermin dalam upaya mereka untuk terus mengembangkan layanan *BSI Mobile*, menjadikannya salah satu layanan perbankan digital yang unggul di Indonesia (Adwiyah Hasibuan, 2023). Dalam konteks penggunaan *BSI Mobile*, ada beberapa faktor utama yang mempengaruhi minat nasabah, yang dapat dianalisis melalui kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM). Faktor-faktor tersebut meliputi persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi

kegunaan (*perceived usefulness*). Persepsi kemudahan penggunaan, merupakan sistem teknologi yang diyakini penggunaannya mudah untuk dipahami sehingga mampu mengurangi usaha (waktu dan tenaga) pengguna dalam mempelajarinya (Daudshah & Yetti, 2022). Sementara itu, persepsi kegunaan mengacu pada sejauh mana nasabah percaya bahwa menggunakan *BSI Mobile* akan meningkatkan kinerja mereka dalam melakukan transaksi perbankan. Selain itu, faktor lain yang juga berpengaruh adalah sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using*), minat menggunakan (*behavioral intention to use*), serta literasi digital dan kepercayaan terhadap teknologi (Putri, 2023).

Permasalahan tentang bagaimana nasabah dapat menerima dan memanfaatkan layanan *Mobile Banking* ini secara maksimal dapat dijelaskan dengan menggunakan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM). Teori ini menawarkan suatu penjelasan yang kuat dan sederhana untuk penerimaan teknologi dan perilaku para penggunanya serta bertujuan memberikan deskripsi yang parsimonis terhadap faktor yang menentukan adopsi atas tingkah laku pemakai teknologi informasi (Rahayu, 2016). Kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) ialah suatu model untuk memprediksi dan menjelaskan bagaimana pengguna teknologi menerima dan menggunakan teknologi yang berkaitan dengan pekerjaan pengguna yang disusun guna memberi prediksi penerimaan teknologi dan faktor yang berkaitan terhadapnya (Irawati & Pramesti, 2020).

Penggunaan *mobile banking* BSI dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, sikap pengguna, dan minat nasabah. Persepsi kemudahan sering terkendala oleh kompleksitas aplikasi, keterbatasan panduan, dan masalah teknis, sementara persepsi manfaat dapat dipengaruhi oleh ketidak lengkapan fitur, reliabilitas layanan, dan keterbatasan integrasi. Sikap pengguna terbentuk dari pengalaman buruk, persepsi keamanan, dan kurangnya promosi, yang semuanya dapat mengurangi minat nasabah. Hambatan teknis dan non-teknis, serta persaingan dengan aplikasi bank lain, juga berperan dalam menentukan minat nasabah terhadap *BSI Mobile*. Kurangnya literasi digital, terutama di kalangan nasabah usia lanjut, menjadi kendala utama yang menyebabkan mereka kesulitan dalam menggunakan *BSI Mobile* (Shaikh & Karjaluo, 2015). Selain itu, kurangnya informasi dan promosi tentang fitur-fitur *BSI Mobile* menyebabkan nasabah belum mengetahui semua manfaat yang ditawarkan oleh layanan ini, yang pada gilirannya membuat mereka tidak termotivasi untuk menggunakan aplikasi tersebut (Rozza & Lufna Salsabila, 2024).

Sikap pengguna dijadikan variabel mediasi dalam penggunaan *BSI mobile* karena berperan penting dalam menghubungkan persepsi kemudahan pengguna dan manfaat penggunaan dapat dijadikan alasan bagi seseorang dalam berperilaku terhadap minat nasabah. Pengalaman buruk seperti kesulitan teknis atau antar muka yang kompleks dapat menghasilkan sikap negatif yang mengurangi minat nasabah, meskipun mereka sadar akan manfaatnya. Selain itu, persepsi keamanan juga mempengaruhi sikap pengguna jika merasa tidak aman, mereka cenderung kurang tertarik. Promosi yang kurang efektif dan persaingan dengan aplikasi lain yang lebih intuitif juga memengaruhi sikap pengguna terhadap layanan *BSI Mobile*. Dengan demikian, sikap pengguna berperan sebagai penghubung yang mempengaruhi bagaimana persepsi awal terhadap kemudahan dan manfaat aplikasi diterjemahkan menjadi minat atau ketidak minat dalam menggunakan *BSI mobile* (Sukmawati et al. 2021).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Saparudin et al. 2020), sikap pengguna terbukti menjadi mediator yang signifikan dalam hubungan antara persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap minat nasabah dalam menggunakan *BSI Mobile*.

Penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan *BSI Mobile*, seperti tingkat kemudahan dalam navigasi dan penggunaan fitur-fitur teknologi, serta persepsi manfaat yang dirasakan oleh nasabah, seperti kepraktisan dan manfaat ekonomis dari penggunaan aplikasi tersebut, secara langsung mempengaruhi sikap penggunaan. Sikap penggunaan yang positif, yang tercermin dalam niat dan keinginan aktif untuk menggunakan *BSI Mobile*, kemudian menjadi faktor utama yang memengaruhi minat nasabah untuk mengadopsi layanan tersebut secara berkelanjutan. Penelitian Putri, (2023) meneliti penggunaan *BSI Mobile* dengan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM), yang sering digunakan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi baru. Putri menemukan bahwa kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat berperan penting dalam menentukan kesediaan pengguna untuk mengadopsi *BSI Mobile*. Selain itu, penelitian Agus & Irianto, (2023) menegaskan temuan Putri dengan menyatakan bahwa persepsi kemudahan dan manfaat tidak hanya memengaruhi sikap penggunaan secara signifikan, tetapi juga berdampak langsung pada minat perilaku pengguna untuk terus menggunakan sistem *BSI Mobile*. Kedua penelitian ini memberikan dasar kuat untuk studi lebih lanjut tentang interaksi faktor-faktor tersebut dan pengaruhnya terhadap adopsi teknologi di sektor perbankan syariah, khususnya di Bank Syariah Indonesia (BSI), di mana pemahaman mendalam tentang penerimaan teknologi oleh nasabah dapat berpengaruh dalam meningkatkan penggunaan layanan *BSI Mobile*.

Sebagai layanan perbankan yang menggabungkan nilai-nilai syariah dengan teknologi canggih, analisis ini dapat membantu mengidentifikasi faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh pengguna *BSI Mobile*. Dengan kerangka TAM, penelitian ini tidak hanya memperkaya literatur mengenai adopsi teknologi dalam perbankan syariah tetapi juga memberikan wawasan praktis bagi Bank Syariah Indonesia untuk meningkatkan kualitas layanan khususnya pada layanan *BSI Mobile*. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dasar untuk mengembangkan kebijakan yang lebih efektif dalam mendorong penggunaan *BSI Mobile*, sehingga mampu memenuhi kebutuhan nasabah dalam berbagai aspek kehidupan mereka dengan mempertimbangkan bagaimana pengaruh persepsi kemudahan, manfaat, dan sikap penggunaan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *BSI Mobile*.

Berdasarkan uraian di atas, menggunakan model TAM, studi ini berfokus pada permasalahan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor faktor yang mempengaruhi minat nasabah yang meliputi faktor persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan sikap penggunaan dalam menggunakan *BSI Mobile*, dengan fokus pada Bank Syariah Indonesia Cabang Jombang.

## **METODE PENELITIAN**

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang sistematis, terencana, dan terstruktur. Penyelidikan tentang masalah sosial berdasarkan pada pengujian sebuah teori yang terdiri dari variabel-variabel, diukur dengan angka, dan dianalisis dengan prosedur statistik untuk menentukan apakah generalisasi prediktif teori tersebut benar (Ali et al., 2022).

### **Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kab. Jombang dengan mengambil data dari Bank Syariah Indonesia KC Jombang. Responden terdiri dari para nasabah BSI KC Jombang yang menggunakan *BSI Mobile* yang akan mengisi kuesioner melalui *google form*.

### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia KC Jombang yang berpotensi menggunakan layanan *BSI Mobile* dengan jumlah populasi sebanyak 284 nasabah. Metode sampel yang digunakan yakni *Purposive sampling* dengan dua kriteria yang telah ditentukan:

1. Umur minimal 17 tahun
2. Responden yang sudah menggunakan *BSI Mobile* KC Jombang

Ukuran sampel ditentukan dengan menggunakan rumus *Slovin* karena ukuran populasi diketahui. Rumus *slovin*:

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

$$n = 968 / (1 + 968 (0,05)^2)$$

$$n = 968 / (1 + 968 (0,0025))$$

$$n = 968 / (1 + 2,42)$$

$$n = 968 / 3,42$$

$$n = 283,04 (284)$$

n dibulatkan menjadi 284, jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 284 nasabah.

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat kesalahan sampel (sampling error)

### Teknik Analisis Data

Teknik analisis data penelitian ini menggunakan pendekatan uji statistika *Structural Equation Model* (SEM) berbasis varian, yaitu pendekatan alternatif *Partial Least Square* (PLS) (Agus & Irianto, 2023). Penggunaan analisis SEM – PLS karena terdapat variabel intervening yang dapat mengakomodir pengolahan dan penjabaran data. Analisis yang digunakan adalah analisis *outer model* (validitas serta reliabilitas) dan analisis *inner model* (*r-square*, *direct relationship*, serta *specific indirect effect*).

#### 1. Outer Model Analysis

Analisis *outer model* adalah spesifikasi hubungan antara konstruk laten dan indikatornya. Evaluasi dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa indikator kunci, seperti *Cronbach alpha* untuk mengukur konsistensi internal, *composite reliability* untuk mengukur keandalan keseluruhan konstruk, dan nilai *average variance extracted* (AVE) untuk mengukur sejauh mana variasi dalam indikator dapat dijelaskan oleh variabel laten yang bersangkutan (Adam, 2015). Tahapan ini dapat memastikan bahwa konstruk yang digunakan dalam model memiliki validitas yang memadai dan dapat dipercaya dalam konteks analisis yang dilakukan.

##### a. Uji Validitas

- 1) Uji Validitas Konvergen, mengukur apakah indikator variabel laten (konstruk) yang sesuai dengan ketentuan apabila nilai AVE lebih > 0,5 menunjukkan konvergensi yang baik, artinya indikator secara konsisten mengukur konstruk. Jika nilai AVE < 0,5 menunjukkan konvergensi yang lemah (Treggonowati & Kulsum 2018).
- 2) Uji Validitas Diskriminan, memastikan bahwa variabel laten berbeda satu sama lain, tidak saling mengukur hal yang sama. Menurut (Hamid et al., 2017), uji validitas diskriminan mengacu sejauh mana konstruk sebenarnya berbeda dari

konstruk lain secara empiris. Dianggap memenuhi kriteria jika nilai *cross-loading* dari setiap indikator menunjukkan kecenderungan yang lebih tinggi terhadap konstruk yang seharusnya mereka ukur dari pada terhadap konstruk lainnya. Dengan kata lain, indikator harus secara jelas dan konsisten terkait dengan konstruk yang ditentukan sebelumnya dalam penelitian.

- b. Uji Reliabilitas, Menurut (Slamet and Wahyuningsih 2022) digunakan untuk menunjukkan tingkat keandalan, keakuratan, ketelitian dan konsistensi dari indikator yang ada dalam kuesioner. Sehingga suatu penelitian yang baik selain harus valid juga harus reliabel supaya memiliki nilai ketepatan saat diuji dalam periode yang berbeda. Pengujian reliabilitas menggunakan metode koefisien reliabilitas *Alpha Cornbach's*. Dengan ketentuan:

- 1) Jika nilai *cronbach's alpha*  $\alpha > 0,60$  maka pertanyaan atau pernyataan yang di cantumkan di dalam kuesioner dinyatakan terpercaya atau reliabel.
- 2) Jika nilai *cronbach's alpha*  $< 0,60$  maka pertanyaan atau pernyataan yang di cantumkan di dalam kuesioner dinyatakan tidak terpercaya atau tidak reliabel.

## 2. Inner Model Analysis

Analisis inner model pada *Structural Equation Model (SEM) Smart Partial Least Square (PLS)* adalah tahap penting di mana hubungan antara variabel laten dalam model dianalisis secara mendalam (Sholiha & Salamah, 2015). Ini melibatkan estimasi parameter untuk menguji hipotesis yang mengatur hubungan antar variabel, mengevaluasi kekuatan dan signifikansi hubungan, serta memeriksa kecocokan model secara keseluruhan. Proses ini melibatkan pengujian R Square dan Uji Hipotesis.

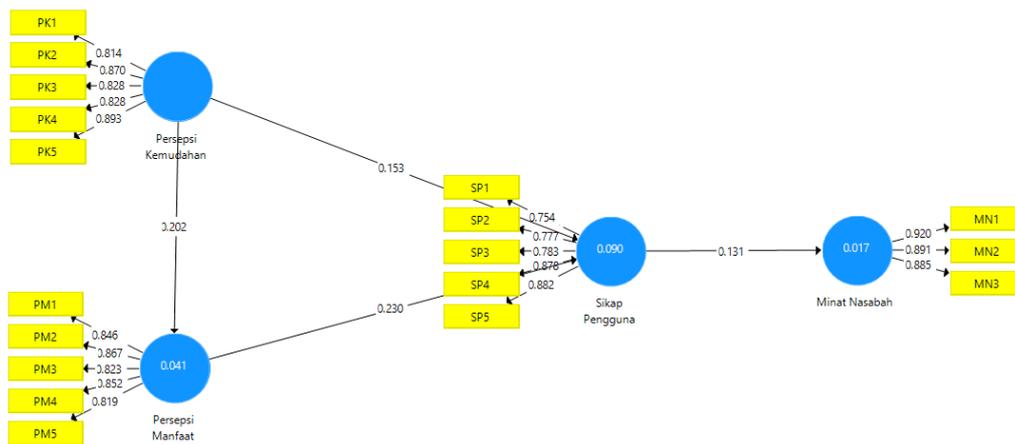
- a. Uji R Square, digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase sambungan variabel independen secara bersamaan terhadap terhadap variabel dependen. Nilai R square dikatakan baik jika diatas 0,5 karena nilai R square berkisar antara 0 sampai 1. Semakin tinggi nilai R Square semakin baik kemampuan model regresi dalam menjelaskan variabel dependen (Halin, 2017). Nilai R Square sebesar 0,75, 0,50, dan 0,25 menunjukkan bahwa model kuat, moderat, dan lemah (Fahlefi, 2023).
- b. Uji Hipotesis, Pengujian hipotesis adalah salah satu cabang Ilmu Statistika Inferensial yang digunakan untuk menguji kebenaran atas suatu pernyataan secara statistik serta menarik kesimpulan akan diterima atau ditolaknya pernyataan tersebut (Eriyanti 2021). Nilai t-statistics merupakan suatu nilai yang digunakan guna melihat tingkat signifikansi pada pengujian hipotesis dapat dikatakan signifikansi ketika nilai t-statistics lebih besar dari 1,96, sedangkan jika nilai t-statistics kurang dari 1,96 maka dianggap tidak signifikan. Pengambilan keputusan dilakukan dengan melihat nilai signifikansi pada tabel *Coefficients*. Biasanya dasar pengujian hasil regresi dilakukan dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau dengan taraf signifikansinya sebesar 5% ( $\alpha = 0,05$ ) (Akbar & Katsirin, 2024). Dalam penelitian ini, uji hipotesis dilakukan dengan menguji dua hal yakni:
  - 1) Uji *Direct Relationship* (Hubungan langsung antar variabel), merupakan metode statistik yang digunakan untuk menguji apakah terdapat hubungan yang signifikan secara statistic antara dua variabel (Pricilia et al., 2021).
  - 2) Uji *Specific Indirect Effect* (SIE) (Hubungan tidak langsung antar variabel), merupakan metode statistik yang digunakan untuk menguji pengaruh tidak langsung dari suatu variabel independen terhadap variabel dependen melalui mediator (Darwin & Umam, 2020).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Langkah awal dalam penelitian ini adalah pengujian validitas dan reliabilitas dengan menggunakan analisis *outer model*. Analisis outer model adalah tahapan dalam penelitian untuk mengevaluasi validitas dan reliabilitas konstruk laten dalam sebuah model. Evaluasi dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa indikator kunci, seperti *Cronbach alpha* untuk mengukur konsistensi internal, composite reliability untuk mengukur keandalan keseluruhan konstruk, dan nilai *average variance extracted* (AVE) untuk mengukur sejauh mana variasi dalam indikator dapat dijelaskan oleh variabel laten yang bersangkutan (Rastini, 2017). Adapun hasil pengujian validitas melalui *convergent validity* dapat dilihat pada gambar 1.

**Gambar 1**  
**Outer Model**



Sumber: Analisis data pada SmartPLS, 2024

Gambar 1 menunjukkan bahwa outer model (*path model*) hasil analisis struktural menggunakan metode (PLS-SEM). Dalam model ini, variabel laten persepsi kemudahan diukur oleh lima indikator (PK1 hingga PK5) dengan nilai *loadings* berkisar antara 0.814 hingga 0.870 dan memiliki nilai *R-squared* sebesar 0.202. Variabel laten persepsi manfaat diukur oleh lima indikator (PM1 hingga PM5) dengan nilai *loadings* berkisar antara 0.819 hingga 0.867 dan memiliki nilai *R-squared* sebesar 0.041. Variabel laten sikap pengguna diukur oleh lima indikator (SP1 hingga SP5) dengan nilai *loadings* berkisar antara 0.754 hingga 0.882 dan memiliki nilai *R-squared* sebesar 0.090. Variabel laten minat nasabah diukur oleh tiga indikator (MN1 hingga MN3) dengan nilai *loadings* berkisar antara 0.885 hingga 0.920 dan memiliki nilai *R-squared* sebesar 0.017.

Hubungan antar variabel laten menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap sikap pengguna dengan koefisien jalur sebesar 0.153, dan persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap sikap pengguna dengan koefisien jalur sebesar 0.230. Lalu sikap pengguna berpengaruh positif terhadap minat nasabah dengan koefisien jalur sebesar 0.131. Nilai-nilai *loadings* yang tinggi menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut merupakan pengukuran yang baik untuk variabel laten masing-masing. Selain itu, nilai *R-squared* menunjukkan seberapa besar variabilitas variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model ini. Secara keseluruhan, adanya hubungan yang signifikan antar variabel laten, serta validitas pengukuran yang baik untuk indikator-indikator yang digunakan. Data pada gambar 1 juga dapat dijabarkan dalam tabel 1 berikut:

**Tabel 1**  
**Outer Loadings**

No	Variabel	Item Pertanyaan	Loading Factor	Keterangan
1.	Persepsi Kemudahan (X1)	1. Mudah dipahami	0.814	Valid
		2. Mudah dilakukan	0.870	Valid
		3. Fleksibel	0.828	Valid
		4. Memudahkan, terampil serta mahir	0.828	Valid
		5. Mudah aplikasikan	0.893	Valid
2.	Persepsi Manfaat (X2)	1. Mempermudah transaksi pembayaran	0.846	Valid
		2. Mempercepat transaksi	0.867	Valid
		3. Memberikan keuntungan	0.823	Valid
		4. Memberikan rasa aman dalam transaksi	0.852	Valid
		5. Fiturnya bermanfaat mengelola keuangan	0.819	Valid
3.	Sikap Pengguna (Z)	1. Kegunaan yang dirasa	0.754	Valid
		2. Pengalaman dalam menggunakan	0.777	Valid
		3. Pandangan tentang manfaat	0.783	Valid
		4. Kenyamanan dalam menggunakan	0.878	Valid
		5. Pengaruh terhadap aktivitas transaksi	0.882	Valid
4.	Minat Nasabah (Y)	1. Niat untuk terus menggunakan	0.920	Valid
		2. Frekuensi penggunaan	0.891	Valid
		3. Merekomendasikan	0.885	Valid

Sumber: Analisis data pada SmartPLS, 2024

Hasil uji validitas pada tabel 1 menunjukkan bahwa semua instrument penelitian memiliki nilai signifikan kurang dari 0,05 sehingga semua indikator variabel penelitian ini adalah valid.

Pengujian validitas lainnya adalah dengan melihat nilai AVE dalam analisis *outer loadings* sebagaimana hasilnya dapat dilihat pada tabel 2.

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Validitas Konvergen (AVE > 0.05)**

No	Variabel	Nilai AVE	Keterangan
1	MN	0.808	Valid
2	PK	0.718	Valid
3	PM	0.708	Valid
4	SP	0.667	Valid

Sumber: Analisis data pada SmartPLS, 2024

Berdasarkan tabel 2 hasil uji validitas konvergen, dapat dilihat bahwa nilai AVE semua variabel lebih dari 0,5. Artinya satu variabel laten mampu menjelaskan lebih dari setengah varian dari indikator-indikatornya.

Lebih lanjut hasil uji validitas diskriminan dapat dilihat pada tabel 3.

**Tabel 3**  
**Validitas Diskriminan**

Variabel	Minat Nasabah	Persepsi Kemudahan	Persepsi Manfaat	Sikap Pengguna
Minat Nasabah	0.899			
Persepsi Kemudahan	-0.064	0.847		
Persepsi Manfaat	0.012	0.202	0.841	
Sikap Pengguna	0.131	0.199	0.261	0.816

Sumber: Analisis data pada SmartPLS, 2024

Berdasarkan tabel 3 uji validitas diskriminan, dapat dilihat bahwa masing-masing variabel memiliki nilai AVE yang tinggi minat nasabah 0.899 persepsi kemudahan 0.847 persepsi manfaat 0.841 dan sikap pengguna 0.816. Nilai AVE ini lebih besar dibandingkan korelasi antar variabel lainnya di mana minat nasabah memiliki korelasi -0.064 dengan persepsi kemudahan 0.012 dengan persepsi manfaat dan 0.131 dengan sikap pengguna persepsi kemudahan memiliki korelasi 0.202 dengan persepsi manfaat dan 0.199 dengan sikap pengguna serta persepsi manfaat memiliki korelasi 0.261 dengan Sikap Pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki validitas diskriminan yang baik, karena nilai AVE mereka lebih besar dari korelasi antar variabel lainnya, yang berarti masing-masing variabel dapat dibedakan dengan jelas satu sama lain.

Pengujian validitas lainnya dengan melihat nilai cross loading berikut.

**Tabel 4**

***Cross Loading***

Variabel	Indikator	MN	PK	PM	SP
MN	MN1	<b>0.920</b>	-0.040	0.071	0.139
	MN2	<b>0.891</b>	-0.085	-0.027	0.120
	MN3	<b>0.885</b>	-0.046	-0.037	0.078
PK	PK1	-0.105	<b>0.814</b>	0.212	0.213
	PK2	-0.064	<b>0.870</b>	0.243	0.135
	PK3	0.060	<b>0.828</b>	0.109	0.102
	PK4	-0.040	<b>0.828</b>	0.092	0.169
	PK5	-0.062	<b>0.893</b>	0.140	0.193
PM	PM1	0.031	0.188	<b>0.846</b>	0.221
	PM2	0.007	0.185	<b>0.867</b>	0.235
	PM3	-0.008	0.146	<b>0.823</b>	0.193
	PM4	-0.016	0.138	<b>0.852</b>	0.251
	PM5	0.037	0.190	<b>0.819</b>	0.191
SP	SP1	-0.005	0.134	0.220	<b>0.754</b>
	SP2	0.088	0.137	0.192	<b>0.777</b>
	SP3	-0.014	0.158	0.190	<b>0.783</b>
	SP4	0.204	0.193	0.254	<b>0.878</b>
	SP5	0.175	0.179	0.201	<b>0.882</b>

Sumber: Analisis data pada SmartPLS, 2024

Berdasarkan hasil uji pada tabel 4 di atas, dapat dilihat bahwa nilai *cross loading* indikator suatu konstruk lebih besar dari nilai *cross loading* tersebut terhadap konstruk lain yang artinya semua indikator variabel dikatakan valid.

Setelah pengujian validitas lebih lanjut dilakukan uji reliabilitas, dimana hasil uji reliabilitas pada penelitian ini sebagaimana terlihat pada tabel 5.

**Tabel 5**

**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
Minat Nasabah	0.884	0.927
Persepsi Kemudahan	0.904	0.927
Persepsi Manfaat	0.897	0.924
Sikap Pengguna	0.877	0.909

Sumber: Analisis data pada SmartPLS, 2024

Berdasarkan uji pada tabel 5 di atas, terbukti bahwa nilai *composite reliability* dan nilai *cronbach alpha* untuk semua variabel penelitian > 0,60. hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel penelitian telah memenuhi kriteria *composite reliability* dan menunjukkan nilai reliabilitas yang tinggi, karena nilai *composite reliability* di atas > 0,6.

Setelah diketahui bahwa semua variabel dinyatakan valid dan reliabel maka dilakukan pengujian inner model guna mengetahui pengaruh dan keeratan pengaruh diantara variabel dalam penelitian ini. Hasil pengujian R Square dapat dilihat pada tabel 6:

**Tabel 6**  
**R-Square**

Variabel	R Square
Minat Nasabah (Y)	0.017
Persepsi Manfaat (X <sub>2</sub> )	0.041
Sikap Pengguna (Z)	0.090

Sumber: Analisis data pada SmartPLS, 2024

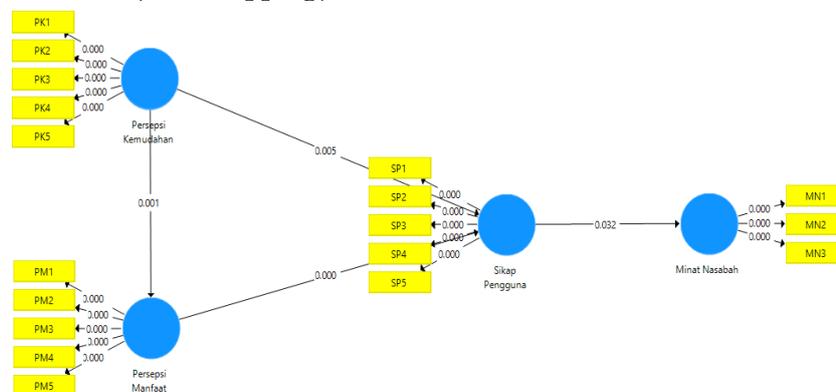
Nilai R-square dari kombinasi Persepsi Kemudahan (X<sub>1</sub>), Persepsi Manfaat (X<sub>2</sub>), dan Sikap Pengguna (Z) terhadap Minat Nasabah (Y) sebesar 0.017 yang menunjukkan bahwa sebesar 1.7% variasi Minat Nasabah dapat dijelaskan variabel Persepsi Kemudahan (X<sub>1</sub>), Persepsi Manfaat (X<sub>2</sub>), dan Sikap Pengguna (Z). Hal ini berarti bahwa dampak dari semua faktor eksternal Persepsi Kemudahan (X<sub>1</sub>), Persepsi Manfaat (X<sub>2</sub>), dan Sikap Pengguna (Z) pada Minat Nasabah (Y) terkategori lemah.

Nilai R-square dari Persepsi Kemudahan (X<sub>1</sub>) terhadap Persepsi Manfaat (X<sub>2</sub>) sebesar 0.041 dan menunjukkan bahwa sebesar 4.1% variasi Persepsi Manfaat (X<sub>2</sub>) dapat dijelaskan oleh variabel Persepsi Kemudahan (X<sub>1</sub>). Hal ini berarti bahwa dampak dari semua faktor eksternal Persepsi Kemudahan (X<sub>1</sub>) pada Persepsi Manfaat (X<sub>2</sub>) terkategori lemah.

Nilai R-square dari kombinasi Persepsi Kemudahan (X<sub>1</sub>) dan Persepsi Manfaat (X<sub>2</sub>) terhadap Sikap Pengguna (Z) sebesar 0.090 dan menunjukkan bahwa sebesar 9% variasi Sikap Pengguna (Z) dapat dijelaskan oleh variabel Persepsi Kemudahan (X<sub>1</sub>) dan Persepsi Manfaat (X<sub>2</sub>). Hal ini berarti bahwa dampak dari semua faktor eksternal Persepsi Kemudahan (X<sub>1</sub>) dan Persepsi Manfaat (X<sub>2</sub>) pada Z terkategori lemah.

Hasil uji hipotesis pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:

**Gambar 2**  
**Analisis Inner Model (*Bootstrapping*)**



Sumber: Analisis data pada SmartPLS, 2024

Berdasarkan Gambar 2 terdapat empat variabel yang mempunyai pengaruh langsung yaitu variabel persepsi kemudahan, variabel persepsi manfaat, variabel minat

nasabah, dan variabel sikap pengguna. Dengan demikian terdapat pengaruh variabel persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap minat nasabah melalui sikap pengguna. Adanya variabel yang dapat memediasi ketiga variabel tersebut yaitu variabel sikap pengguna. Model di atas disebut koefisien jalur yang menunjukkan besarnya pengaruh langsung variabel-variabel yang mempengaruhinya, atau dapat dikatakan dari variabel eksogen ke variabel endogen. Koefisien jalur merupakan koefisien regresi yang terstandarisasi (terstandarisasi  $\beta$ ) yang mewakili pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen yang disusun dalam diagram jalur. Berikut pengujian hipotesisnya:

**Tabel 7**

***Direct Effect***

Variabel	T Statistics	P Values
Persepsi Kemudahan -> Persepsi Manfaat	3.016	0.001
Persepsi Kemudahan -> Sikap Pengguna	2.534	0.006
Persepsi Manfaat -> Sikap Pengguna	4.320	0.000
Sikap Pengguna -> Minat Nasabah	2.025	0.027
Persepsi Kemudahan > Sikap Pengguna > Minat Nasabah	2.357	0.009
Persepsi Manfaat > Sikap Pengguna > Minat Nasabah	1.737	0.042

Sumber: Analisis data pada SmartPLS, 2024:

**Pengaruh Persepsi Kemudahan Pengguna Terhadap Persepsi Manfaat Menggunakan *BSI Mobile***

Hasil pengujian koefisien jalur pengaruh langsung variabel persepsi kemudahan terhadap persepsi manfaat menggunakan *BSI Mobile* dengan nilai t-statistics sebesar 3.016 yang lebih besar dari t-tabel 1.96, yang berarti bahwa persepsi kemudahan pengguna memiliki pengaruh positif terhadap persepsi manfaat menggunakan *BSI Mobile*, dikarenakan t-statistik lebih besar dari pada t-tabel. Oleh karena itu dapat diputuskan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi manfaat.

**Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Sikap Pengguna *BSI Mobile***

Hasil pengujian koefisien jalur pengaruh langsung variabel persepsi kemudahan terhadap sikap pengguna menggunakan *BSI Mobile* dengan nilai t-statistiknya sebesar 2.534 dan lebih besar dari t-tabel 1.96, yang berarti bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap sikap pengguna pada *BSI Mobile*, dikarenakan t-statistik lebih besar dari pada t-tabel. Oleh karena itu dapat diputuskan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap pengguna

**Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Sikap Pengguna *BSI Mobile***

Hasil pengujian koefisien jalur pengaruh langsung variabel persepsi manfaat terhadap sikap pengguna *BSI Mobile* dengan nilai t-statistics sebesar 4.320 dan lebih besar dari t-tabel 1.96, yang berarti bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif terhadap sikap pengguna *BSI Mobile*, dikarenakan t-statistiknya lebih besar dari pada t-tabel. Oleh karena itu dapat diputuskan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap pengguna.

**Pengaruh Sikap Pengguna Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *BSI Mobile***

Hasil pengujian koefisien jalur pengaruh langsung variabel sikap pengguna terhadap minat nasabah menggunakan *BSI Mobile* dengan nilai t-statistics sebesar 2.025 dan lebih besar dari t-tabel 1.96, yang berarti bahwa sikap pengguna memiliki pengaruh positif

terhadap minat nasabah dalam menggunakan *BSI Mobile*, dikarenakan t-statistiknya lebih besar dari pada t-tabel. Oleh karena itu dapat diputuskan bahwa sikap pengguna memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah.

### **Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan *BSI Mobile* melalui Mediasi Sikap Pengguna**

Menurut data yang ditunjukkan pada Tabel 8, temuan menunjukkan bahwa Sikap Pengguna (SP) dapat bertindak sebagai mediator dalam hubungan antara variabel Persepsi Kemudahan (PK) dan Minat Nasabah (MN). Hal ini didukung oleh temuan penelitian yang menunjukkan bahwa pengaruh variabel persepsi kemudahan terhadap minat nasabah, yang dimediasi oleh sikap pengguna, memiliki nilai t-statistik sebesar 2,357, melebihi ambang batas 1,96, dan nilai p sebesar 0,009, yang lebih rendah dari tingkat signifikansi 0,05. Ini menyiratkan bahwa sikap pengguna memiliki kemampuan untuk memoderasi pengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan *BSI Mobile*.

### **Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan *BSI Mobile* melalui Mediasi Sikap Pengguna**

Menurut data yang ditunjukkan pada Tabel 8, temuan menunjukkan bahwa Sikap Pengguna (SP) dapat bertindak sebagai mediator dalam hubungan antara variabel Persepsi Manfaat (PM) dan Minat Nasabah (MN). Hal ini didukung oleh temuan penelitian yang menunjukkan bahwa pengaruh variabel persepsi manfaat terhadap minat nasabah, yang dimediasi oleh sikap pengguna, memiliki nilai t-statistik sebesar 1.737, melebihi ambang batas 1,96, dan nilai p sebesar 0,042, yang lebih rendah dari tingkat signifikansi 0,05. Ini menyiratkan bahwa sikap pengguna memiliki kemampuan untuk memoderasi pengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan *BSI Mobile*.

## **PEMBAHASAN**

### **Pengaruh Persepsi Kemudahan Pengguna Terhadap Persepsi Manfaat Menggunakan *BSI Mobile***

Berdasarkan hasil analisis statistik, nilai T Hitung 3,016 untuk variabel persepsi kemudahan pengguna lebih besar dari nilai kritis 1,96. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi kemudahan pengguna dan persepsi manfaat menggunakan *BSI Mobile*. Selain itu, nilai P Value 0,001 lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Artinya, secara statistik, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang besar dan langsung antara persepsi kemudahan pengguna dan persepsi manfaat menggunakan *BSI Mobile*.

Persepsi kemudahan penggunaan memiliki beberapa indikator, yaitu kemudahan dipelajari, terkendali, jelas dan dapat dimengerti, fleksibel, serta kemudahan untuk menjadi terampil dan digunakan. Jika suatu sistem memenuhi indikator-indikator ini, pengguna akan merasakan kemudahan dalam mengoperasikannya. Hal ini berimplikasi pada manfaat yang bisa dirasakan oleh pengguna. Misalnya, apabila nasabah *BSI Mobile* merasa aplikasi ini mudah dipelajari dan digunakan, mereka akan lebih cenderung melihat aplikasi tersebut sebagai sesuatu yang bermanfaat. Dengan kata lain, persepsi kemudahan penggunaan dapat meningkatkan persepsi manfaat dari aplikasi tersebut, karena pengalaman positif dalam penggunaan akan mendorong nasabah untuk memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia dengan lebih efektif. Hal ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan

teknologi meningkatkan adopsi dan pemanfaatannya, karena pengguna merasa nyaman dan efisien dalam menggunakannya (Agus Siswoyo & Irianto 2023).

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Widanengsih (2021) menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap persepsi manfaat pada pengguna *BSI Mobile* di Jakarta. Hasil yang sama juga diperoleh pada penelitian Agus & Irianto (2023) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif pada persepsi manfaat pengguna *BSI Mobile*.

### **Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Sikap Pengguna *BSI Mobile***

Berdasarkan hasil analisis statistik, nilai T hitung 2,534 untuk variabel persepsi kemudahan lebih besar dari nilai kritis 1,96. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi kemudahan dan sikap pengguna *BSI Mobile*. Selain itu, nilai P-value 0,006 lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Artinya, secara statistik, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara persepsi kemudahan dan sikap pengguna *BSI Mobile*.

Ketika suatu teknologi mudah digunakan, seseorang akan lebih cenderung untuk mengadopsi teknologi tersebut. Dalam konteks *mobile banking*, jika sistemnya mudah digunakan, pengguna akan lebih mungkin untuk merasa nyaman dan percaya diri dalam menggunakan aplikasi untuk melakukan berbagai transaksi perbankan. Hal ini mengarah pada peningkatan sikap positif dan signifikan konsumen terhadap layanan *mobile banking* (Rastini, 2017).

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya seperti Rastini (2017) dan (Junaedi and Neneng, 2023), yang menjelaskan bahwa apabila suatu teknologi mudah untuk digunakan, maka seseorang akan cenderung menggunakan teknologi tersebut. Hal ini berarti bahwa semakin mudah penggunaan suatu sistem dalam hal *mobile banking* untuk kebutuhan konsumen dalam hal bertransaksi perbankan maka akan meningkatkan sikap positif dan signifikan konsumen terhadap layanan *mobile banking*.

### **Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Sikap Pengguna *BSI Mobile***

Berdasarkan hasil analisis statistik, nilai T hitung 4,320 untuk variabel persepsi manfaat jauh lebih besar dari nilai kritis 1,96. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat signifikan antara persepsi manfaat dan sikap pengguna *BSI Mobile*. Nilai P Value 0,000 jauh lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Artinya, secara statistik, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan sangat kuat antara persepsi manfaat dan sikap pengguna *BSI Mobile*.

Manfaat yang dirasakan oleh pengguna dari sistem yang digunakan dapat menentukan keputusan yang akan diambil dan menyikapi penggunaan sistem tersebut. Jika pengguna merasa bahwa sistem memberikan manfaat yang signifikan, mereka akan cenderung untuk terus menggunakan sistem tersebut. Sebaliknya, jika sistem tidak memberikan manfaat yang dirasakan, sikap pengguna akan cenderung negatif dan mereka mungkin akan berhenti menggunakan sistem tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat memainkan peran penting dalam membentuk sikap dan keputusan penggunaan suatu sistem (Agus Siswoyo & Irianto, 2023).

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rastini (2017) dan (Adnyasuari & Darma, 2017) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat pengguna menjadi variabel yang signifikan mempengaruhi sikap pengguna dalam

menggunakan *mobile banking*. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi manfaat yang dirasakan terhadap pekerjaan perbankan yang dilakukan oleh konsumen ketika menggunakan *mobile banking* maka akan semakin positif pula sikap konsumen untuk menggunakan *mobile banking*.

### **Pengaruh Sikap Pengguna Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *BSI Mobile***

Berdasarkan hasil analisis statistik, nilai *T* hitung 2,025 untuk variabel sikap pengguna lebih besar dari nilai kritis 1,96. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara sikap pengguna dan minat nasabah menggunakan *BSI Mobile*. Nilai *P* Value 0,027 lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Artinya, secara statistik, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara sikap pengguna dan minat nasabah menggunakan *BSI Mobile*.

Jika seseorang memiliki perasaan positif dalam melakukan sesuatu, maka akan menumbuhkan keinginan untuk terus menggunakan atau melakukan hal tersebut. Sebaliknya, jika perasaan negatif yang muncul, maka keinginan untuk melanjutkan perilaku tersebut akan menurun. Hal ini menunjukkan bahwa sikap pengguna sangat mempengaruhi minat dan perilaku seseorang dalam melakukan sesuatu (Agus Siswoyo & Irianto, 2023).

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Widanengsih, 2021) yang menyatakan bahwa sikap pengguna terhadap minat perilaku nasabah untuk menerapkan teknologi *mobile banking*. Semakin positif sikap pengguna terhadap keberadaan layanan *mobile banking* maka semakin tinggi pula minat individu untuk menggunakan layanan *mobile banking*.

### **Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan *BSI Mobile* melalui Mediasi Sikap Pengguna**

Berdasarkan hasilnya menunjukkan bahwa sikap pengguna dapat menjadi mediator antara variabel persepsi kemudahan terhadap minat nasabah. Temuan penelitian memberikan bukti adanya hubungan ini, karena hubungan ini signifikan secara *t*-statistik dengan nilai sebesar 2,357, yang berada di atas nilai kritis 1,96 dan nilai *p* value sebesar 0.009, yang lebih rendah dari angka signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan *BSI Mobile* memiliki pengaruh yang positif terhadap minat nasabah. Artinya, semakin mudah aplikasi *BSI Mobile* digunakan, maka semakin positif sikap nasabah dan hal ini mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakannya.

Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *BSI Mobile* melalui mediasi sikap pengguna adalah *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) adalah dua faktor utama yang menentukan penerimaan teknologi. Persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tertentu akan bebas dari usaha keras. Ketika pengguna merasa bahwa teknologi mudah digunakan, mereka cenderung memiliki sikap positif terhadap teknologi tersebut (Riswandi et al., 2023).

Berdasarkan hasil penelitian oleh (Saparudin et al. 2020) ditemukan bahwa sikap pengguna memainkan peran penting sebagai mediator dalam hubungan antara persepsi kemudahan dan minat nasabah dalam menggunakan layanan *BSI Mobile*. Studi ini menunjukkan bahwa semakin positif persepsi kemudahan yang dirasakan oleh nasabah terhadap penggunaan *BSI Mobile*, seperti semakin mudah penggunaan fitur dan fleksibilitas layanan, semakin kuat pula sikap penggunaan yang mendorong minat nasabah untuk terus menggunakan layanan tersebut.

### **Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan *BSI Mobile* melalui Mediasi Sikap Pengguna**

Berdasarkan hasilnya menunjukkan bahwa sikap pengguna dapat menjadi mediator antara variabel persepsi manfaat terhadap minat nasabah. Temuan penelitian memberikan bukti adanya hubungan ini, karena hubungan ini signifikan secara t-statistik dengan nilai sebesar 1,737, yang berada di atas nilai kritis 1,96 dan nilai p value sebesar 0.042, yang lebih rendah dari angka signifikan 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat pengguna *BSI Mobile* memiliki pengaruh yang positif terhadap minat nasabah. Artinya, semakin banyak manfaat yang dirasakan pengguna dari *BSI Mobile*, semakin positif pula sikap mereka terhadap aplikasi tersebut sehingga semakin berminat dalam menggunakan *BSI Mobile*.

*Performance expectancy*, yang mirip dengan persepsi manfaat, mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem akan membantu mereka mencapai keuntungan dalam kinerja. Jika nasabah merasa bahwa *BSI Mobile* menawarkan manfaat yang signifikan, seperti peningkatan efisiensi dan kenyamanan, mereka akan memiliki sikap positif terhadap aplikasi dan lebih mungkin untuk menggunakannya. Sikap positif ini, diperkuat oleh ekspektasi kinerja, akan meningkatkan minat dan adopsi berkelanjutan dari aplikasi tersebut (Bayumi, 2023).

Berdasarkan hasil penelitian oleh (Saparudin et al. 2020), ditemukan bahwa sikap pengguna memainkan peran penting sebagai mediator dalam hubungan antara persepsi manfaat dan minat nasabah dalam menggunakan layanan *BSI Mobile*. Studi ini menunjukkan bahwa semakin positif manfaat yang dirasakan oleh nasabah terhadap penggunaan *BSI Mobile*, semakin kuat pula sikap penggunaan yang mendorong minat nasabah untuk terus menggunakan layanan tersebut.

### **KESIMPULAN**

Hasil dari penelitian ini menunjukkan minat nasabah dipengaruhi oleh kemudahan dan manfaat yang dirasakan dalam menggunakan *BSI Mobile*. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa sikap pengguna mampu memediasi pengaruh variabel persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap variabel minat nasabah. Penelitian ini hanya terbatas pada variabel bebas yaitu persepsi kemudahan dan manfaat, oleh sebab itu hendaknya penelitian selanjutnya memperluas cakupan variabel bebasnya seperti faktor demografis, pengalaman pengguna, mencakup aspek-aspek teknis dan keamanan dari aplikasi *BSI Mobile*. Sehingga, penelitian mendatang dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif dan aplikatif bagi pengembangan layanan *BSI Mobile* yang lebih efektif dan disukai oleh pengguna.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Adam, Irwan & Khaeryna. 2015. "Metode Partial Least Square (Pls) Dan Terapannya (Studi Kasus : Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan PDAM Unit Camming Kab.Bone)." *Teknosains* 9 Nomor 1:53–68.
- Adiba, Elfira Maya. 2019. "Consumer Purchasing Behavior Of Halal Cosmetics: A Study On Generations X And Y." *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance* Vol. 5, No:169–92.
- Adiba, Elfira Maya. 2021. "Literasi Keuangan Syariah Dan Keputusan Investasi: Analisis Sosial Demografi." *Iqtishaduna* 12(2):224–33. doi: 10.20414/iqtishaduna.v12i2.4224.
- Adiba, Elfira Maya, and Dewi Ayu Wulandari. 2018. "Pengaruh Halal Knowledge, Islamic Religiosity, Dan Attitude Terhadap Behavior Konsumen Muslim Generasi Y

- Pengguna Kosmetik Halal Di Surabaya.” *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia* 1(3):357–69. doi: 10.31842/jurnal-inobis.v1i3.42.
- Adnyasuari, P.A.S., & Darma, G. 2017. “Technology Acceptance Model and E-Satisfaction in Mobile Banking.” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 14(2):1–3.
- Adwiyah Hasibuan, Riska. 2023. “Peranan Webform BSI Dalam Kemudahan Transaksi Online Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Medan Setia Budi.” *Trending: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen* 1(2):95–107.
- Agus Siswoyo, Bambang Setyobudi Irianto, and Bambang Setyobudi Irianto. 2023. “Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Pengguna Aplikasi Mobile Banking.” *Owner* 7(2):1196–1205. doi: 10.33395/owner.v7i2.1440.
- Akbar, Reza, U. Sulia Sukmawati, and Khairul Katsirin. 2024. “Analisis Data Penelitian Kuantitatif.” *Jurnal Pelita Nusantara* 1(3):430–48. doi: 10.59996/jurnalpelitanusantara.v1i3.350.
- Ali, M. Makhru., Tri Hariyati, Meli Yudestia Pratiwi, and Siti Afifah. 2022. “Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapannya Dalam Penelitian.” *Education Journal*.2022 2(2):1–6.
- Bayumi, Firdaus. 2023. “Pengaruh Performance Expectancy, Effort, Dan Facilitating Condition Terhadap Kinerja Keuangan Bank Jambi, Dengan Actual Usage Variabel Mediasi (Studi Pada Pengguna Aplikasi Bank Jambi Mobile).” *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)* 12(01):14–27.
- Darwin, Muhammad, and Khoirul Umam. 2020. “Analisis Indirect Effect Pada Structural Equation Modeling.” *Nucleus* 1(2):50–57. doi: 10.37010/nuc.v1i2.160.
- Daudshah, Faishal, and Fitri Yetti. 2022. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Nasabah Berinfak Pada BSI Mobile.” *Veteran Economics, Management, & Accounting Review* 1(1):74–87.
- Eriyanti, Theresia dkk. 2021. “3 1,2,3.” *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat* 4(3):564–72.
- Fahlefi, Muhammad Rizal. 2023. “Pengaruh Budaya Organisasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Komitmen Organisasi Melalui Kepuasan Kerja Di PT Solusindo Kreasi Jayatech.” *JURMA: Jurnal Riset Manajemen* 1.
- Halin, Hamid. 2017. “Pengaruh Harga Jual Kaca Patri Jenis Silver Terhadap Nilai Penjualanpada Cv.Karunia Kaca.” 2:49–56.
- Irawati, Tri, Elistya Rimawati, and Nayu Ariloka Pramesti. 2020. “Penggunaan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Analisis Sistem Informasi Alista (Application Of Logistic And Supply Telkom Akses).” *Is The Best Accounting Information Systems and Information Technology Business Enterprise This Is Link for OJS Us* 4(2):106–20. doi: 10.34010/aisthebest.v4i02.2257.
- Junaedi, Edy, and Neneng Neneng. 2023. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada Pt. Bank Syariah Indonesia Di Tangerang.” *I-BEST: Islamic Banking & Economic Law Studies* 2(1):13–32. doi: 10.36769/ibest.v2i1.338.
- Khalifar, A.R., Triwardhani, D., & Syarief, N. 2021. “Keputusan Penggunaan BNI Mobile (Studi Kasus Pada Pengguna BNI Mobile Di Jakarta).” *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi* 2:962–80.
- Lailani, Evi Okli, Tannia Regina, Regina Tannia, Prodi Administrasi Niaga, Fakultas Ekonomi, Dan Bisnis, and Itb Swadharma. 2021. “Penggunaan Mobile Banking Sebagai Upaya Memperlancar Transaksi Elektronik Nasabah Pada PT. Bank Rakyat

- Indonesia (Persero) Tbk.” *Kompleksitas: Jurnal Manajemen, Organisasi Dan Bisnis* 10(01):24–33.
- M R Ab Hamid, W Sami1, and M. H. Mohmad Sidek. 2017. “Discriminant Validity Assessment: Use of Fornell & Larcker Criterion versus HTMT Criterion Discriminant Validity Assessment: Use of Fornell & Larcker Criterion versus HTMT Criterion.” *Journal of Physics: Conference Series PAPER* 890(1):1–6.
- Pricilia, Anastasia Agnes, Corry Yohana, and Nadya Fadillah Fidyallah. 2021. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Universitas Di Jakarta.” *Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Keuangan* 2(2):541–61.
- Putri, Novita Setyo. 2023. “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Literasi, Keuangan Dan Keamanan Terhadap Preferensi Konsumen Menggunakan Bsi Mobile Pada Masyarakat Banyumas.” *Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri*.
- Rahayu, Imam Sugih. 2016. “Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (Tam) (Studi Kasus Pt Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta).” *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)* 5(2):137. doi: 10.21927/jesi.2015.5(2).137-150.
- Rastini, Ni Komang Rina Sandra Dewi; Ni Made. 2017. “Analisis Minat Perilaku Nasabah Terhadap Layanan Mobile Banking Dengan Model Tam Dan Tra ( Studi Di Kota Denpasar ).” *Prosiding Seminar Nasional AIMI* 386–95.
- Riswandi, Muh baihaqi, Tati Atmayanti. 2023. “Pengaruh Persepsi Teknologi Dan Kemudahan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pt Bank Bsi Kcp Lombok Aikmel).” *JPS: Jurnal Perbankan Syariah* 2(2):46–57.
- Rozza, Sylvia, and Thalia Lufna Salsabila. 2024. “Pengaruh Promosi Media Digital Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan BSI Mobile Dari Bank Syariah Indonesia.” *Account* 11(1):2195–2207. doi: 10.32722/account.v11i1.6699.
- Saparudin, Mohamad, Agus Rahayu, Ratih Hurriyati, and Mokh Adib Sultan. 2020. “The Influence of Trust, Perceived Usefulness, and Perceived Ease upon Customers’ Attitude and Intention toward the Use of Mobile Banking in Jakarta.” *Journal of Theoretical and Applied Information Technology* 98(17):3584–94.
- Shaikh, Aijaz A., and Heikki Karjaluo. 2015. “Mobile Banking Adoption: A Literature Review.” *Telematics and Informatics* 32(1):129–42. doi: 10.1016/j.tele.2014.05.003.
- Slamet, Rokhmad, and Sri Wahyuningsih. 2022. “Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Ker.” *Aliansi: Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 17(2):51–58. doi: 10.46975/aliansi.v17i2.428.
- Sukmawati, Heni, Ari Farizal Rasyid, Mega Rachma Kurniaputri, Fakultas Agama Islam, Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Siliwangi, Program Studi Kajian Wilayah Timur, and Saran sitasi. 2021. “Penerimaan Dan Penggunaan Layanan Mobile Banking Perbankan Syariah: Ekstensi Technology Acceptance Model.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7(03):1845–57.
- Tartila, Muzayyana, and Asmuni. 2022. “Strategi Industri Perbankan Syariah Dalam Menghadapi Era Digital.” 8(03):3310–16.
- Trenggonowati, Dyah Lintang, and Kulsum Kulsum. 2018. “Analisis Faktor Optimalisasi Golden Age Anak Usia Dini Studi Kasus Di Kota Cilegon.” *Journal Industrial Services* 4(1):48–56. doi: 10.36055/jiss.v4i1.4088.

- Widanengsih, E. 2021a. "Technology Acceptance Model to Measure Customer'S Interest to Use Mobile Banking. Journal of Industrial Engineering & Management Research." *Journal of Industrial Engineering & Management Research* 2((1)):73–82.
- Widanengsih, E. 2021b. "Technology Acceptance Model to Measure Customer'S Interest to Usse Mobile Banking." *Journal of Industrial Engineering & Management Research* 2(1):73–82.