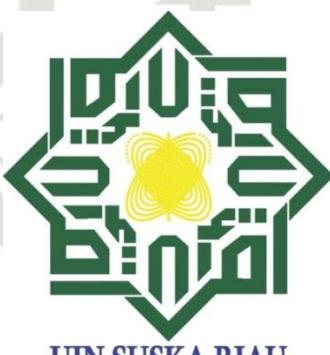




**PENGARUH RESPON, WAWASAN NASABAH, DAN *TRUST*
TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI PADA APLIKASI
*E-MAS MOBILE BANKING BSI (STUDI KASUS
KOMPLEK PERGURUAN MUHAMMADIYAH
KECAMATAN BINAWIDYA
KOTA PEKANBARU)***

TESIS

Diajukan untuk melengkapi salah satu syarat guna memperoleh gelar
Magister Ekonomi (M.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah
Konsentrasi Ekonomi Syari'ah



Oleh :

HAFIZATUL FIKRIAH AMRAN
NIM: 22190324291

**PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
SULTAN SYARIF KASIM RIAU
1446 H/2025 M**



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PASCASARJANA
كلية الدراسات العليا
THE GRADUATE PROGRAMME
Alamat : Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 94 Pekanbaru 28129 PO.BOX. 1004
Phone & Faks, (0761) 858832, Site : pps.uin-suska.ac.id E-mail : pps@uin-suska.ac.id

Lembaran Pengesahan

Nama : Hafizatul Fikriah Amran
Nomor Induk Mahasiswa : 22190324291
Gelar Akademik : M.E. (Magister Ekonomi Syariah)
Judul : PENGARUH RESPON, WAWASAN NASABAH, dan TRUST TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI E-MAS APLIKASI MOBILE BANKING BSI (STUDI KASUS KOMPLEK PERGURUAN MUHAMMADIYAH BINAWIDYA KOTA PEKANBARU)

Tim Penguji:

Dr. Zaitun, M.A.
Penguji I/Ketua

Dr. Sohiron, M.Pd.
Penguji II/Sekretaris

Dr. Mulia Sosiady, S.E., M.M., Ak.
Penguji III

Dr. Hj. Herlinda, MA
Penguji IV

Tanggal Ujian/Pengesahan 24/01/2025

Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 94 Pekanbaru (28129) PO. Box 1004 Telp./Faks.: (0761) 858832
Website: <http://pasca.uin-suska.ac.id> Email: pasca@uin-suska.ac.id

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PENGESAHAN PEMBIMBING

Kami yang bertanda tangan dibawah ini selaku Pembimbing Tesis, dengan ini mengesahkan dan menyetuji bahwa tesis yang berjudul : Pengaruh Respon, Wawasan Nasabah, Dan Trust Terhadap Minat Bertransaksi Pada Aplikasi E-mas Mobile Banking Bsi (Studi Kasus Komplek Perguruan Muhammadiyah Kecamatan Binawidya), yang ditulis oleh :

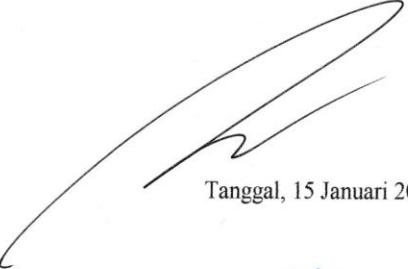
Nama : Hafizatul Fikriah Amran

NIM : **22190324291**

Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Telah diuji dan diperbaiki sesuai dengan Tim Penguji Tesis Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, telah diujikan pada tanggal 15 Januari 2025.

Pembimbing I
Dr. Dr. Rustam, M.ESy
NIP.19860215 202321 1 015



Tanggal, 15 Januari 2025

Pembimbing II
Dr. Rozi Andini, M.E
NIP.19940502 201801 2 002



Tanggal, 15 Januari 2025

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah,


Dr. Herlinda, M.A
NIP. 19640410 201411 2 001

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PERSETUJUAN

Tesis dengan Judul **“Pengaruh Respon, Wawasan Nasabah, Dan Trust Terhadap Minat**

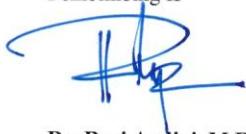
Bertransaksi Pada Aplikasi E-mas Mobile Banking Bsi (Studi Kasus Komplek Perguruan Muhammadiyah Kecamatan Binawidya), yang ditulis oleh Hafizatul Fikriah Amran (22190324291) dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang Seminar Hasil Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 15 Januari 2025 M
15 Rajab 1446 H

Menyetujui
Pembimbing I


Dr. Rustam, M.ESy
NIP. 19860215 202321 1 015

Menyetujui
Pembimbing II


Dr. Rozi Andini, M.E
NIP. 19940502 201801 2 002

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah,


Dr. Herlinda, M.A
NIP. 19640410 201411 2 001

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Dr. Rustam, M.ESy
DOSEN PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU

NOTA DINAS

Perihal : Tesis Saudara
Hafizatul Fikriah Amran

Kepada Yth:
Direktur Pascasarjana
UIN Sulthan Syarif Kasim Riau
di-

Pekanbaru

Asslamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah kami membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan terhadap isi Tesis saudara :

Nama	:	Hafizatul Fikriah Amran
NIM	:	22190324291
Prodi	:	Ekonomi Syariah
Judul	:	Pengaruh Respon, Wawasan Nasabah, dan <i>Trust</i> Terhadap Minat Bertransaksi Pada Aplikasi E-mas Mobile Banking Bsi (Studi Kasus Komplek Perguruan Muhammadiyah Kecamatan Binawidya)

Maka dengan ini dapat disetujui untuk diuji dan diberikan penilaian, dalam sidang Seminar Hasil Pascasarjana UIN Suska Riau.

Demikian kami sampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekanbaru, 15 Januari 2025
Pembimbing I

Dr. Rustam, M.ESy
NIP. 19860215 202321 1 015



UIN SUSKA RIAU

Dr. Rozi Andini, M.E
DOSEN PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU

NOTA DINAS

Perihal : Tesis Saudara
Hafizatul Fikriah Amran

Kepada Yth:
Direktur Pascasarjana
UIN Sulthan Syarif Kasim Riau
di-
Pekanbaru

Asslamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah kami membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan terhadap isi
Tesis saudara :

Nama	:	Hafizatul Fikriah Amran
NIM	:	22190324291
Prodi	:	Ekonomi Syariah
Judul	:	Pengaruh Respon, Wawasan Nasabah, dan <i>Trust</i> Terhadap Minat Bertransaksi Pada Aplikasi E-mas Mobile Banking Bsi (Studi Kasus Komplek Perguruan Muhammadiyah Kecamatan Binawidya)

Maka dengan ini dapat disetujui untuk diuji dan diberikan penilaian, dalam sidang Seminar
Hasil Pascasarjana UIN Suska Riau.

Demikian kami sampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Pekanbaru, 15 Januari 2025
Pembimbing II

Dr. Rozi Andini, M.E
NIP. 19940502 201801 2 002

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hafizatul Fikriah Amran

NIM : 22190324291

Tempat, tanggal lahir : Pekanbaru, 16 Agustus 1997

Program studi : Magister Ekonomi Syariah

Konsentrasi : Magister Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tesis yang saya tulis dengan judul "Pengaruh Respon, Wawasan Nasabah, Dan Trust Terhadap Minat Bertransaksi Pada Aplikasi E-mas Mobile Banking Bsi (Studi Kasus Kompleks Perguruan Muhammadiyah Kecamatan Binawidya)", sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Ekonomi Syariah (M.E) pada program Pascasarjana UIN Sultan Syarif Kasim Riau adalah hasil karya saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan tesis yang saya kutip dari karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan tertentu.

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau Sebagian tesis ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pekanbaru, 15 Januari 2025



Hafizatul Fikriah Amran
22190324291

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

arif Kasim Riau



KATA PENGANTAR



© Hak cipta Bilik UIN Suska Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Akhir Strata Dua (S2) pada Pascasarjana di UIN SUSKA Riau Jurusan Ekonomi
Muhammadiyah

As-salamu 'alaikum Wr.Wb.

Buji syukur Alhamdulillah atas terselesaikannya Tesis ini sebagai tugas akhir Strata Dua (S2) pada Pascasarjana di UIN SUSKA Riau Jurusan Ekonomi Muhammadiyah. Shalawat beserta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW. Tesis dengan judul “Pengaruh Respon, Wawasan Nasabah, dan Trust Terhadap Minat Bertransaksi Pada Aplikasi E-mas Mobile Banking BSI Studi Kasus Komplek Perguruan Muhammadiyah Kecamatan Binawidya”, disusun secara sederhana dengan mengedepankan prinsip dalam penelitian yaitu kejujuran dan berpedoman pada kaidah penulisan yang ada serta penguatan argumentasi dari pendapat para ahli sebagai upaya menjawab permasalahan yang telah dirumuskan.

Penulis sangat mengharapkan kritik dan saran jika ada kesalahan dan kekeliruan dalam penulisan Tesis ini. Semoga Tesis ini memberi manfaat, amin. Sampaikan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tinggi kepada para pihak berikut ini:

1. Rektor UIN Suska Riau Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag beserta seluruh jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti pendidikan di lembaga ini.
2. Direktur Pascasarjana UIN Suska Riau Prof. Dr. H. Ilyas Husti, MA yang berkontribusi besar terhadap perencanaan, perumusan dan pelaksanaan suatu masalah.

semua program akademik secara apik, sehingga perkuliahan menjadi bermutu, nyaman dan penuh inspirasi.

Wakil Direktur Pascasarjana UIN Suska Riau Dr. Hj. Zaitun, M.Ag yang juga berkontribusi besar terhadap perencanaan, perumusan dan pelaksanaan semua program akademik secara apik, sehingga perkuliahan menjadi bermutu, nyaman dan penuh inspirasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Wakil Direktur Pascasarjana UIN Suska Riau Dr. Hj. Zaitun, M.Ag yang juga berkontribusi besar terhadap perencanaan, perumusan dan pelaksanaan semua program akademik secara apik, sehingga perkuliahan menjadi bermutu, nyaman dan penuh inspirasi.

4. Ketua Prodi Ekonomi Syari'ah Pascasarjana UIN Suska Riau Dr. Hj. Herlinda, MA dan Sekretaris Dr. Muhammad Albahi, SE, M.Si. Ak, yang telah banyak memberi ilmu, inspirasi, motivasi dan dedikasi.

5. Pembimbing Akademik Bapak Dr. Budi Azwar, S.E, M.ED yang turut memberi arahan dan masukan selama perkuliahan Magister Ekonomi Syariah di UIN Suska Riau.

6. Pembimbing I Dr. Rustam, M.Esy. dan pembimbing II Dr. Rozi Andrina, ME.. dengan kesahajaan dan kemurahan hatinya, telah mempermudah akses bimbingan, dan saran konstruktif tanpa mendiskreditkan, dengan itu penulis merasa memiliki energi besar untuk menyelesaiannya Tesis ini, semoga Allah SWT memuliakannya, amin.

7. Staf dan Karyawan UIN Suska Riau serta keluarga besar Pascasarjana, atas segala ilmu, akses, pelayanan, penghormatan kepada penulis serta bantuan moril, sehingga perkuliahan dan penelitian ini menjadi sangat menyenangkan.

8. Keluarga besar terutama Orang tua tercinta, Ayahanda Drs. H. Amran Hasan, MM dan Ibunda Dra. Hj. Sariyah, MM, dan Kakak dan Abang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



Semuanya, dengan ini penulis ucapkan terimakasih banyak atas dukungan yang diberikan. Semoga Allah SWT memuliakan kita semua dan dalam Lindungannya, Amin.

Peman seperjuangan jurusan ekonomi syari'ah khususnya Angkatan tahun 2019, terima kasih atas dukungannya. Semoga ilmu yang kita dapatkan bermanfaat bagi orang banyak.

Penulis berharap tesis ini bisa memberikan banyak manfaat kepada para pembacanya, dengan ucapan maaf penulis juga menyadari tesis ini masih terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna, oleh sebab itu, penulis sangat menengharapkan kritik dan saran dari pembaca. Akhirnya penulis berharap tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi khazanah ilmu pengetahuan Ekonomi Syariah khususnya tentang cicil emas.

Wassalamu 'Alaikum wa Rahmatullaahi wa Barakatuh.

Pekanbaru, 15 Januari 2025
Penulis

HAFIZATUL FIKRIAH AMRAN
NIM. 22190324291

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

9. © **Penulis milik UIN SUSKA RIAU**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengetahui dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU

DAFTAR ISI

© Hak Cipta Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau	KATA PENGANTAR	i
Hak Cipta Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau	DAFTAR ISI	iv
Hak Cipta Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau	DAFTAR TABEL	vi
Hak Cipta Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau	DAFTAR GAMBAR	vii
Hak Cipta Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau	EDOMAN TRANSLITERASI	viii
Hak Cipta Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau	ABSTRAK	ix
Hak Cipta Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau	ABSTRACT	x
Hak Cipta Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau	BAB I PENDAHULUAN	xii
	A. Latar Belakang Masalah	1
	B. Definisi Istilah	8
	C. Permasalahan	11
	D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	13
Hak Cipta Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau	BAB II KERANGKA TEORI	
	A. Landasan Teori	15
	1. Minat	15
	2. Respon	22
	3. Wawasan Nasabah	25
	4. <i>Trust</i>	28
	5. <i>Mobile Banking</i>	37
	6. Cicil Emas	43
	Kajian Penelitian Terdahulu	51
	Kerangka Pikir	53
	Hipotesis Penelitian	54
	Definisi Operasional Variabel Penelitian	55
Hak Cipta Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau	BAB III METODE PENELITIAN	
	A. Jenis Penelitian	56
	Tempat dan Waktu Penelitian	56
	Sumber Data	57
	Populasi dan Sampel Penelitian	58

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa menuntumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

E. Teknik Pengumpulan Data	59
Teknik Analisis Data	61

BAB IV PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian	68
Struktur Organisasi Pimpinan Komplek Perguruan Binawidya	71
Deskripsi Temuan Penelitian	72
Deskripsi Hasil Penelitian	75
Uji Prasyarat Analisis Data	76
Uji Hipotesis	81

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	92
B. Saran	93

DAFTAR PUSTAKA	96
-----------------------------	----

LAMPIRAN



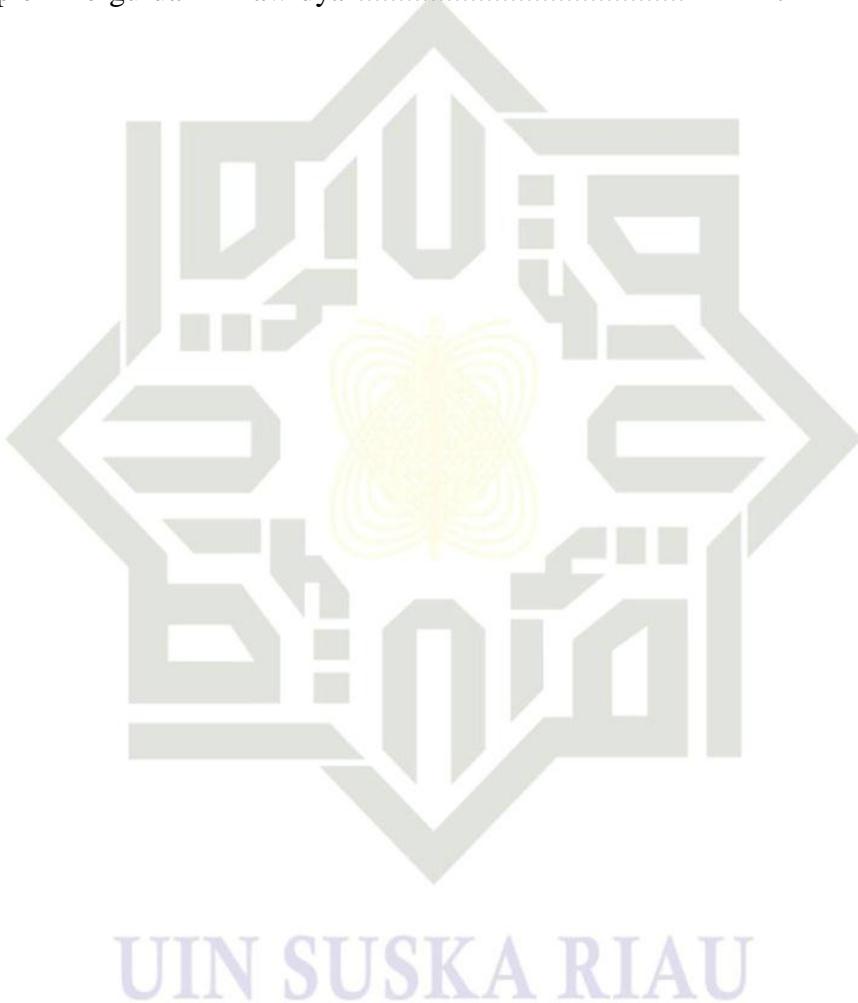
DAFTAR TABEL

Jumlah Guru dan Karyawan Komplek Perguruan Muhammadiyah Binawidya	7
Hasil Penelitian Terdahulu.....	51
Definisi Operasional Variabel Penelitian	55
Skala Pengukuran.....	62
Interval Nilai Koefisien Korelasi	66
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	73
Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Kerja	73
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	74
Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	75
Data Sampel Penelitian	76
Hasil Uji Validitas.....	76
Hasil Uji Reliabilitas	77
Hasil Uji Normalitas Respon Nasabah.....	78
Hasil Uji Normalitas Wawasan Nasabah.....	78
Hasil Uji Normalitas <i>Trust</i>	79
Hasil Uji Linieritas Respon Nasabah	80
Hasil Uji Linieritas Wawasan Nasabah	80
Hasil Uji Linieritas <i>Trust</i>	81
Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	81
Hasil Uji t	82
Hasil Uji f	84
Hasil Uji Koefisien Determinasi	84



DAFTAR GAMBAR

Hak Cipta Gambar	2.1	Produk Cicil Emas di <i>Mobile Banking BSI</i>	48
Dilatang Genggup Gambar	2.2	Contoh Simulasi Pendaftaran Cicil Emas	49
Gambar	2.3	Kerangka Berpikir	53
Struktur Organisasi Pimpinan Cabang Muhammadiyah	4.1	Struktur Organisasi Pimpinan Cabang Muhammadiyah	
Komplek Perguruan Binawidya		Komplek Perguruan Binawidya	71



1. Dilatang Genggup Gambar atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi dalam penulisan tesis ini berpedoman kepada buku pedoman penulisan dan pengalihan huruf Arab-Indonesia dalam naskah ini didasarkan atas Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia tanggal 22 Januari 1988, No. 158.1987 dan 158.1987. Sebagaimana yang tertera dalam buku pedoman transliterasi bahasa Arab (A Guide to Arabic Transliteration). INIS Fellow 1992.

A. Konsonan

Arab	Latin	Arab	Latin
ـ	A	ـ	Th
ـ	B	ـ	Zh
ـ	T	ـ	'
ـ	TS	ـ	Gh
ـ	J	ـ	F
ـ	H	ـ	Q
ـ	KH	ـ	K
ـ	D	ـ	L
ـ	DZ	ـ	M
ـ	R	ـ	N
ـ	Z	ـ	W
ـ	S	ـ	H
ـ	SY	ـ	'
ـ	SH	ـ	Y
ـ	DL		

B. Vokal Panjang dan Diftong

Setiap penulisan bahasa Arab dalam bentuk tulisan latin vocal *fathah* ditulis dengan “a”, *kasrah* “i”, dan *dommah* dengan “u” sedangkan bacaan panjang masing-masing ditulis dengan cara berikut:

Vokal (a) panjang = A misalnya قَلَ menjadi *qala*

Vokal (i) panjang = I misalnya قَلَى menjadi *qila*

Vokal (u) panjang = U misalnya دُونَ menjadi *duna*

Khusus untuk bacaan *ya'* nisbat, maka tidak boleh diganti dengan “i”, melainkan tetap ditulis dengan “iy” agar dapat menggambarkan *ya'* nisbat diakhirknya. Begitu juga untuk suara diftong *wawu* dan *ya'* setelah fathah ditulis dengan “aw” dan “ay”.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Ketua Jurusan
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Diftong (aw) = و misalnya menjadi *qawlun* قول

Diftong (ay) = ي misalnya menjadi *khayrun* خير

Ta'marbuthah (هـ)

Ta'marbuthah ditransliterasikan dengan “t” jika berada ditengah kalimat, tetapi apabila *Ta'marbuthah* tersebut berada diakhir kalimat, maka ditransliterasikan dengan menggunakan “h” misalnya menjadi *al-risalat li al-mudarrisah*, atau apabila berada ditengah-tengah kalimat yang terdiri dari susunan *mudhlaf* dan *mudhlah ilayh*, maka ditransliterasikan dengan menggunakan *t* yang sambungkan dengan kalimat berikutnya, misalnya menjadi *fii rahmatillah* في رحمة الله.

Kata Sandang dan Lafadh al-Jalalah

Kata sandang berupa “al” (ال) ditulis dengan huruf kecil, kecuali terletak diawal kalimat. Sedangkan “al” dalam *lafadh al-jalalah* yang berada ditengah-tengah kalimat yang disandarkan (*idhafah*) maka dihilangkan. Misalnya:

1. Al-Imam al-Bukhari mengatakan.....
2. Al-Bukhari dalam *muqaddimah* kitabnya menjelaskan.....
3. *Masya "Allah kana wa ma lam yasya" lam yakun.*

Daftar Singkatan

AS	: <i>Alaiahis Salam</i>
SAW	: <i>Shalallahu'Alaihi Salam</i>
SWT	: <i>Subhanahu Wa Ta'ala</i>
RA	: <i>Radhiyallahu Anhu a</i>

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya. Tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

1.

© Hafizatul Fikriah Amran (2025) : Pengaruh Respon, Wawasan Nasabah, dan Trust Terhadap Minat Bertransaksi Pada Aplikasi E-Mas Mobile Banking BSI (Studi Kasus Komplek Perguruan Muhammadiyah Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.

Bagi perbankan, layanan digitalisasi bukanlah sebuah pilihan melainkan suatu bentuk keharusan dalam mengelola lembaga keuangan. Minat beli timbul seolah adanya proses evaluasi alternatif dan proses evaluasi, menggunakan investasi emas yang klasik dengan fitur E-mas BSI mobile akan membawa corak baru dalam berinvestasi emas yang mudah, praktis dan aman, juga mempunyai karan menarik minat generasi millenial dalam berinvestasi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh respon, wawasan dan *trust* terhadap minat bertransaksi pada aplikasi e-mas mobile banking BSI studi kasus komplek perguruan Muhammadiyah Kecamatan Binawidya. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode pendekatan deskriptif kuantitatif. Teknik analisis data yaitu teknik analisa data regresi linear berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah guru dan karyawan di komplek perguruan Muhammadiyah Binawidya yang berjumlah 73 orang, semua populasi dijadikan sampel dengan teknik total sampling yaitu sebanyak 73 orang. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan wawancara, kuesioner dan dokumentasi.

3.

Hasil penelitian menunjukkan dengan uji t bahwa respon berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi e-mas, hal ini berdasarkan hasil nilai t_{hitung} sebesar $3,282 > t_{tabel} 1,160$, hasil uji t bahwa wawasan nasabah berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi e-mas, nilai t_{hitung} sebesar $2,501 > t_{tabel} 1,160$, hasil uji bahwa *trust* berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi e-mas, nilai t_{hitung} sebesar $1,466 > t_{tabel} 1,160$. Dengan menggunakan uji F juga didapat nilai F_{hitung} sebesar $80,823 > F_{tabel} 2,740$ karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa respon, wawasan nasabah, dan *trust* berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi e-mas.

4.

5.

6.

7.

8.

9.

10.

11.

12.

13.

14.

15.

16.

17.

18.

19.

20.

21.

22.

23.

24.

25.

26.

27.

28.

29.

30.

31.

32.

33.

34.

35.

36.

37.

38.

39.

40.

41.

42.

43.

44.

45.

46.

47.

48.

49.

50.

51.

52.

53.

54.

55.

56.

57.

58.

59.

60.

61.

62.

63.

64.

65.

66.

67.

68.

69.

70.

71.

72.

73.

74.

75.

76.

77.

78.

79.

80.

81.

82.

83.

84.

85.

86.

87.

88.

89.

90.

91.

92.

93.

94.

95.

96.

97.

98.

99.

100.

101.

102.

103.

104.

105.

106.

107.

108.

109.

110.

111.

112.

113.

114.

115.

116.

117.

118.

119.

120.

121.

122.

123.

124.

125.

126.

127.

128.

129.

130.

131.

132.

133.

134.

135.

136.

137.

138.

139.

140.

141.

142.

143.

144.

145.

146.

147.

148.

149.

150.

151.

152.

153.

154.

155.

156.

157.

158.

159.

160.

161.

162.

163.

164.

165.

166.

167.

168.

169.

170.

171.

172.

173.

174.

175.

176.

177.

178.

179.

180.

181.

182.

183.

184.

185.

186.

187.

188.

189.

190.

191.

192.

193.

194.

195.

196.

197.

198.

199.

200.

201.

202.

203.

204.

205.

206.

207.

208.

209.

210.

211.

212.

213.

214.

215.

216.

217.

218.

219.

220.

221.

222.

223.

224.

225.

226.

227.

228.

229.

230.

231.

232.

233.

234.

235.

236.

237.

238.

239.

240.

241.

242.

243.

244.

245.

246.

247.

248.

249.

250.

251.

252.

253.

254.

255.

256.

257.

258.

259.

260.

261.

262.

263.

264.

265.

266.

267.

268.

269.

270.

ABSTRACT

© Hak cipta milik **Eliazka Hafizatul Fikriah Amran**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tanpa izin.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU

Sainti Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

The Influence of Response, Customer Insight, and Trust on Transaction Interest in the BSI E-Mas Mobile Banking Application (Case Study of the Muhammadiyah College Complex, Binawidya District Pekanbaru City)

For banks, digitalization services are not an option but rather a necessity in managing financial institutions. Interest in buying arose after an alternative evaluation process and evaluation process, using classic gold investment with the BSI mobile E-mas feature will bring a new style to investing in gold that is easy, practical and safe, and also has a role in attracting the interest of the millennial generation in investing. The aim of this research is to determine the influence of response, customer insight and trust on transaction interest on the BSI e-mas mobile banking application, case study of the Muhammadiyah college complex in Binawidya District.

The aim of this research is to determine the influence of response, customer insight and trust on transaction interest on the BSI e-mas mobile banking application, case study of the Muhammadiyah college complex in Binawidya District. This type of research is quantitative with a quantitative descriptive approach method. The data analysis technique is the multiple linear regression data analysis technique. The population in this study were teachers and employees at the Muhammadiyah Binawidya college complex, totaling 73 people. The entire population was sampled using a total sampling technique, namely 73 people. Data collection techniques were by distributing interviews, questionnaires and documentation.

The research results show with the t test that the response has a positive effect on interest in e-mas transactions, this is based on the results of the t value of 2.282 $> t$ table 1.160, the results of the t test show that customer insight has a positive effect on interest in e-mas transactions, the t value is 2.501 $> t$ table 1.160, t test results show that trust has a positive effect on interest in e-mail transactions, t value is 1.466 $> t$ table 1,160. By using the F test, we also get an Fcount value of 80.823 $> F$ table 2.740 because Fcount $>$ Ftable, it can be concluded that response, customer insight and trust have a positive effect on interest in e-mail transactions.

Keywords: *Response, Customer Insight, Trust, Transaction Interest, E-mas Application*

خلاصة

حافظة الفكرة عمران (٢٠٢٥): تأثير الاستجابة، رؤية العملاء، والثقة على الفائدة على المعاملات
تطبيق الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول **BSI E-Mas**
(دراسة حالة لمجمع الكليات المحمدية، منطقة البناويدية)

بالنسبة للبنوك، لا تعد خدمات الرقمنة خياراً بل ضرورة في إدارة المؤسسات المالية.
بالشراء نشأ بعد عملية تقييم بديلة وعملية تقييم، استخدام استثمار الذهب الكلاسيكي مع خدمة **BSI mobile E-mas** سيجلب أسلوباً جديداً للاستثمار في الذهب سهل وعملي وآمن، وله دوافع متعددة.
أيضاً في جذب المستثمرين. اهتمام جيل الألفية بالاستثمار.

المدارف من هذا البحث هو تحديد تأثير الاستجابة ورؤية العملاء والثقة في فوائد **BSI e-mas**
على تطبيق الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول **BSI e-mas**، دراسة حالة مجمع الكليات المحمدية
في منطقة البناويدية. هذا النوع من البحث هو بحث كمي ذو منهج وصفي كمي. تقنية تحليل البيانات المحمدية
هي تقنية تحليل بيانات الانحدار الخطى المتعدد. كان مجتمع الدراسة في هذه الدراسة من المعلمين والموظفيين
في مجمع الكليات المحمدية البناويدية، حيث بلغ عددهم ٧٣ شخصاً. تمأخذ عينات من جميع السكان
باستخدام تقنيةأخذ العينات الكلية، وهي ٧٣ شخصاً وكانت تقنيات جمع البيانات عن طريق توزيع
المقابلات والاستبيانات والوثائق.

أظهرت نتائج البحث مع اختبار t أن الاستجابة لها تأثير إيجابي على الاهتمام بالمعاملات
الإلكترونية، وذلك استناداً إلى نتائج قيمة t البالغة $t = 3.282 > t_{1.160}$ ، كما أظهرت نتائج
اختبار t أن رؤية العميل لها تأثير إيجابي على الاهتمام بمعاملات البريد الإلكتروني، قيمة $t = 5.01 > t_{1.160}$ ،
أظهرت نتائج اختبار t أن الثقة لها تأثير إيجابي على الاهتمام بمعاملات البريد الإلكتروني، قيمة $t = 1.466 > t_{1.160}$. باستخدام اختبار F ، نحصل أيضاً على قيمة
 $F_{table} = 2.740 < F_{count} = 80.823$ لأن $F_{table} < F_{count}$ ، يمكن استنتاج أن
الاستجابة ورؤية العميل والثقة لها تأثير إيجابي على الاهتمام بمعاملات البريد الإلكتروني.

الكلمات المفتاحية: الاستجابة، رؤية العملاء، الثقة، الفائدة على المعاملات، تطبيق **E-mas**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Emas merupakan salah satu investasi yang cukup diminati oleh masyarakat, karena nilai yang stabil dan sebagai investasi dimasa depan.

Sehingga banyak masyarakat yang membeli emas baik secara tunai maupun secara kredit. Pembelian emas secara tunai atau kredit banyak dipilih masyarakat dengan alasan sebagai salah satu alternatif untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkan dengan cara yang mudah.¹

Seperti yang kita ketahui, emas mempunyai berbagai aspek yang menyentuh kebutuhan manusia. Emas juga mempunyai manfaat emosional untuk dinikmati keindahannya. Sudah ada kesepakatan budaya secara global bahwa emas adalah logam mulia dengan nilai estetik yang tinggi. Nilai keindahannya berpadu dengan harga yang menarik sehingga jadilah emas sebagai sarana untuk mengekspresikan diri, emas menjadi simbol status diberbagai sub-kultur di Indonesia.

Cicil emas merupakan Fasilitas untuk pembiayaan yang diberikan Bank Syariah kepada nasabah untuk kepemilikan emas. Jenis emas yang diberikan adalah Logam mulia Antam bersertifikat dan Akad yang digunakan adalah Akad Murabahah dan Rahn.

Akad murabahah merupakan akad yang digunakan antara bank sebagai penjual dengan nasabah sebagai pembeli. Harga pembelian emas cicilan ini

¹ Mutia Evi Kristhy, dkk, " Keuntungan Investasi Emas Antam Di Masa Pandemi Covid-19", *e-Journal Komunikasi Yustisia Universitas Pendidikan Ganesha*, Volume 5 nomor 1 tahun 2022, h. 3.

merupakan harga awal ditambah keuntungan (mark up) yang disepakati antara pihak bank dengan pembeli di awal terjadinya akad. Akad rahn merupakan akad jaminan barang berupa emas yang masih didalam pembayaran secara cicilan oleh pihak nasabah. Ini terjadi karena yang menjadi objek pembiayaan menjadi milik nasabah. Karena dalam pembiayaan jual-beli, bank bertindak sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli. Dengan kata lain nasabah menggadaikan barang yang bukan miliknya sendiri karena barang yang digadaikan adalah objek pembiayaan antara bank dan nasabah.²

Dalam hal pemenuhan prinsip syariah, Majelis Ulama Indonesia telah membentuk Dewan Syariah Nasional (DSN) sebagai satu-satunya lembaga yang memiliki wewenang menetapkan fatwa terkait instrument keuangan syariah di Indonesia. Adapun Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Nomor: 77/DSN-MUI/IV/2010 tentang jual beli emas secara tidak tunai (cicilan) menjelaskan bahwa pada cicil emas itu diperbolehkan selama emas tidak menjadi alat tukar (uang), baik melalui jual beli biasa atau jual beli murabahah.³ Dalam transaksi cicil emas ini terdapat tiga batasan dan ketentuan :

1. Harga jual (tsuman) tidak boleh bertambah selama jangka waktu perjanjian meskipun ada perjanjian waktu setelah jatuh tempo.
2. Emas yang dibeli dengan pembiayaan tidak tunai boleh dijadikan jaminan (rahn).

Ai Siti Nurjadinah "Implementasi Akad Murabahah Dan Rahn Pada Produk Cicil Emas Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Subang", *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis Perbankan* Volume 4, No. 2, Desember 2020, h. 97

Fatwa DSN MUI No.77/DSN-MUI/V/2010 Tentang Jual Beli Emas Secara Tidak Tunai <https://dsnmui.or.id> diakses 23 Juni 2024

3. Emas yang dijadikan jaminan sebagaimana di maksud dalam angka dua tidak dibolehkan diperjualbelikan atau dijadikan obyek akad lain yang menyebabkan perpindahan kepemilikan.

Fatwa diatas diadopsi dalam kaedah perbankan, mulai meningkatkan layanan agar para nasabah bisa mendapatkan berbagai layanan perbankan secara mandiri tanpa harus datang ke kantor. Beberapa sistem layanan perbankan secara mandiri yaitu melakukan registrasi, transaksi tunai, transfer, pembayaran dan masih banyak layanan lainnya, sampai penutupan rekening tanpa harus datang ke kantor. Hal ini dikenal dengan sebutan digital banking atau layanan digital.

Bagi perbankan, layanan digitalisasi bukanlah sebuah pilihan melainkan suatu bentuk keharusan dalam mengelola lembaga keuangan. Hal ini dikarenakan nasabah yang mengharapkan adanya fleksibilitas, kecepatan kenyamanan, kemudahan dan tersedia layanan 7x24 jam. Maka dari itu beberapa perbankan di Indonesia mempromosikan atau bahkan menginvestasikan dana untuk melakukan perubahan menjadi layanan digital, termasuk dalam hal *branchless banking, cashless payment* bahkan sampai dengan hadirnya sektor baru di industri digital atau *e-communiting, fintech* serta layanan perbankan keuangan yang berbasis internet dalam jumlah yang semakin meningkat di Indonesia.⁴

Penggunaan digital banking juga diadopsi Bank Syariah Indonesia melalui layanan BSI mobile, meluncurkan fitur terbaru yaitu e-emas,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

⁴Khadijah, & Janrosl. "Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Fintech Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Di Kota Batam". *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, volume 7, No 1, 2022, h.72-83



merupakan menu layanan kepemilikan emas untuk memudahkan nasabah melakukan transaksi sesama nasabah BSI secara digital atau memudahkan masyarakat dalam berinvestasi.

BSI juga mengakselerasi BSI Cicil Emas secara online yang bisa dimanapun sesuai dengan jam layanan, yang menjadi salah satu alternatif investasi jangka pendek maupun menengah melalui Logam Mulia.

Inovasi ini diluncurkan seiring pertumbuhan positif produk cicil emas sebesar Rp759 miliar atau tumbuh 85,89 persen dari posisi Desember 2021 yang sebesar Rp 884 miliar ke posisi Desember 2022 sebesar Rp1.644 miliar.⁵

Menggunakan investasi emas yang klasik dengan fitur E-mas BSI mobile akan membawa corak baru dalam berinvestasi emas yang mudah, praktis dan aman, juga mempunyai peran menarik minat generasi millenial dalam berinvestasi. Sehingga harus ada tindak lanjut dalam mempromosikan fitur E-mas ini kepada masyarakat untuk memulai berinvestasi. Minat beli timbul setelah adanya proses evaluasi alternatif dan proses evaluasi, seseorang akan membuat suatu rangkaian pilihan mengenai produk yang hendak dibeli atas dasar merek maupun minat.

Hubungan kepercayaan dengan minat nasabah menjadi pusat perhatian, sehingga bisa menyesuaikan dengan tujuan dan kebutuhan nasabah. Adanya kepercayaan yang baik akan menciptakan kesesuaian dengan tujuan dan kebutuhan nasabahnya sehingga minat nasabah pun juga meningkat.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Kepercayaan dan minat nasabah merupakan bagian dari perilaku konsumen.⁶

Perilaku konsumen sangat menentukan dalam proses pengambilan keputusan membeli maupun menggunakan yang tahapnya di mulai dari pengenalan masalah berupa desakan yang membangkitkan tindakan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhannya.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam proses evaluasi seseorang akan membuat suatu rangkaian pilihan mengenai produk yang hendak dibeli atas dasar merek maupun niat, Minat beli akan timbul apabila seseorang konsumen sudah berpengaruh terhadap mutu dan kualitas dari suatu produk dan informasi suatu produk.

Menurut Swastha dan Irawan, mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi minat membeli berhubungan dengan perasaan dan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat membeli, ketidakpuasan biasanya menghilangkan minat. Salah satu faktor tersebut diantaranya perbedaan pekerjaan, perbedaan sosial ekonomi, perbedaan hobi atau kegemaran, perbedaan jenis kelamin, dan perbedaan usia.⁷

Demikian pula, ketika menggunakan produk dan layanan perbankan Syariah, setiap anggota (pelanggan/nasabah) harus memiliki alasan untuk memutuskan produk dan layanan mana yang akan mereka pilih untuk memenuhi kebutuhan mereka.⁸ Pengambilan keputusan adalah tindakan yang

Roni Andespa, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah". *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, Vol.2, Nomor 1, Januari-Juni 2017, hlm. 44-45

Richard L. Oliver, *Satisfaction: A. Behavioral Perspective on The Consumer*. McGraw-Hill. New York, terjemahan , 2006, h 34.

Mohammad Andika Tobuhu, Rizan Machmud dan Endi Rahman, "Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan M-Banking" (Studi Pada Bank BNI Cabang Gorontalo), *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, Vol 5. No 2. September 2022, h.686-693

dilakukan konsumen ketika memutuskan untuk menggunakan dua barang / jasa yang paling menguntungkan dan memilih sesuai dengan kebutuhan mereka. Anggota dapat membuat salah satu dari beberapa pilihan produk yang ada dari pernyataan ini.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan hasil wawancara awal dengan informan, fitur Mobile Banking yang biasa digunakan untuk transaksi transfer, pembayaran, Qris, sebagian masih ada yang kurang percaya dengan fitur cicil emas melalui *mobile banking*, ada juga yang menginvestasikan uang nya langsung kepada perhiasan yang dapat digunakan dari pada mencicil emas ke bank.⁹

Pengetahuan nasabah tentang berbagai produk yang tersedia di platform perbankan syariah dan fitur-fiturnya adalah salah satu faktor yang telah ditetapkan dalam literatur sebagai penentu keterlibatan nasabah dan sangat penting untuk keberhasilan bank syariah. Pengetahuan produk nasabah adalah tingkat pengalaman dan keakraban yang dimiliki nasabah dengan suatu produk. Ini mewakili pemahaman nasabah tentang suatu produk dalam hal atribut atau karakteristiknya, manfaat menggunakannya, dan nilai-nilai dalam penggunaan produk.

Dalam proses pengambilan keputusan, ada beberapa tahap, termasuk pengenalan permintaan, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Dalam proses pengambilan keputusan menggunakan produk dan layanan, ada beberapa faktor yang mempengaruhi atau mendukung perilaku masyarakat. Faktor-faktor ini juga meliputi: (1) budaya, termasuk

budaya, subkultur, dan kelas sosial; (2) masyarakat, termasuk kelompok, keluarga, peran, dan status; (3) individu, termasuk usia dan tahapan siklus hidup, pekerjaan, dan status ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri; (4) Psikologi, termasuk motivasi, pendapat, pengetahuan, kepercayaan dan sikap.¹⁰

Melalui survey awal yang dilakukan pada tiga sekolah dibawah Pimpinan Cabang Muhammadiyah Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru diperoleh sebagai berikut:

Tabel 1.1
Guru dan Karyawan Komplek Perguruan
Muhammadiyah Binawidya

No	Nama Sekolah	Keterangan	
		Menggunakan	Tidak menggunakan
1.	SD Muhammadiyah IV	4	8
2.	MI Muhammadiyah 03	5	10
3.	MTs Muhammadiyah 02	6	40
Jumlah		15	58

Sumber : Data Awal

Pada tabel 1.1 diatas, persentase minat guru menggunakan investasi emas melalui mobile banking sejumlah 16%, dimana penggunaan fitur emas masih kurang diminati oleh guru di komplek perguruan muhammadiyah binawidya untuk investasi jangka panjang. Satu hal yang menarik mengenai investasi emas bahwa penanaman modal ini tidak exclusive hanya dilakukan masyarakat berpenghasilan besar, akan tetapi masyarakat yang berpenghasilan menengah bahkan rendah bisa melakukan investasi ini, dikarenakan investasi ini memiliki opsi pembayaran dengan cara dicicil atau angsuran.

Afifah, R. Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri. 2017, h.1–182.

Tolak ukur keberhasilan suatu Bank, salah satunya bergantung pada kepasan nasabah. Sehingga bila nasabah tidak memiliki informasi selengkapnya mengenai cicil emas, maka dapat terjadi persepsi yang salah sehingga membuat kurang minatnya para nasabah untuk menggunakan layanan m-Banking. Sedangkan pembelajaran merupakan perubahan pada perku individu yang muncul dari pengalaman yang didapatkan. Bagi nasabah yang kurang mendapatkan informasi, mereka tentu tidak dapat belajar lebih banyak dan masih enggan untuk mencoba dengan beberapa alasan yang membuat tertunda mempelajari layanan m-Banking lebih banyak lagi.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul; **“Pengaruh Respon, Wawasan Nasabah, Dan Trust Terhadap Minat Bertransaksi Pada Aplikasi E-mas Mobile Banking Bsi (Studi Kasus Komplek Perguruan Muhammadiyah Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru)”**

B. Definisi Istilah

1. Respon

Respon adalah hasil atau kesan yang didapat (ditinggal) dari pengamatan tentang subjek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan-pesan. Jadi yang dimaksud respon yaitu tanggapan atau umpan balik komunikasi dari menafsirkan respon atau tanggapan dari suatu pesan yang telah disampaikan, baik dari media cetak surat kabar maupun elektronik.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Wawasan Nasabah

Nasabah adalah orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak Bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan Bank. Dengan kata lain nasabah adalah pihak atau orang yang menggunakan dan secara sengaja menjadi langganan Bank yang di percayai nya.¹¹ Jadi yang dimaksud dengan nasabah menurut penulis adalah pihak yang menggunakan atau mempunyai rekening simpanan atau pinjaman di bank yang dipercayainya.

3. *Trust* (Kepercayaan)

Trust dalam kamus terjemahan Echols dan Hasan diartikan kepercayaan atau percaya. Sementara Kamus Webster's Third New Internasional Dictionary menjelaskan *Trust is an implication of assured toward another which may rest on blended evidence of experience and more subjective grounds such as knowlewdge, affection, admiration, respect, or reverence*. Intisari dari trust yang dikemukakan dalam kamus Webster's Third New Internasional Dictionary adalah implikasi dari sikap yakin terhadap orang/hal lain yang didasarkan pada bukti-bukti campuran/perpaduan berbagai pengalaman dan pada dasarnya lebih subjektif seperti pengetahuan, kasih sayang, kekaguman, rasa hormat, atau penghormatan.¹² Dapat disimpulkan *trust* adalah sikap yakin terhadap hal/orang lain yang didasarkan pada pengetahuan dan pengalaman.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

M. Nur Rianto Al Arif. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. (Bandung: Alfabeta, 2010), h.189.

Rinda Asytuti, dkk, ‘Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan terhadap Loyalitas dengan Kepemimpinan Pengurus Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus BMT Bahtera, BTM di

4. Minat

Minat adalah kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu. Secara sederhana minat itu dapat diartikan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat itu tersebut dengan disertai dengan perasaan senang.¹³ Dapat disimpulkan minat adalah kecenderungan seorang individu terhadap suatu objek yang timbul akibat ketertarikan. Minat dapat digambarkan perilaku seseorang dalam memilih suatu produk.

5. Mobile Banking

Mobile Banking merupakan sebuah fasilitas dari Bank dalam era modern ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Dengan kata lain *Mobile Banking* merupakan salah satu hasil layanan Bank yang banyak diminati oleh para nasabah karena layanan ini membuat nasabah suatu Bank mampu melakukan transaksi perbankan serta melihat informasi tentang rekeningnya dengan menggunakan handphone jenis apapun.¹⁴ Jadi yang dimaksud mobile banking menurut penulis adalah layanan yang diberikan oleh perbankan kepada nasabahnya untuk melakukan berbagai transaksi perbankan melalui berbagai fitur dan menu yang terdapat pada aplikasi perbankan yang dapat diunduh dan diinstall melalui ponsel.

¹³ Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam (Jakarta:2004, Prenada Media),h. 263.

¹⁴ Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h.130.



6. Fitur e-mas

Fitur e-mas adalah salah satu fitur yang memberikan kemudahan untuk para nasabah untuk berinvestasi emas untuk keperluan jangka panjang dengan cara dicicil. Dalam fitur e-mas dalam mobile banking BSi terdapat pilihan menu gadai emas, dan cicil emas yang memberikan kemudahan untuk bertransaksi oleh para nasabah tanpa harus datang kekantor Bank.

Permasalahan

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut :

- Rendahnya pengetahuan guru tentang gadai dan cicil emas secara online.

Rendahnya minat menggunakan cicil emas.

Rentan mengalami penipuan *smishing* hacker yang menyamar sebagai institusi keuangan untuk menanyakan detail rekening Bank nasabah.

Adanya biaya yang cukup besar untuk sewa dan pajak yang bisa mengurangi keuntungan.

Nasabah harus memiliki jaringan internet yang kuat untuk bisa mengakses M-Banking, karena jika koneksi internet kurang baik maka secara otomatis nasabah akan kesulitan saat mengaksesnya.

Biaya Dp di awal yang ditetapkan sebesar 20% membuat kepercayaan Guru terhadap cicil emas berkurang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh **C**aya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

g. Kurangnya pembuatan dan pendistribusian promosi di media sosial terkait BSI cicil emas.

Batasan Masalah

Dari penjelasan identifikasi masalah di atas nampak cukup jelas ekupupannya. Karena keterbatasan kemampuan, waktu, fasilitas dan dana oleh penulis, maka perlu dibatasi penelitian ini hanya membahas tentang Pengaruh Respon, Wawasan Nasabah, Dan Trust Terhadap Minat Bertransaksi Pada Aplikasi *E-mas Mobile Banking* BSi (Studi Kasus Komplek Perguruan Muhammadiyah Kecamatan Binawidya).

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, penulis dapat merumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

a. Apakah respon berpengaruh terhadap Minat bertransaksi e-mas pada aplikasi *Mobile Banking* BSi diperguruan komplek Muhammadiyah Kecamatan Binawidya?

Apakah wawasan nasabah berpengaruh terhadap bertransaksi e-mas pada aplikasi *Mobile Banking* BSi diperguruan komplek Muhammadiyah Kecamatan Binawidya?

Apakah *Trust* berpengaruh terhadap bertransaksi *e-mas* pada aplikasi *Mobile Banking* BSi diperguruan komplek Muhammadiyah Kecamatan Binawidya?

Apakah respon, wawasan nasabah, dan *Trust* (Kepercayaan) berpengaruh terhadap bertransaksi *e-mas* pada aplikasi *Mobile Banking* BSi diperguruan komplek Muhammadiyah Kecamatan Binawidya?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui hal-hal sebagai berikut :

Untuk mengetahui pengaruh respon terhadap Minat bertransaksi e-mas pada aplikasi *Mobile Banking* BSI diperguruan komplek Muhammadiyah Kecamatan Binawidya.

Untuk mengetahui Wawasan nasabah terhadap Minat bertransaksi e-mas pada aplikasi *Mobile Banking* BSI diperguruan komplek Muhammadiyah Kecamatan Binawidya.

c. Untuk mengetahui *Trust* terhadap Minat bertransaksi *e-mas* pada aplikasi *Mobile Banking* BSI diperguruan komplek Muhammadiyah Kecamatan Binawidya

d. Untuk mengetahui pengaruh respon, wawasan nasabah, dan *trust* terhadap minat bertransaksi *e-mas* pada aplikasi *Mobile Banking* BSI diperguruan komplek Muhammadiyah Kecamatan Binawidya.

2. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk:

Bagi perusahaan dan masyarakat, diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah masukan informasi dalam upaya pengembangan usaha asuransi syariah dan secara umum dapat memberikan pengetahuan serta menggugah keinginan masyarakat khususnya para guru untuk menggunakan asuransi syariah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



b. Bagi akademisi, penulis berharap hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk menambah informasi, juga sebagai bahan bacaan serta untuk menambah pengetahuan bagi mahasiswa/i lain.

Bagi penulis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam upaya mengimplementasikan pengetahuan, meningkatkan pemahaman pada penguasaan disiplin ilmu yang dipelajari, serta menambah pengalaman dalam bidang penelitian.

BAB II

KERANGKA TEORI

Landasan Teori

1. Minat

Pengertian Minat

Secara sederhana, minat (*interest*) berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Dalam Kamus Besar bahasa Indonesia, minat berarti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Minat diartikan sebagai kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah keinginan.¹⁵

Minat adalah sesuatu yang sangat penting bagi seseorang untuk melakukan suatu aktivitas. Dengan minat orang akan berusaha mencapai tujuannya. Oleh karena itu minat dikatakan sebagai salah satu aspek psikis manusia yang dapat mendorong untuk mencapai tujuan.¹⁶ Menurut Sandjaja, minat merupakan suatu kecenderungan yang menyebabkan seseorang berusaha untuk mencari atau pun mencoba aktivitas-aktivitas dalam bidang tertentu.¹⁷

Menurut Mehta minat beli didefinisikan sebagai kecendrungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian.¹⁸

KBBI, “Kamus Besar Bahasa Indonesia Versi Online Atau Dalam Jaringan Minat”, [Https://Kbbi.Web.Id/Minat.Com](https://Kbbi.Web.Id/Minat.Com), Diakses pada 10 Juni 2024

Andi Anchru P, “Pengembangan Minat Belajar Dalam Pembelajaran”, dalam *Jurnal IDDARAH*, Vol. III, No. 2. 2019, h.207

Dwi Nastiti dan Nurul Laili, Buku Ajar Asesmen Minat Dan Bakat Teori dan Aplikasinya”, (Jawa Timur: UMSIDA Press, 2020), h.15.

¹⁸ Nela kristiana, “Pengaruh Persepsi Atribut Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Mobil Merek Isuzu Elf Studi Pada PT. Karya Zirang Utama Izusu Semarang”. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan*, vol 3 nomor 1, 2012, h. 2.



1. Dilarang mengujip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Hurlock, minat adalah sumber motivasi yang memberikan dorongan untuk melakukan perbuatan terhadap sesuatu yang mereka bebas memilih. Menurut Crow dan Crow, minat dapat menunjukkan kemampuan untuk memberi stimuli yang mendorong seseorang untuk memperhatikan seseorang yang lain, suatu barang atau kegiatan yang dapat memberi pengaruh terhadap pengalaman yang telah distimuli oleh kegiatan itu sendiri.¹⁹

Minat adalah keinginan secara sadar yang dimiliki seseorang. Minat memotivasi seseorang untuk memperoleh subyek khusus, aktifitas, pemahaman dan keterampilan untuk mendapatkan perhatian atau pencapaian yang diinginkan. Minat juga terkait dengan bagaimana perasaan seseorang tentang aktivitas atau produk yang mereka sukai.

Berdasarkan definisi minat yang diberikan oleh beberapa ahli di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa minat adalah suatu keinginan yang ditimbulkan oleh ketertarikan seseorang terhadap suatu hal atau objek, yang mengakibatkan kecenderungan sikap serta ketekunan dan dorongan untuk melakukan aktivitas tertentu. Minat bersifat fluktuatif dan bukan merupakan sesuatu yang statis atau berhenti. Selain itu, minat bukanlah sesuatu yang datang secara alami, tetapi sesuatu yang berkembang dan dipertahankan. Dengan kata lain, sesuatu yang sebelumnya tidak diminati bisa menjadi sesuatu yang diminati karena masukan tertentu, perspektif baru atau cara berpikir yang inovatif.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Wibowo kemudahan penggunaan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu interaksi individu dengan sistem yang jelas dan mudah dimengerti, tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut, dan mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan.

Minat Menjadi Nasabah

Minat nasabah yaitu pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif adalah hal yang dapat menimbulkan minat beli konsumen. Minat menjadi nasabah dalam hal ini diasumsikan sebagai minat beli, minat beli (*willingness to buy*) merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Menurut Kotler minat beli konsumen adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memiliki.

Suatu produk dapat dikatakan telah dikonsumsi oleh konsumen apabila produk tersebut telah diputuskan untuk dibeli. Keputusan untuk membeli dipengaruhi oleh nilai produk yang dievaluasi. Bila manfaat yang dirasakan lebih besar dibandingkan pengorbanan untuk mendapatkannya, maka dorongan untuk membeli semakin tinggi. Sebaliknya bila manfaat lebih kecil dibandingkan pengorbanannya maka biasanya pembeli akan menolak untuk membeli dan pada umumnya beralih mengevaluasi produk lain yang sejenis.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Minat beli konsumen adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya.²⁰ Pada kebanyakan orang perilaku pembelian konsumen seringkali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan dari luar dirinya, baik berupa rangsangan pemasaran maupun rangsangan dari lingkungannya. Rangsangan tersebut kemudian diproses dalam diri sesuai dengan karakteristik pribadinya. Sebelum akhirnya diambil keputusan pembelian. Karakteristik pribadi konsumen yang digunakan untuk memproses rangsangan tersebut sangat kompleks dan salah satunya adalah motivasi untuk membeli.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat

Faktor yang mempengaruhi munculnya minat seseorang tergantung pada kebutuhan fisik, sosial, emosi dan pengalaman. Minat diawali dengan perasaan senang dan sikap positif terhadap sesuatu. Minat timbul akibat adanya pengaruh lingkungan masyarakat, namun dapat juga dipengaruhi oleh individu itu sendiri. Menurut Crow and Crow, ada beberapa faktor utama yang mempengaruhi minat yaitu²¹:

1) Faktor dari dalam individu

Rangsangan yang datang dari lingkungan atau ruang lingkup yang sesuai dengan keinginan atau kebutuhan seseorang

Philip Kotler, *Managemen Pemasaran*, Edisi 1 (Jakarta: PT. Indeks, 2004), h. 27
Ibid, h. 139



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

akan mudah dalam menimbulkan minat. Contohnya keingintahuan seseorang akan sesuatu dapat mempengaruhi seseorang dalam menuntut ilmu, belajar, membaca, melakukan penelitian, belanja, dan sebagainya.

2) Faktor motif sosial

Faktor motif sosial merupakan salah satu faktor yang menjadi pendorong minat manusia dalam melakukan aktivitas. Misalnya seperti minat seorang individu untuk menuntut ilmu yang tinggi agar mendapat status sosial yang tinggi pula.

3) Faktor emosional atau perasaan

Minat erat kaitannya dengan perasaan atau emosi seseorang. Faktor ini merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu kegiatan atau objek tertentu. Seperti halnya ketika seseorang mendapatkan suatu penghargaan terhadap sesuatu yang telah dilakukannya, maka akan menimbulkan rasa senang, dan dapat memperkuat minat orang tersebut terhadap aktivitas yang dilakukan.

Menurut Kinnear dan Taylor minat adalah bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi suatu produk atau jasa, atau kecenderungan untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilakukan.²²

Husein Umar, *Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), h. 45.



d. Indikator Minat

Adapun indikator minat menurut Basrah dan Samsul sebagai berikut²³ :

1) Minat Transaksional

Minat Transaksional yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk. Konsumen yang memiliki minat terhadap suatu produk atau jasa dapat dilihat dari bentuk pengorbanan yang dilakukan terhadap suatu barang atau jasa, konsumen yang cenderung memiliki minat lebih terhadap suatu barang atau jasa akan bersedia untuk membeli dengan membayar barang atau jasa tersebut dengan tujuan konsumen yang berminat tersebut dapat menggunakan barang atau jasa tersebut.

2) Minat Refensial

Yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain. Konsumen yang memiliki minat yang besar terhadap suatu barang, selain akan menceritakan hal yang positif, konsumen tersebut juga akan merekomendasikan kepada orang lain untuk juga menggunakan barang atau jasa tersebut, karena seorang yang memiliki minat yang besar terhadap suatu barang akan cenderung memiliki pemikiran yang positif terhadap barang atau jasa tersebut, sehingga jika ditanya konsumen lain,



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

makanya konsumen tersebut akan cenderung merekomendasikan kepada konsumen lain.

3) Minat Prefensial

Yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefensi utama pada produk tersebut. Prefensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk prefrensinya.

4) Minat eksploratif

Yaitu inat ini menggambarkan prilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut, dengan tujuan untuk mengetahui secara pasti bagaimana spesifikasi produk atau jasa yang digunakan, sebelum menggunakan produk atau jasa tersebut.

Sedangkan menurut Kotler dan Keller, (2016); Laksamana (2018); Nurbasari dan Kamanda (2022) terdapat empat indikator minat beli, yaitu:

- a) Attention, yaitu ketertarikan konsumen dalam memperhatikan sebuah produk.
- b) Interest, yaitu kepekaan konsumen terhadap produk.
- c) Desire, yaitu keinginan konsumen untuk mencoba dan memiliki produk tersebut.
- d) Action, yaitu tindakan konsumen untuk mengambil keputusan melakukan pembelian.



2. Respon

Pengertian Respon

Respons dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berasal dari kata: *res-pons / réspons* / dan tanggapan ; reaksi; jawaban: - masyarakat.²⁴ Respon adalah perubahan tingkah laku sebagai akibat dari adanya rangsangan. Menurut Soenarjo, istilah respon dalam komunikasi adalah kegiatan komunikasi yang diharapkan mempunyai hasil atau setelah komunikasi dinamakan efek. Suatu kegiatan komunikasi itu memberikan efek berupa respon dari komunikasi terhadap suatu pesan yang dilancarkan oleh komunikator.²⁵

Menurut Saifuddin Azwar adalah suatu reaksi atau jawaban yang bergantung pada stimulus tersebut, respon hanya timbul apabila individu dihadapkan pada stimulus yang menghendaki adanya reaksi individu. Respon seseorang dapat dalam bentuk baik dan buruk, positif atau negatif menyenangkan atau tidak menyenangkan.²⁶

Respon juga diartikan suatu tingkah laku atau sikap yang berwujud baik sebelum pemahaman yang mendetail, penilaian, pengaruh atau penolakan, suka atau tidak serta pemanfaatan pada suatu fenomena tertentu. Respon merupakan bayangan yang menjadi kesan yang dihasilkan dari pengamatan. Kesan tersebut bisa menjadi isi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ibid
Soenarjo dan Djoenarsih S. Soenajo, *Himpunan Istilah Komunikasi*, (Yogyakarta: Liberty, 1983), h. 25.

Saifuddin Azwar, *Sikap Manusia Teori Dan Pengukurannya Respon*, (Bandung: Bina Cipta, 2011), h. 17



kesadaran yang dapat dikembangkan dengan konteks pengalaman waktu serta antisipasi keadaan untuk di masa yang akan datang.

Respon nasabah dapat memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah. Respon memiliki sifatnya yang otomatis. Karena sifatnya yang otomatis, maka dapat saja menunjukkan suatu reaksi emosi yang secara langsung pada saat tertentu, namun juga dapat terkendali. Respon yang merupakan emosi positif berpengaruh dalam menekan perilaku dalam pembelian.²⁷

Respon atau tanggapan yang muncul ke alam kesadaran mendapat dukungan atau mungkin juga rintangan dari respon lain. Dukungan terhadap respon akan menimbulkan rasa senang, sedangkan rintangan terhadap respon akan menimbulkan rasa tidak senang. Nilai skala setiap pernyataan akan diperoleh dari distribusi respon atau jawaban kelompok responden yang menyatakan kesetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap setiap pertanyaan.

Respon memiliki sifatnya yang otomatis. Karena sifatnya yang otomatis, maka dapat saja menunjukkan suatu reaksi emosi yang secara langsung pada saat tertentu, namun juga dapat terkendali. Respon yang merupakan emosi positif berpengaruh dalam menekan perilaku dalam pembelian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

²⁷Indrawan, I. M.A., & Sudiksa, I.B, "Pengaruh store environment terhadap respon emosi positif dan impulse buying yang dimoderasi situational factor", *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, volume 8 nomor 4,2019, 27



b. Faktor Terbentuknya Respon

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Tanggapan yang dilakukan oleh seseorang dapat terjadi jika memenuhi faktor penyebabnya. Hal ini perlu diketahui supaya individu yang bersangkutan dapat menanggapi dengan baik. Pada proses awalnya individu mengadakan tanggapan tidak hanya dari stimulus yang ditimbulkan oleh keadaan sekitar. Dengan demikian maka akan ditanggapi adalah individu tergantung pada stimulus juga bergantung pada keadaan individu itu sendiri. Stimulus atau respon akan mendapat pemilihan yang akan bergantung pada 2 faktor yaitu:

- 1) Faktor Internal yaitu : faktor yang ada pada individu manusia itu sendiri dari dua unsur yakni jasmani dan rohani. Seseorang yang mengadakan tanggapan terhadap stimulus tetap dipengaruhi oleh eksistensi kedua unsur tersebut. Apabila terganggu salah satu unsur saja, maka akan melahirkan hasil tanggapan yang berbeda intensitasnya pada diri individu yang melakukan tanggapan atau berbeda tanggapannya tersebut antara satu orang dengan yang lain. Unsur jasmani atau fisiologi meliputi keberadaan, keutuhan cara kerja atau alat indera, urat syaraf dan bagian-bagian tertentu pada otak. Unsur-unsur rohani pada fisiologinya yang meliputi keberadaan dan perasaan (feeling), akal, fantasi, pandangan jiwa, mental, pikiran, motivasi, dan sebagainya.
- 2) Faktor Eksternal yaitu faktor yang ada pada lingkungan. Menurut Bimo Walgito dalam bukunya Pengantar Psikologi Umum

Wawasan Nasabah

Pengertian Wawasan Nasabah

Wawasan adalah kapasitas untuk memperoleh pemahaman yang akurat dan mendalam tentang pengetahuan dan pilihan seseorang. Ini adalah kemampuan untuk menjadikan pengetahuan, keputusan, dan tindakan Anda menjadi kebiasaan atau gaya hidup. Jika pengetahuan adalah kekuatan, kebijaksanaan adalah pilihan Anda untuk menggunakan kekuatan itu, dan pemahaman adalah pelaksanaan pilihan Anda untuk menggunakan kekuatan itu – maka wawasan adalah pelaksanaan yang konsisten dari pilihan Anda untuk menggunakan kekuatan itu. Wawasan terkait dengan masa depan kita.

Nasabah adalah orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak Bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan Bank.²⁹ Dengan kata lain nasabah adalah

²⁸ Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta: UGM, 2016), h. 55.
 M. Nur Rianto Al Arif. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. (Bandung: Alfabeta, 2010), h.189.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



pihak atau orang yang menggunakan dan secara sengaja menjadi langganan Bank yang di percayai nya. Dalam memahami mengenai apa yang dipikirkan oleh nasabah ada beberapa hal yang harus dipahami terlebih dahulu³⁰:

- 1) Memahami tujuan-tujuan dan sasaran-sasaran yang ingin dicapai atau di dapatkan oleh nasabah
- 2) Memahami cara mereka membuat peringkat dan memprioritaskan tujuan dan sasaran tersebut.
- 3) Mengetahui apa yang bisa kita lakukan dengan produk yang akan ditawarkan untuk membantu merealisasikan masalah-masalah yang timbul antara mereka dan cara mencapai tujuan tersebut.

Nasabah adalah pelanggan (*costumer*) yaitu individu atau perusahaan yang mendapatkan manfaat atau produk dan jasa dari sebuah perusahaan perbankan, meliputi kegiatan pembelian, penyewaan serta layanan jasa.³¹ Nasabah menurut Pasal 1 ayat (17) UU No. 10 tahun 1998 adalah “Pihak yang menggunakan jasa bank.”

Nasabah mempunyai peran penting dalam industri perbankan, dimana dana yang disimpan nasabah di bank merupakan dana yang terpenting dalam operasional bank untuk menjalankan usahanya. Adapun pengertian nasabah menurut para ahli, sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

³⁰ Bill Stinnet. *Think Like Your Customer*. (Jakarta: Alex Media Komputindo, 2015),h. 3.
 Mislah Hayati Nasution, Sutisna, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking”, *Jurnal Nisbah*, Volume 1 Nomor 1,2015, h.65.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Kasmir “Nasabah merupakan konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang dijual atau ditawarkan oleh bank.³² Menurut Saladin nasabah adalah “Konsumen-konsumen sebagai penyedia dana”.³³

Jadi wawasan nasabah adalah informasi pengetahuan yang mendalam tentang perilaku, preferensi, dan kebutuhan pelanggan. Wawasan nasabah dapat digunakan untuk meningkatkan segmentasi dan pengalaman pelanggan yang dipersonalisasi.

Definisi ini menekankan pemahaman yang mendalam sebagai elemen utama dari wawasan. Dalam kehidupan sehari-hari, wawasan sangat penting karena memungkinkan individu untuk membuat keputusan yang lebih baik, memecahkan masalah dengan lebih efektif, dan berkontribusi pada perkembangan pribadi dan profesional mereka.

Penyedia jasa juga harus memperhatikan apa yang konsumen persepsikan atas jasa yang diberikan, tetapi juga bagimana mereka dapat merasakan kepuasan. Kedalaman dari perasaan ini merupakan hasil dari tingkat seberapa jauh persepsi dapat sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Selain itu kepuasan nasabah mempunyai tujuan utama yaitu strategi pemasaran yang dijalankan untuk meningkatkan jumlah nasabahnya, baik secara kuantitas maupun kualitas. Secara

Sonny Koeswara, Muslimah, “Analisis Besarnya Pengaruh Kinerja Pelayanan (Service Performance) Frontliner dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Prioritas PT. BCA Tbk Cabang Permata Buana Dengan Pendekatan Metode Regresi Linear Multiple”. *Jurnal Pasti*. Volume 8 Nomor 1,2013, h.3,

³³ Evi Yupitri, Raina Linda Sari, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Medan”, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. Volume 1 Nomor 1, 2012, h.49.



kuantitas artinya jumlah nasabah bertambah cukup signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan secara kualitas artinya nasabah yang didapat merupakan nasabah yang produktif yang mampu memberikan laba bagi bank.

Jenis-Jenis Nasabah

Berdasarkan Pasal 1 angka 16 Undang-Undang Perbankan yang dimaksud dengan nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Nasabah bank dibagi menjadi:

- 1) Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.
- 2) Nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.³⁴

4. *Trust* (Kepercayaan)

Pengertian *Trust* (Kepercayaan)

Andresson dan Weitz (1989) sebagaimana dikutip Rinda Asytuti, dkk menyatakan bahwa kepercayaan adalah keyakinan satu pihak pada reliabilitas, durabilitas, dan integritas pihak lain dalam relationship dan keyakinan bahwa tindakannya merupakan kepentingan yang paling baik dan akan menghasilkan hasil positif bagi pihak yang dipercaya. Kepercayaan dipengaruhi oleh pengharapan

Sudarsono. 2007. Kamus Hukum. Jakarta, Rineka Cipta, h. 578.



positif terhadap niat atau perilaku partner dimana keyakinan bahwa partner akan bertanggung jawab, menunjukkan integritas dan tidak akan melukai partnernya.

Dan rasa percaya berhubungan dengan niat seseorang mengandalkan bahwa partnernya akan menerima kelemahan-kelemahan yang kontekstual. Adanya keyakinan satu pihak pada tindakan pihak lain akan meningkatkan rasa setia (*loyalitas*) satu pihak dengan pihak lain.³⁵

Penilaian konsumen terhadap jasa sebagai hasil perbandingan antara harapan dengan kinerja atau pengalamannya dalam menggunakan atau memakai jasa. Sedangkan yang tidak kalah penting artinya di antara kedua jasa tersebut adalah *corporate image*.³⁶

Kepercayaan timbul karena adanya suatu rasa percaya kepada pihak lain yang memang memiliki kualitas yang dapat mengikat dirinya, seperti tindakannya yang konsisten, kompeten, jujur, adil dan bertanggung jawab. Kepercayaan konsumen terhadap perusahaan di implementasikan dari kredibilitas perusahaan dan kepedulian perusahaan pada konsumen yang ditujukan melalui performance perusahaan pada pengalaman melakukan hubungan dengan konsumen.³⁷

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Rinda Asytuti, dkk, "Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan terhadap Loyalitas dengan Kepemimpinan Pengurus Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus BMT Bahtera, BTM di Pekalongan dan Kospin Jasa Syariah Cabang Pekalongan)", *Jurnal Penelitian* volume 10 no. 2 2013, h.256.

³⁶Farida Jasfar, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2010), h.61.

Ferry Albizar, et al., "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Mikro Pada Bank", *Jurnal Ilmiah Manajemen*, No. 2, Vol. 14, h. 7.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Peppers and Rogers, kepercayaan adalah keyakinan satu pihak pada *reliabilitas*, *durabilitas*, dan *integritas* pihak lain dalam *relationship* dan keyakinan bahwa tindakannya merupakan kepentingan yang paling baik dan akan menghasilkan hasil positif bagi pihak yang dipercaya. 3 Sikap amanah sangat erat kaitannya dengan cara dirinya mempertahankan prinsip dan kemudian bertanggung jawab untuk melaksanakan prinsip-prinsipnya tersebut dengan tetap menjaga keseimbangan dan melahirkan nilai manfaat yang berkesesuaian (saleh).³⁸

Prinsip merupakan fitrah paling mendasar bagi harga diri manusia. Menunaikan amanah dengan sebaik-baiknya merupakan ciri seorang profesional.³⁹ Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya.⁴⁰

Beberapa elemen penting dari kepercayaan adalah:

- 1) Kepercayaan merupakan perkembangan dari pengalaman dan tindakan di masa lalu watak yang diharapkan dari mitra seperti dapat dipercaya dan dapat diandalkan

³⁸ Astri Dhiah Maharani, "Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang", *Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro* (2010), h.20.

³⁹ Toto Tasmara, *Membudayakan Etos Kerja Islami* (Jakarta: Gema Insani, 2012), h.95
⁴⁰ Astri Dhiah Maharani, "Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang", *Jurnal Fakultas Ekonomi*, (2010), h.20



2) Kepercayaan melibatkan kesediaan untuk menempatkan diri dalam risiko

3) Kepercayaan melibatkan perasaan aman dan yakin pada diri mitra

Komponen-komponen kepercayaan ini dapat diberi label sebagai dapat diprediksi, dapat diandalkan dan keyakinan. Dapat diprediksi direfleksikan oleh pelanggan yang mengatakan bahwa mereka berurusan dengan perusahaan tertentu karena “saya dapat mengharapkannya.” Dapat diandalkan merupakan hasil dari suatu hubungan yang berkembang sampai pada titik dimana penekanan beralih dari perilaku tertentu kepada kualitas individu-kepercayaan pada individunya, bukan pada tindakan tertentu. Keyakinan direfleksikan dari perasaan aman dalam diri pelanggan bahwa mitra mereka dalam hubungan tersebut akan “menjaga mereka.” Secara umum definisi kepercayaan berkenaan dengan adanya kepercayaan oleh pihak pertama (*one party*) kepada pihak kedua (*another party*) bahwa pihak ke dua akan berperilaku yang menyebabkan mendatangkan hasil positif kepada pihak pertama.

Oleh karena itu, substansi definisi kepercayaan dapat dibedakan kepada 2 hal pokok yakni kepercayaan adalah kejujuran partner (*trust is the partner honesty*) yang mencakup kepercayaan pihak pertama kepada partnernya bahwa partnernya akan memenuhi janji-janjinya yang diikrarkan, kepercayaan adalah binovelen dari partner (*trust is the partner's benevolence*) yang berkenaan dengan

sejauhmana pihak pertama percaya bahwa pihak kedua benar-benar tertarik kepada kesejahteraan (welfare) kepada pihak pertama.⁴¹

Kepercayaan merupakan prasyarat utama adanya kesetiaan.

Oleh karenanya mulailah dengan kepercayaan. Dalam dunia bisnis, jika bisnis kita dilakukan secara etis, maka kita akan mendapatkan kesetiaan besar dari para pengguna jasa kita, dan semakin kita bisa menumbuh kembangkan kesetiaan itu, maka semakin banyak keuntungan yang bisa kita peroleh.⁴²

Indikator Kepercayaan

Dari sudut pandang pemasaran, hal ini menyatakan bahwa perkembangan kepercayaan dan khususnya keyakinan, seharusnya menjadi komponen fundamental dari strategi pemasaran yang ditujukan untuk mengarah pada penciptaan hubungan nasabah sejati.

Nasabah harus mampu merasakan bahwa dia dapat mengandalkan perusahaan, bahwa perusahaan dapat dipercaya. Akan tetapi, untuk membangun kepercayaan membutuhkan waktu lama dan hanya dapat berkembang setelah pertemuan yang berulangkali dengan nasabah.

Lebih penting, kepercayaan berkembang setelah seorang individu mengambil risiko dalam berhubungan dengan mitranya. Hal ini menunjukkan bahwa membangun hubungan yang dapat dipercaya akan lebih mungkin terjadi dalam sektor industri tertentu – terutama

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Mokhamad Arwani, dkk, "Peran Karakteristik Individu sebagai Moderator Pengaruh Kepuasan Kepercayaan dan Komitmen terhadap Loyalitas (Studi Pada Nasabah Bank Syariah di Kabupaten Kudus)", *Jurnal Sosial dan Budaya* 4, no. 2 (2011), h.162.

Tatang M. Amrin, Kepemimpinan yang Amanah, Dinamika Pendidikan, No. I/Th. XIV/ Mei 2017, h. 4.



yang melibatkan pengambilan risiko oleh pelanggan dalam jangka pendek atau membutuhkan obligasi jangka panjang.

Peppers and Rogers dalam Astri menyatakan bahwa komponen-komponen kepercayaan adalah:⁴³

- 1) Kredibilitas. Kredibilitas berarti bahwa karyawan jujur dan kata-katanya dapat dipercaya. Kredibilitas harus dilakukan dengan kata-kata, “saya dapat mempercayai apa yang dikatakannya mengenai.” bentuk lain yang berhubungan adalah believability dan truthfulness.
- 2) Reliabilitas. Reliabilitas berarti sesuatu yang bersifat reliable atau dapat dihandalkan. Ini berarti berhubungan dengan kualitas individu/organisasi. Reliabilitas harus dilakukan dengan tindakan; “ saya dapat mempercayai apa yang akan dilakukannya” Bentuk lain yang berhubungan adalah predictability dan familiarity.
- 3) Intimacy. Kata yang berhubungan adalah integritas yang berarti karyawan memiliki kualitas sebagai karyawan yang memiliki prinsip moral yang kuat. Integritas menunjukkan adanya internal consistency, ada kesesuaian ada kesesuaian antara apa yang dikatakan dan dilakukan, ada konsistensi antara pikiran dan tindakan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Astri Dhiah Maharani, “Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang”, *Jurnal Fakultas Ekonomi*, (2010), h.20.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Selain itu integritas juga menunjukkan adanya ketulusan.

Sedangkan menurut Arwani indikator kepercayaan dilihat dari sudut pandang Islam meliputi:

- 1) Mampu menyelesaikan masalah sesuai syariat
- 2) Cerminan kepatuhan terhadap ajaran agama Islam
- 3) Cerminan ketataan terhadap ajaran agama Islam
- 4) Menyelesaikan konflik secara adil

Kepercayaan dalam Perspektif Syariah

Muamalah adalah ajaran Islam yang menyangkut aturan-aturan dalam menata hubungan antar sesama manusia agar tercipta keadilan dan kedamaian dalam kebersamaan hidup manusia. Aspek muamalah merupakan bagian prinsipal dalam Islam karena dengannyalah kehidupan bersama manusia ditata agar tidak terjadi persengketaan dalam kontak sosial antara satu pihak dengan pihak lainnya dalam masyarakat.⁴⁴

Dengan demikian muamalah menjadi sangat penting. Manusia menurut ajaran Islam adalah khalifah di muka bumi, bertugas menata kehidupan sebaik mungkin sehingga tercipta kedamaian dalam hidup di tengah manusia yang dinamis. Kehidupan damai tidak serta merta, akan tetapi diciptakan dan dirancang. Oleh karena itu perlu diciptakan perangkat-perangkat dan aparat-aparat untuk menciptakan perdamaian tersebut.⁴⁵

⁴⁴ Ghulfron A. Mas'adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2002), h.185-186

⁴⁵ Toto Tasmara, *Membudayakan Etos Kerja Islami*, (Jakarta: Gema Insani, 2002), h.94

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam islam, hubungan antara kejujuran dan keberhasilan kegiatan ekonomi menunjukkan hal yang positif. Setiap bisnis yang didasarkan pada kejujuran akan mendapatkan kepercayaan pihak lain. Kepercayaan ini akan menambah nilai transaksi kegiatan bisnis dan pada akhirnya meningkatkan keuntungan.

Selaras dengan kata amanah adalah iman yang terambil dari kata amnun yang berarti keamanan atau ketenteraman, sebagai lawan kata dari “khawatir, cemas, atau takut”. Sesuatu yang merupakan milik orang lain dan berada di tangan Anda disebut sebagai amanah karena keberadaannya di tangan Anda tidak membuat khawatir, cemas, atau takut bagi pemilik barang tersebut; ia merasa tenteram bahwa Anda akan memeliharanya dan bila diminta, Anda rela menyerahkannya.⁴⁶

Tanggung jawab sama dengan menanggung dan memberi jawaban, sebagaimana di dalam bahasa Inggris, kita mengenal *responsibility* sama dengan *able to response*. Dengan demikian, pengertian takwa yang kita tafsirkan sebagai tindakan bertangung jawab (yang ternyata lebih mendalam dari *responsibility*) dapat didefinisikan sebagai sikap dan tindakan seseorang di dalam menerima sesuatu sebagai amanah; dengan penuh rasa cinta, ia ingin menunaikannya dalam bentuk pilihan-pilihan yang melahirkan amal prestatif. Amanah adalah titipan yang menjadi tanggungan, bentuk kewajiban atau utang yang harus kita bayar dengan cara melunasinya sehingga kita merasa aman atau terbebas dari segala tuntutan.⁴⁷

Toto Tasmara, *Ibid*, h.95

⁴⁶*Ibid*, h.95



Amanah (*trust*) adalah modal utama untuk terciptanya kondisi damai dan stabilitas di tengah masyarakat, karena amanah sebagai landasan moral dan etika dalam bermuamalah dan berinteraksi sosial.

Ufirman Allah dalam surat An-nisa ayat 58 sebagai berikut:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤْدُوا الْأَمْنَاتِ إِلَى أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعُدْلِ إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا يَعْمَلُونَ لِمَنْ أَنَّ اللَّهَ كَانَ سَيِّئًا بَصِيرًا

Artinya: Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat. (Q.S. An-nisa :58)

Dalam kitab-kitab sejarah perjuangan Rasulullah, amanah merupakan salah satu di antara beberapa sifat yang wajib dimiliki para Rasul. Mereka bersifat jujur dan dapat dipercaya, terutama dalam urusan yang berkaitan dengan tugas kerasulan, seperti menerima wahyu, memelihara keutuhannya dan menyampaikannya kepada manusia, tanpa penambahan, pengurangan atau penukaran sedikitpun. Mereka juga bersifat amanah dalam arti terpelihara dari hal-hal yang dilarang oleh Allah baik lahir maupun batin. Menepati amanah merupakan moral yang mulia, Allah SWT. menggambarkannya sebagai orang mukmin yang beruntung.

وَالَّذِينَ هُمْ بِأَبْيَاتِ رَبِّهِمْ يُؤْمِنُونَ

Artinya: orang-orang yang beriman dengan tanda-tanda (kekuasaan) Tuhan mereka,

Sebaliknya Allah tidak suka orang-orang yang berkianat dan tidak merestui tipu dayanya, dan orang yang mengkhianati amanah termasuk salah satu sifat orang munafik (hifokrit). Amanah merupakan hak bagi

1. Dilarang mengujip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mukallaf yang berkaitan dengan hak orang lain untuk menunaikannya karena menyampaikan amanah kepada orang yang berhak memilikinya adalah suatu kewajiban.

5. Mobile Banking

Pengertian Mobile Banking

Mobile Banking merupakan sebuah fasilitas dari Bank dalam era modern ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan perbankan ini dapat diakses langsung melalui jaringan seluler/handphone GSM (*Global for Mobile Communication*) atau CDMA dengan menggunakan layanan data yang sudah disediakan oleh operator telepon seluler yang digunakan oleh nasabah melalui SMS (*Short Message Service*).⁴⁸ Penggunaan layanan *Mobile Banking* pada telepon seluler memungkinkan para nasabah dapat lebih mudah untuk menjalankan aktivitas perbankannya tanpa batas ruang dan waktu. Dengan adanya layanan *Mobile Banking* diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi para nasabah dalam melakukan akses ke Bank tanpa harus datang langsung ke Bank.⁴⁹

Mobile Banking merupakan salah satu hasil layanan Bank yang banyak diminati oleh para nasabah karena layanan ini membuat nasabah suatu Bank mampu melakukan transaksi perbankan serta melihat informasi tentang rekeningnya dengan menggunakan

Maryanto Supriyono, *Buku Pintar Perbankan*, (Yogyakarta: ANDI, 2011), h. 67

Wahyu Agus Winarno, "Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi (Analysis Behavioral Intention to Uses of Mobile Banking Technology Acceptance Model (TAM) Approach Modified)", *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, Volume IV Nomor 1, 2017, h.24-29

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

handphone jenis apapun.⁵⁰ *Mobile Banking* merupakan salah satu hasil pengembangan teknologi *Mobile* yang digunakan dalam domain komersial.⁵¹ *Mobile Banking* ini mengkombinasikan teknologi informasi dan aplikasi bisnis secara bersama. Berkat *Mobile Banking*, nasabah dapat menggunakan untuk mendapatkan layanan 24 jam sehari tanpa harus mendatangi kantor cabang Bank untuk transaksi personal.⁵²

Mobile Banking merupakan layanan relatif baru yang ditawarkan oleh perbankan terhadap pelanggannya dan karena kenyamanannya. Nasabah sekarang menginginkan sesuatu yang lebih dari sekedar layanan perbankan. Nasabah menginginkan kenyamanan dan fleksibilitas pada produk dan jasa yang sesuai kebutuhan mereka serta mudah digunakan yang tidak bisa ditawarkan oleh perbankan tradisional.⁵³ *Mobile Banking* menawarkan beberapa jasa yang cukup menarik, dan berdasarkan jenisnya, jasa biasanya dibagi menjadi dua, yakni jasa pull-based dan jasa push-based. Jasa pull-based merupakan jasa yang ditawarkan, sedangkan push-based adalah jasa yang ditawarkan berdasarkan persetujuan pihak nasabah dan Bank dimana

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

⁵⁰ Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h.130
Sutabri, T. *Sistem Informasi Manajemen* (Edisi Revisi). Edisi kedua. (Yogyakarta, Cetakan Pertama. Penerbit Andi, 2016), h. 68.

⁵¹ Muhammad Muslehuddin, *Wacana Baru: Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: IRCISOD, 2004), h.165

⁵² Pikkarainen, T., Pikkarainen, K., Karjaluoto H., & Pahnila, S.. “Consumer Acceptance of Online Banking: An Extension of the Technology Acceptance Model”, *Internet Research*, Vol. 14 No. 3: 2004, h.224-235.



Bank akan mengirimkan informasi-infomasi yang dibutuhkan nasabah secara berkala atau berdasarkan aturan tertentu.⁵⁴

Contoh jasa pull-based yang diterapkan Bank-Bank di Indonesia antara lain adalah transfer dana, pembayaran tagihan (listrik, telepon, air, dan lain-lain), pembelian voucher, ataupun perdagangan saham. Selain jasa-jasa berdasarkan transaksi di atas, jasa pull-based juga mencakup permintaan akan informasi saldo dan catatan transaksi, sedangkan untuk jasa push-based biasanya berupa notifikasi-notifikasi yang secara otomatis akan langsung diterima ponsel nasabah apabila terjadi aktivitas pada rekening yang bersangkutan, yakni notifikasi deposit/penarikan dalam jumlah minimum tertentu, notifikasi saldo minimum, dan notifikasi pembayaran tagihan, jasa ini sangat berguna.⁵⁵

Misalnya seorang nasabah kehilangan kartu ATM tanpa sadar dan disalahgunakan oleh orang lain. Dengan menerima notifikasi, maka nasabah dapat mengetahui telah terjadi penarikan uang tanpa otoritasnya dan dapat memblokir kartu ATM sebelum tabungannya dibobol habis. Cara kerja fasilitas ini pada hakikatnya sedikit berbeda atau hampir sama dengan SMS biasa kita dilakukan. Yakni nasabah mengirimkan SMS kepada nomor yang telah disediakan oleh pihak

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

⁵⁴ F. Winarni dan G. Sugiyarso, *Administrasi Gaji dan Upah*, (Yogyakarta: Pustaka Widyatama, 2006) cet. Ke-1, h. 25

Rizki Panggih Dwi Istiarni “Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris : Nasabah Layanan Internet Banking di Indonesia)”. 2014, h.25

Bank dengan isi pesan berupa kode tertentu. Selain itu, setiap kali mengirimkan sebuah SMS, di dalam pesan yang dikirimkan ikut serta di dalamnya adalah PIN untuk mengakses fasilitas elektronik tersebut.

Apabila kode dan PIN yang dimasukkan benar maka permintaan transaksi akan diterima. Dan sebaliknya, apabila salah satu isi pesan, baik kode pesan maupun PIN tidak sesuai maka permintaan transaksi akan ditolak.⁵⁶

Manfaat Penerapan Penggunaan Mobile Banking

Selain dari segi kemudahan yang ditawarkan oleh *Mobile Banking* seperti halnya mudah dalam melakukan transaksi isi ulang pulsa, transfer, hingga pembayaran tagihan kartu kredit, ada juga kelemahan yang dimiliki oleh *Mobile Banking*, salah satunya adanya hacker yang berusaha meretas informasi account atau debit dan informasi kartu kredit dari nasabah.⁵⁷ Ada beberapa kelemahan lainnya selain yang disebutkan diatas, yaitu :

- 1) Notifikasi yang terlambat diterima oleh nasabah
- 2) Kesalahan pengiriman ke nomor lain
- 3) Tidak ada notifikasi atau pemberitahuan dari pihak Bank, meskipun nasabah sudah melakukan suatu transaksi
- 4) Pengiriman SMS sering tertunda atau pending, sehingga transaksi yang harusnya real time menjadi tidak real time lagi.

Vyctoria, *Bongkar Rahasia E-Banking Security dengan Teknik Hacking dan Carding*, (Yogyakarta: ANDI, 2013), h.102

⁵⁷ Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 19/POJK.03/2014 Layanan Keuangan Tanpa Kantor Dalam Rangka Keuangan Inklusif. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5628. Otoritas Jasa Keuangan. Jakarta

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jenis transaksi yang bisa dilayani melalui fasilitas *Mobile Banking* sebagai berikut:

- 1) Transfer dana.
- 2) Informasi saldo, mutasi rekening, dan informasi nilai tukar.
- 3) Pembayaran untuk tagihan kartu kredit, listrik, telepon, handphone, serta asuransi.
- 4) Fitur emas (e-mas, gadai emas, cicil emas)

Pembelian isi ulang pulsa dan juga saham Beberapa hal yang harus diperhatikan untuk menjaga keamanan dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking* adalah sebagai berikut⁵⁸ :

- 1) Nasabah wajib mengamankan PIN *Mobile Banking*
- 2) Bebas membuat PIN sendiri, namun apabila dirasa PIN kita sudah diketahui orang lain, hendaknya segera melakukan penggantian PIN
- 3) Jika SIM card GSM kita hilang, dicuri, atau dipindahtanganan kepada pihak lain, maka harus segera telepon ke provider yang berkaitan dengan SIM card nasabah dan lapor call center Bank tersebut agar segera dilakukan penanganan.⁵⁹

Transaksi yang didukung oleh fasilitas *Mobile Banking* yaitu¹⁶ :

- a) Informasi Saldo, b) Pembayaran PLN, telepon, tiket, asuransi, internet, BPJS, PDAM, Penerimaan Negara, Zakat/Infaq, Multi Payment, eCommerce, c) Pembelian Voucher HP, PLN Prepaid, e-

⁵⁸Murni Anugrah L, *Layanan Jasa Perbankan*, (Yogyakarta:KTSP, 2018), h.33
Nurastuti, wiji, *teknologi perbankan*, Cet.Pertama, (Yogyakarta, Graha Ilmu, 2011), h.



money, paket data, TopUp (Link Aja, Gopay, Paytren, OVO) d) Zakat/Infaq, Wakaf, Donasi 20.000 manfaat, Kalkulator Zakat, e) Pembukaan Rekening Tabungan Mabrus, Mudharabah, Wadiah, f) Transfer ke BSM, Non BSM, QRIS, Tarik Tunai, g) Pembelian, Pembayaran, Transfer Favorit, h) Blokir Kartu, i) Layanan Islami, j) TopUp e) Wallet.⁶⁰

Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Nasabah Terhadap Penggunaan Mobile Banking :

Adapun faktor yang mempengaruhi sikap konsumen pada pengguna mobile banking, yaitu:

1) Keamanan Sistem Mobile Banking

Keamanan dalam sistem bertransaksi keuangan melalui sistem online merupakan faktor utama yang menjadi prioritas bagi nasabah untuk menggunakan jasa layanan mobile banking. Nasabah berhak mendapat jaminan keamanan transaksi dari bank berangkutan.

2) Kemudahan Penggunaan Layanan

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 nasabah dalam mengakses layanan mobile banking akan semakin meningkatkan sikap nasabah terhadap layanan mobile banking.

Hadi, S. dan Novi. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking" *Jurnal Ekonomi dan Bisnis OPTIMUM* volume 5 nomor 1, 2015, 55-67.



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 pihak bank. Oleh sebab itu, privasi pengguna merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan mau atau tidaknya nasabah untuk menggunakan layanan mobile banking.

6. Cicil Emas

Pengertian Cicil Emas

Cicil Emas merupakan pembiayaan kepemilikan emas dengan menggunakan akad murabahah dan rahn. Dalam penyaluran pembiayaan berdasarkan akad murabahah undang-undang perbankan syariah memberikan penjelasan bahwa yang dimaksud dengan akad murabahah adalah akad pembiayaan suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai keuntungan yang disepakati.⁶¹

Cicil emas adalah fasilitas dimana emas telah disediakan oleh bank syariah untuk kepemilikan emas dalam jangka waktu 2 sampai 5 tahun dengan cara mencicil. Pembiayaan kepemilikan emas yang ada di BSI dengan menggunakan konsep akad murabahah atau akad jual-beli. Emas yang dibiayai oleh BSI mulai dari 1 gram dan maksimal 150 gram dengan maksimal pembiayaan sebesar Rp 150.000.000,- (seratus lima puluh juta rupiah). Selama proses pelaksanaannya, BSI

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menentukan besaran cicilan berdasarkan yang telah disetujui bersama nasabah serta mengabaikan fluktuasi harga emas di pasar. Dalam artian, saat terjadi kenaikan nilai pasar logam mulia emas tidak akan menyebabkan adanya kenaikan harga cicilan.

Produk investasi emas dengan model cicilan merupakan produk kepemilikan secara individu. Emas merupakan produk barang yang berasal dari PT. Antam Persero, toko emas ataupun berasal dari individu yang bekerjasama dengan beberapa pihak seperti perbankan. Bank Syariah Indonesia merupakan lembaga perbankan yang memberikan kesempatan kepada nasabah untuk memiliki emas batangan dengan cara dicicil. Harga pembelian emas ditentukan diawal akad dengan menggunakan akad murabahah dan menggunakan model jaminan dengan akad rahn (gadai). Pengikat jaminan disimpan dibank selama proses pembiayaan berlangsung hingga jatuh tempo pelunasan dan jaminan tidak dapat ditukar dengan benda lainnya.

PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) meluncurkan dua fitur baru pengajuan pembiayaan melalui BSI Mobile yakni pembiayaan BSI OTO dan pembiayaan BSI Cicil Emas.⁶² Pada aplikasi mobile banking fitur ini terbaru yang terdapat pada Investasi emas. Melalui fitur ini, pembeli dapat membeli emas dengan cara mencicil setiap bulannya dengan harga emas yang tetap sehingga tidak perlu khawatir

⁶² <https://www.antaranews.com/berita/3383901/bsi-luncurkan-fitur-pembiayaan-via-bsi-mobile>



jika harga emas fluktuatif. Akad murabahah adalah akad jual beli dimana bank sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli dengan ketentuan adanya keuntungan (margin) yang telah disepakati diawal oleh kedua belah pihak.

Harga perolehan emas ditentukan pada saat akad menggunakan Murabahah (dibawah tangan) dengan pengikatan agunan dengan menggunakan akad rahn (gadai). Pengikat jaminan dilakukan selama pembiayaan sehingga jaminan disimpan di bank dan tidak dapat ditukar dengan agunan lain. BSI dapat membiayai jenis emas batangan dengan berat minimal 5 gram hingga 250 gram. Produk Cicil Emas memiliki beberapa keunggulan yaitu Tarif lebih kompetitif, Lebih ringan dari Produk Cicil Emas lainnya, Emas diasuransikan, Layanan Profesional, dan Likuid (Dapat diuangkan dengan cara diuang atau digadai).

Produk BSI Cicil Emas menyediakan emas lantakan (batangan) dengan minimal jumlah gram adalah 5 gram untuk membantu nasabah membiayai pembelian atau kepemilikan emas berupa lantakan dengan cara mudah dan menguntungkan. Jaminan cicilan adalah berupa barang yang menjadi objek pembiayaan (emas) yang pengikatan fisiknya disimpan di Bank selama masa pembiayaan yang tidak dapat ditukar agunan lain. Cicil Emas BSI membantu nasabah untuk memiliki emas dengan mudah yakni cukup menyisihkan dana mulai Rp 15.000 perhari. Harga atau cicilan emas tidak berubah (flat) sampai masa cicilan selesai pada saat jatuh tempo.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pembayaran Produk BSI cicil emas bisa secara berangsur dalam jumlah yang sama setiap bulan dengan pilihan jangka waktu mulai dari 1 (satu) tahun hingga 5 (lima) tahun. Pelunasan pembiayaan dapat dipercepat paling cepat 1 (satu) tahun. Uang muka cicil emas minimal 20% dari harga emas dan dibayar secara tunai kepada bank.⁶³ Uang muka tersebut harus berasal dari dana nasabah pribadi (*self financing*) tidak boleh berasal dari pembiayaan Bank. Adapun Plafond pembiayaannya cicil emas paling besar 80% dari harga emas lantakan (batangan) dengan jumlah pembiayaan maksimal adalah Rp150.000.000,- (seratus lima puluh juta rupiah).

Proses pelunasan sebelum jatuh tempo diatur sebagai berikut : dapat dilakukan setiap saat sesuai jam operational Bank. Nasabah wajib membayar sisa pokok pembiayaan dan sejumlah margin dengan menggunakan dana nasabah yang bukan berasal dari penjualan agunan emas. Nasabah dapat diberikan diskon margin atas pelunasan sebelum jatuh tempo namun tidak diperjanjikan dalam akad.

Persyaratan pembiayaan Cicil Emas

Melakukan aktivitas investasi emas pada BSI mobile yang perlu dipahami adalah pengenalan terhadap prosedur tahapan penggunaan aplikasi ini. Berkaitan dengan proses pembukaan, persyaratan, tata cara pembelian, penjualan, pengiriman emas. Adapun penjelasan terkait mekanisme dalam proses penggunaan fitur ini Berkaitan dengan proses pembukaan, persyaratan, tata cara pembelian,

Jefik Zulfikar Hafizd. "Investasi Emas dalam Perspektif Hukum Islam", *Jurnal: J-HES Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Volume 5, Nomor. 2, 2021, hlm 99.



penjualan, langkah pertama sebelum melakukan investasi emas pada BSI yaitu mempunyai Rekening BSI Terlebih Dahulu, yang bertujuan sebagai tempat menyimpan dana dan berguna untuk mengakses BSI mobile.

Proses pembukaan rekening e-mas

Adapun tata cara pembukaan rekening e-mas pada aplikasi mobile adalah :

- 1) Masuk kedalam aplikasi BSI mobile dan pilih fitur e-mas.
- 2) Pada pembukaan rekening emas, Nasabah akan diberikan pilihan untuk melakukan registrasi data NPWP, data tersebut memiliki dampak pada besar pajak yang dikenakan dalam melakukan transaksi beli atau jual emas. Menurut PPH pasal 22 untuk pembelian emas bagi yang mempunyai NPWP dikenakan tarif 0,45 % dari harga total pembelian emas sedangkan nasabah yang non NPWP dibebankan biaya PPH 0,9 % dari total pembelian emas
- 3) Mengisi Formulir pendaftaran dengan menyetujui syarat dan ketentuan, pilih setoran awal berdasarkan nominal rupiah atau berat emas, dan biaya administrasi tahunan sebesar Rp 24.000 dibayarkan pada saat pembukaan rekening
- 4) Nasabah akan mendapat nomor rekening emas sebagai tanda bahwa pembukaan tabungan e-mas berhasil di buat.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 2.1
Daftar Produk Cicil Emas Di Mobile Banking



Informasi Produk Cicil Emas

Harga LM ANTAM 10 Oct 2024

Jenis Emas	Gram	Harga	Available / not
Reguler	1	Rp 1.476.683	Available
Reguler	2	Rp 2.893.215	Available
Reguler	3	Rp 4.314.760	Available
Reguler	5	Rp 7.157.850	Available
Reguler	10	Rp 14.260.563	Available
Reguler	25	Rp 35.525.593	Available

Sumber : BSi Mobile

Pada gambar 2.1 di atas merupakan harga emas pada tanggal 10 Oktober 2024, harga tersebut merupakan harga cicil emas yang ada pada aplikasi Mobile banking BSI. Untuk melakukan perhitungan cicil emas kita bisa langsung memilih jenis emas yang akan kita beli, dimulai dari 1 gram sampai dengan 25 gram tersedia di aplikasi mobile banking. Pada aplikasi ini nasabah juga dapat memilih berapa keping emas yang diinginkan untuk dicicil. Berikut contoh perhitungan cicil emas yang ada di mobile banking BSi:

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 2.2 Contoh Simulasi Pendaftaran Cicil Emas

Simulasi & Pengajuan Cicil Emas

Setiap Tanggal 25

Kode Promo

Masukan kode promo (jika ada)

Hitung

Harga Beli Emas	Rp 28.521.126
Margin Murabahah	Rp 2.263.180
Harga Jual Emas	Rp 30.784.306
Uang Muka	Rp 5.704.225
<small>(i) Anda dapat mengubah nominal Uang Muka</small>	<small>Rp 22.816.901</small>
Pembiayaan Cicil Emas	Rp 22.816.901
Kewajiban per Bulan	Rp 1.045.003
Biaya Admin	Rp 57.042
Biaya Materai	Rp 10.000

Total Biaya yang Harus Disediakan
di Rekening Rp 5.771.267

Total Penghasilan Nasabah

Rp 10.000.000

Total pendapatan yang saya input telah sesuai

Sumber : BSi Mobile

Pada gambar 2.2 di atas merupakan perhitungan pembiayaan cicil emas pada aplikasi mobile banking BSI. Perhitungan diatas merupakan simulasi untuk cicil emas.

Faktor yang mempengaruhi minat cicil emas

Minat pada hakekatnya minat merupakan sebab akibat dari pengalaman. Minat berkembang sebagai hasil daripada suatu kegiatan dan akan menjadi sebab akan dipakai lagi dalam kegiatan yang sama. Adapun faktor yang mempengaruhi minat beli cicil emas yaitu :



1. Asset yang bisa dipegang

Emas dapat disimpan dengan baik di safe deposit box di bank, brankas, atau tempat rahasia dalam rumah. Dan emas ini dapat digunakan sewaktu-waktu ketika sedang memerlukan kebutuhan yang mendadak dan saat krisis keuangan melanda.

2. Terjangkau oleh semua kalangan

Keunggulan Produk Cicil Emas BSI

Keunggulan produk cicil emas diantaranya sebagai berikut⁶⁴:

1. Angsuran tetap dan ringan (kenaikan harga tidak mempengaruhi cicilan)
2. Emas aman disimpan di bank dan asuransikan
3. Sebagai instrumen lindung nilai aset
4. Cara mudah untuk memulai investasi emas.

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Hasil Penelitian Terdahulu

Hak Cipta Dijindung Undang-Undang	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian	Persamaan Penelitian
<p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:</p> <ol style="list-style-type: none"> Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau. 	<p>Riska Dea Irahayani, 2021, Jurnal Ilmiah, "Pengaruh Penggunaan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Generasi Milenial Yang Menjadi Nasabah di Bank Konvensional (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna M-Banking di Universitas Yang Ada di Malang)"⁶⁵</p>	<p>Hasil Penelitian menunjukkan variabel persepsi kemudahan dan persepsi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah.</p>	<p>Perbedaan Tempat penelitian dengan yang penulis lakukan dan variabel yang digunakan.</p>	<p>Pada penelitian ini mengukur tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan fitur Mobile Banking.</p>
<p>2</p>	<p>Achmad Febrianto, M.E, Fikri Ahmad Ghani,2023, <i>Benefits Of Investment In Gold Through Bsi Cicil Emas Financing Products For The Long Term</i>. Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Vol 7⁶⁶</p>	<p><i>There are several reasons why someone invests, among others: first, to get a better and decent life in the future. A person will definitely try to maintain his income level in order to get a better life.</i></p>		
<p>3</p>	<p>Hadi, Syamsul dan Novi, 2019, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking. Jurnal Ekonomi dan Bisnis OPTIMUM, Vol.5 No.1.,⁶⁷</p>	<p>Hasil penelitian ini adalah Pengukuran kemanfaatan tersebut dilihat berdasarkan frekuensi penggunaan aplikasi yang dijalankan. Oleh karena itu tingkat kemanfaatan Mobile Banking akan</p>	<p>Perbedaan Tempat penelitian dengan yang penulis lakukan dan perbedaan variabel yang digunakan.</p>	<p>Sama-sama untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan Mobile Banking.</p>

Riska Dea Irahayani, "Pengaruh Penggunaan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Generasi Milenial Yang Menjadi Nasabah di Bank Konvensional (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna M-Banking di Universitas Yang Ada di Malang), *Jurnal Ilmiah*, 2021,

Achmad Febrianto, M.E, Fikri Ahmad Ghani, "Benefits Of Investment In Gold Through Bsi Cicil Emas Financing Products For The Long Term", *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan* Volume 7, 2021, h. 12.

Syamsul Hadi dan Novi,"Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis OPTIMUM*, Volume 5, Nomor 1, 2019, h. 22

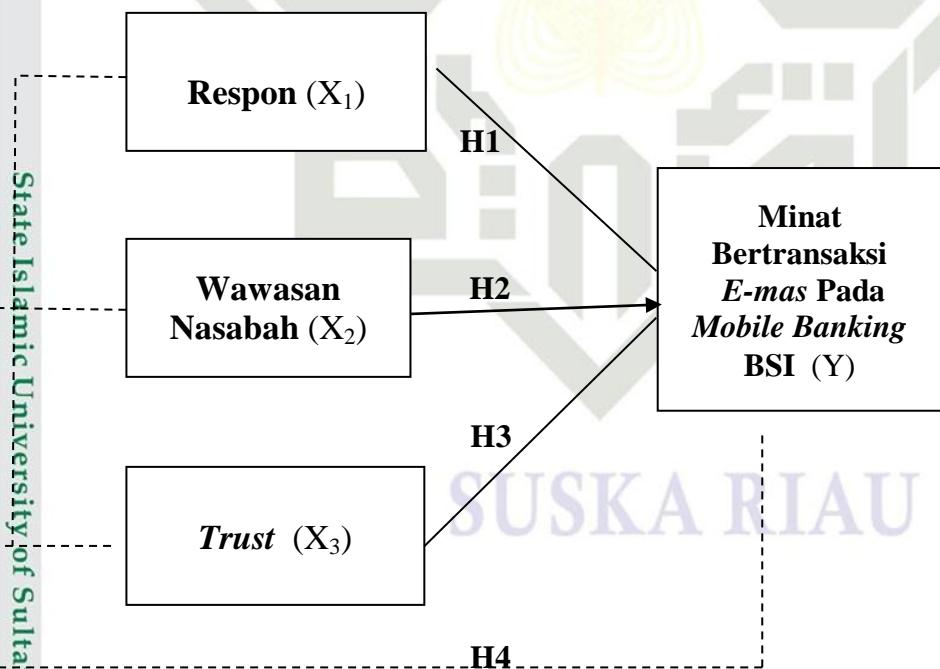
No	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian	Persamaan Penelitian
1	Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.	Hapsara , Radityo febri,dkk, 2018, "Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi pada nasabah Bank BRI Kantor Cabang Solo Kartasura)" skripsi universitas muhammadiyah surakarta, ⁶⁸	mempengaruhi sikap nasabah terhadap sistem tersebut.	
2		Hasil penelitian ini adalah Kegunaan, Kemudahan, Resiko Dan Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i> .	Perbedaan Tempat penelitian dengan yang penulis lakukan dan variabel yang digunakan.	Kepercayaan menunjukkan bahwa salah satu faktor yaitu kegunaan atau manfaat berpengaruh terhadap penggunaan <i>Mobile Banking</i> .
3		Shanker, M. Organizational Citizenship Behavior and Organizational Commitment in Indian Workforce. Journal of Psychosocial Research, 11(2), 2016	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa usefulness (kegunaan atau manfaat) berpengaruh positif pada sikap penggunaan <i>Mobile Banking</i> di India.	Penelitian ini menunjukkan kegunaan dan manfaat pada penggunaan <i>Mobile Banking</i> .
4		Aladwani, dkk, 2019, A. Developing and Validating an Instrument for Measuring User Perceived Web Quality. Information and Management, 39 (6),	Hasil penelitian ini adalah bahwa kepercayaan adalah kunci tantangan masa depan transaksi perbankan online, karena transaksi tersebut tidak memiliki kehadiran fisik dari cabang fisik, serta interaksi tatap muka antara personil Bank dengan nasabah.	Perbedaan variabel yang digunakan dengan penulis.
5		Ibnu Rusyidi, dkk 2023, JSEF, "Mekanisme E-Emas Pada Bsi Mobile Sebagai Media Investasi Modern (Studi Kasus Di Bank Syariah Indonesia Kcp Jatibarang)"	Upaya yang dilakukan BSI KCP Jatibarang untuk menarik nasabah terutama generasi millenial untuk berinvestasi menggunakan fitur emas yaitu : digital marketing, melakukan	Sama-sama mengukur tingkat kepercayaan nasabah tentang transaksi perbankan online (<i>Mobile Banking</i>)

⁶⁸ Hapsara , Radityo febri,dkk, "Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi pada nasabah Bank BRI Kantor Cabang Solo Kartasura)" skripsi universitas muhammadiyah surakarta , 2018.

Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian	Persamaan Penelitian
Hak Cipta milik UIN Suska Riau	sosialisasi, mendorong nasabah untuk membeli produk yang masih berhubungan dengan produk awal yang nasabah pilih		

Kerangka Pikir

Gambar 2.2
Pengaruh Respon, Wawasan Nasabah, dan Trust Terhadap Minat Bertransaksi Pada Aplikasi E-mas Mobile Banking BSI
(Studi Kasus Pada Guru Komplek Perguruan Muhammadiyah Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru)



Hak Cipta Dilindungi Undang Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Hipotesis Penelitian

© Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
melalui data yang terkumpul.⁶⁹ Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang akan diteliti. Berdasarkan permasalahan, landasan analisa teori yang dipaparkan sebelumnya, Maksudnya, hipotesis adalah proposisi atau dugaan yang kebenarannya terbukti secara tentatif menerangkan fakta-fakta atau fenomena tertentu dan juga merupakan jawaban yang memungkinkan terhadap suatu pertanyaan riset. Maka dapat disusun suatu hipotesa yang harus dibuktikan secara empiris sebagai berikut :

Ha₁ : Terdapat Pengaruh Positif Dari Faktor Respon (X1) Terhadap Minat Bertransaksi *E-Mas* Pada *Mobile Banking* BSI (Y)

Ha₂ : Terdapat Pengaruh Positif Dari Faktor Wawasan Nasabah (X2) Terhadap Minat Bertransaksi *E-Mas* Pada *Mobile Banking* BSI (Y)

Ha₃ : Terdapat Pengaruh Positif Dari Faktor Respon, Wawasan Nasabah, Trust (X4) Terhadap Minat Bertransaksi *E-Mas* Pada *Mobile Banking* BSI (Y)

Ha₄ : Terdapat Pengaruh Positif Dari Faktor Respon, Wawasan Nasabah, Trust (X4) Terhadap Minat Bertransaksi *E-Mas* Pada *Mobile Banking* BSI (Y)

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Tabel 2.2
Definisi Operasional Variabel

Hak Cipta Dijindungi Undang-Undang	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.	Respon (Tanggapan) (X1)	Hasil atau kesan yang didapat (ditinggal) dari pengamatan tentang subjek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan-pesan	- Pengaruh atau penolakan - Penilaian - Suka atau tidak suka - Positif atau negatif terhadap suatu objek. ⁷⁰	Likert
	Wawasan Nasabah (X2)	Hasil dari kegiatan mengetahui berkenaan dengan sesuatu obyek (dapat berupa sesuatu hal atau peristiwa yang dialami subyek)	- Memahami (<i>comprehension</i>) - Analisis (<i>analysis</i>) - Sintesis (<i>synthesis</i>) - Evaluasi (<i>evaluation</i>)	Likert
	Trust (Kepercayaan) (X3)	Keinginan untuk mempercayai Pihak lain dimana dia saling berhubungan atau harapan seseorang bahwa kata-kata pihak lain dapat dipercaya.	- Integritas (<i>Integrity</i>) - Kemampuan (<i>Ability</i>) - Kebaikan (<i>Benevolence</i>) ⁷¹	Likert
	Minat bertransaksi <i>E-mas</i> pada <i>Mobile Banking</i> BSI (Y)	Penggunaan fitur <i>Mobile Banking</i> adalah Tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerjanya atau dapat mempermudah.	- Efisiensi Waktu - Kemampuan melakukan transaksi - Kemudahan Operasional Fleksibel	Likert

1. Saifuddin Azwar, *Sikap Manusia Teori Dan Pengukurannya Respon*, (Bandung: Bina Cipta, 2011), h. 17

⁷¹ Ferry Albizar, et al., "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Mikro Pada Bank", *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Nomor 2, Volume 14 tahun 2013, h. 9.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, dilihat dari pengumpulan data-datanya termasuk dalam penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran).⁷² Jenis penelitian kuantitatif lebih menekankan atau menitikberatkan pada gejala-gejala yang memiliki karakteristik tertentu di dalam kehidupan manusia yang disebut dengan variabel. Sedangkan pendekatan penelitian ini termasuk ke dalam jenis metode penelitian deskriptif kuantitatif.

Metode penelitian deskriptif kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan, menjelaskan, meringkaskan berbagai kondisi, situasi, fenomena, serta berbagai variabel penelitian menurut kejadian sebagaimana adanya dan dapat diungkapkan melalui bahan-bahan dokumenter.⁷³

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Komplek Perguruan Sekolah Muhammadiyah Srikandi. Serta waktu penelitian dilakukan dari tanggal 20 Agustus 2024 -November 2024.

⁷²V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami*, (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2014), h. 39.

⁷³Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana Prenada, 2015), h. 48-49.

C. Sumber Data

© Hak Cipta Diilindungi Undang-Undang

Dalam menjawab sebuah rumusan masalah, dibutuhkan data dari berbagai sumber. Data sendiri dapat diartikan sebagai sekumpulan informasi atau angka dari hasil pencatatan suatu kejadian atau informasi yang digunakan dalam menjawab sebuah penelitian. Sedangkan sumber data penelitian sumber subjek dari tempat dimana sumber itu bias didapatkan atau mengenai dari mana data itu diperoleh.

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dengan cara langsung dari sumbernya.⁷⁴ Adapun data primer dalam penelitian ini, yaitu bersumber langsung dari para guru atau tenaga pengajar di Komplek Perguruan Muhammadiyah Srikandi. Penulis mendapatkan informasi yang diinginkan dengan cara mengajukan daftar pertanyaan berupa angket yang mana setiap pertanyaan sudah disediakan jawaban untuk dipilih oleh responden.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan peneliti dari sumber yang sudah ada.⁷⁵ Data ini biasanya berasal dari data penelitian lain yang dilakukan oleh lembaga atau organisasi, antara lain seperti

⁷⁴ Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2006).h.129

Ibid

⁷⁵ Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2006).h.129

dokumen-dokumen resmi, buku-buku, hasil penelitian yang berwujud laporan atau sebagainya. Adapun data sekunder dalam penelitian ini, didapatkan dari beberapa sumber sebagai berikut:

Buku-buku penelitian dan statistik

Buku-buku ekonomi syariah, pengantar teori ekonomi serta buku-buku lain khususnya terkait teori-teori yang ada dalam penelitian.

Jurnal penelitian, artikel serta data-data statistik yang memuat permasalahan dalam penelitian.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek atau individu yang akan diteliti; memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap.⁷⁶ Populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, peristiwa, atau hal minat yang ingin diselidiki oleh peneliti.⁷⁷ Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh guru dan karyawan di komplek perguruan Muhammadiyah kecamatan Binawidya yang berjumlah 73 orang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih dengan cara tertentu yang mewakili karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap mewakili populasi. Sampel adalah subkelompok atau sebagian dari populasi. Dengan demikian sampel merupakan bagian dari populasi

⁷⁶Johar Arifin, *Statistik Bisnis Terapan dengan Microsoft Excel 2007*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2008), h. 69

⁷⁷Uma Sekaran, *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Terj. Kwan Men Yon, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), h. 121

yang diambil dengan menggunakan teknik atau metode tertentu untuk diteliti dan dibentuk gagasan atau kesimpulan terhadap populasi.

Teknik pegambilan sampel dalam penelitian ini adalah total sampling. Total sampling adalah teknik pengambilan sampel dimana jumlah sampel sama dengan populasi. Alasan penulis mengambil total sampling karena menurut Sugiyono, jumlah populasi yang kurang dari 100, seluruh populasi dijadikan sampel penelitian semuanya.⁷⁸ Maka jumlah sampel penelitian ini yaitu sebanyak 73 orang dengan teknik total sampling. Sehingga berdasarkan teknik total sampling tersebut semua populasi diteliti.

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Lichtman dalam Darwyan Syah, teknik pengumpulan data adalah suatu cara untuk mengetahui sesuatu, dimana seorang peneliti melakukan sebuah pengumpulan dan menginterpretasi informasi yang diperoleh dari manusia dengan menggunakan mata atau telinga sebagai penyaring.⁷⁹

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan keterangan yang diperlukan. Adapun yang menjadi teknik dalam pengumpulan data pada penelitian ini yaitu:

1. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan

⁷⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2012), h.30.

⁷⁹ Darwyan Syah, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Jakarta: Haja Mandiri, 2017), h.1.

permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.⁸⁰ Dalam hal ini penulis akan melakukan wawancara langsung kepada para guru dan karyawan di komplek perguruan muhammadiyah binawidya yang telah menggunakan aplikasi Emas pada mobile banking BSi.

Angket (kueisioner)

Kuesioner yaitu suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan-pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan tanggapan atas daftar pertanyaan tersebut.⁸¹ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kueisioner (angket) sebagai media untuk menyebarkan pertanyaan cara mengajukan pertanyaan tertulis untuk dijawab secara tertulis pula oleh responden. Didalam kuesioner ini, penulis memakai pernyataan tertutup, dimana pernyataan tertutup ini responden memilih salah satu atau lebih dari kategori-kategori spesifik yang telah ditetapkan oleh peneliti.⁸²

Dari instrumen ini diharapkan peneliti mendapatkan data yang valid, sehingga dapat menjawab serta menguji hipotesis yang telah dibuat sebelumnya.

3. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan sebagai tambahan data yang diperoleh oleh peneliti, didapatkan melalui dokumen-dokumen seperti gambar, foto

⁸⁰ Kasmadi dan Nia Siti Sunariah, *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2016), h.70.

⁸¹ Husein Umar, *Metode Penelitian Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), h. 1

⁸² ibid

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan lain sebagainya terkait dengan masalah yang diteliti. Untuk melengkapi data yang ada, peneliti juga menggunakan buku-buku dan beberapa referensi lain yang relevan dengan penelitian.

Teknik Analisis Data

Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Peneliti memperoleh data dari kuesioner yang disebar kepada 73 orang responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini. Data yang diperoleh selanjutnya akan diproses menggunakan SPSS versi 26. Tujuan dari analisis data dalam penelitian kuantitatif adalah untuk menemukan makna dibalik data yang berasal dari pengakuan subjek pelakunya. Adapun langkah-langkah yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Analisis Deskriptif

Deskriptif statistik adalah metode-metode yang berkaitan dengan pengumpulan dan penyajian suatu gugus data sehingga dapat memberikan informasi yang berguna. Dengan deskriptif statistik, kumpulan data yang diperoleh akan disajikan secara ringkas dan rapi serta dapat memberikan informasi inti dari kumpulan data yang ada.

Data dari kuesioner yang telah diisi oleh responden kemudian akan direkapitulasi, menyangkut semua variabel diteliti. Kemudian data tersebut akan direkap dalam bentuk tabel untuk diinterpretasikan kembali agar dapat ditarik kesimpulan.

Pengukuran variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian ini diatur dengan skala likert. Skala ini mengukur tingkat persetujuan atau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengkopip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ketidak setujuan responden terhadap rangkaian pertanyaan yang mengukur suatu objek⁸³ dengan skala penilaian (skor) 1 sampai 5, varian jawaban untuk masing-masing item pertanyaan sebagai berikut:

Tabel 3.1
Skala Pengukuran

Kategori	Skor
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

2. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa tepat instrumen atau kuesioner yang disusun mampu mendeskripsikan kebenaran dari variabel penelitian. Metode yang digunakan dalam uji ini adalah korelasi *product moment*, yaitu dengan menghitung korelasi antara skor item pertanyaan dengan skor total.

Suatu instrumen dikatakan valid jika nilai koefisien korelasi r hitung $\geq r$ tabel⁸⁴ begitu pula sebaliknya. Taraf signifikan yang digunakan peneliti adalah 5% dari jumlah sampel yang ada.

3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dalam suatu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kevaliditasnya sehingga dapat menghasilkan data yang benar-benar sesuai dengan kenyataan. Instrumen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

h. 81. Istijanto, *Riset Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006),

Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), Ed. Ke-2, Cet. ke-3 h. 236.

yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.⁸⁵^r

Peneliti melakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *cronbach's alpha*. Suatu instrument dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *cronbach's alpha* $> 0,60$. Jika nilai reliabilitas kurang dari 0,6 maka nilainya kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima, dan $> 0,8$ adalah baik.⁸⁶

4. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Sebaran Data

Uji ini dilakukan untuk memeriksa apakah nilai Variabel terikat X_1 , X_2 berdistribusi normal terhadap nilai Variabel bebas Y. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal. Uji normalitas yang digunakan roleh peneliti adalah dengan menggunakan Kolmogorov – Smirnov, histogram dan normal P-P Plot.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dilakukan untuk melihat apakah ada keterkaitan antara hubungan yang sempurna antara variable-variabel independen. Jika didalam pengujian ternyata diperoleh kesimpulan bahwa antara variable independent tersebut saling terikat, maka pengujian tidak dapat dilakukan ke tahap selanjutnya karena koefisien regresi variabel tidak dapat ditentukan dan nilai standar error menjadi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

⁸⁵Sugiyono, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.*, (Bandung: CV Alfabeta, 2016) h. 121.

⁸⁶Dwi Priyatno, *5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS 17*, (Yogyakarta: ANDI, 2009), h. 172.



tidak terhingga. Untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $< 0,10$ dan VIF < 10 .

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat varian residual yang tidak sama dari satu observasi ke observasi lainnya. Model regresi yang baik adalah model yang tidak heteroskedastisitas.⁸⁷

Kemungkinan terjadinya gejala heteroskedesitas dapat dilakukan dengan menggunakan diagram *Scatterplot* dimana sumbu x merupakan residual dan sumbu y merupakan nilai yang diprediksi. Jika pada grafik tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik tersebar diatas dan dibawah sumbu 0 (nol) pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedesitas pada suatu model regresi.

5. Analisis Regresi Linear

Uji linieritas ini dimaksudkan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan secara langsung antara variabel bebas dengan variabel terikat serta untuk mengetahui ada atau tidak perubahan pada variabel X diikuti dengan perubahan variabel Y. Pengaruh variabel bebas dan variabel terikat dikatakan berpengaruh linear bila kenaikan skor variabel bebas diikuti oleh kenaikan variabel terikat. Untuk mengetahui hal tersebut, kedua variabel harus diuji dengan F pada taraf signifikansi 5%. Rumus yang dipakai adalah:

Ibid., h. 160

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



$$F_{reg} = \frac{RK_{reg}}{RK_{res}}$$

Penjelasan: F_{reg} = harga bilangan F untuk garis regresi
 RK_{reg} = rerata kuadrat garis regresi
 RK_{res} = rerata kuadrat residu⁸⁸

Hasil Fhitung dikonsultasikan dengan F_{tabel} dengan taraf signifikansi 5%. Apabila F_{hitung} lebih kecil atau sama dengan F_{tabel} , berarti hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat adalah linier. Sebaliknya, jika F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} berarti hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat adalah nonlinier.

Poin yang harus diperhatikan dalam analisis ini yaitu menyebutkan dan menerangkan arti dari:

- Nilai R^2 . Nilai R^2 mempunyai range 0 sampai ≤ 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Semakin besar nilai R^2 (mendekati satu) maka semakin baik hasil regresi tersebut. Apabila semakin mendekati nol maka variabel tidak bisa menjelaskan variabel terikat.

Dalam penelitian ini, peneliti juga memakai uji koefisien korelasi untuk mengetahui seberapa kekuatan hubungan antara variabel dependent dengan variabel independent.

Dengan kriteria derajat hubungan koefisien korelasi adalah sebagai berikut :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Misbahudin dan Iqbal Hasan. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), h.293.

Tabel 3.2
Interval Nilai Koefisien Korelasi dan
Kekuatan Hubungan⁸⁹

No.	Internal Koefisien	Tingkat Hubungan
1	$KK = 0,00$	Tidak ada
2	$0,00 < KK \leq 0,20$	Sangat rendah atau lemah sekali
3	$0,20 < KK \leq 0,40$	Rendah atau lemah tapi pasti
4	$0,40 < KK \leq 0,70$	Cukup berarti sedang
5	$0,70 < KK \leq 0,90$	Tinggi atau kuat
6	$0,90 < KK < 1,00$	Sangat tinggi atau kuat
7	$KK = 1,00$	Sempurna

Nilai signifikansi F harus lebih kecil dari $\alpha = 0,05$.

6. Uji Secara Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel (Y) dengan $\alpha = 0,05$ atau 5%. Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen terhadap dependen. Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka tidak terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen terhadap dependen.⁹⁰

7. Uji Secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05. Jika nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel, maka hal ini menunjukkan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

⁸⁹ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006), h. 44

⁹⁰ Op.Cit., h. 136-137

8. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) menjadi alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi-variasi dependen.

Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 atau 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen (respon, wawasan nasabah dan trust) dalam menjelaskan variasi variabel dependen (minat bertransaksi e-mas pada mobile banking Bsi). Dan begitupun sebaliknya jika nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen (respon, wawasan nasabah dan trust) memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (minat bertransaksi e-mas pada mobile banking BSI).⁹¹

A. Kesimpulan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan pada bab – bab sebelumnya yang membahas pengaruh respon, wawasan nasabah, dan *trust* terhadap minat bertransaksi *e-mas* pada aplikasi *mobile banking* BSI di Komplek Perguruan Muhammadiyah Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru, maka penulis dapat menyusun beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji *t* variabel respon (X1) nilai t_{hitung} sebesar 3,282 dimana angka ini lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,160 sehingga terdapat pengaruh positif antara variabel respon nasabah terhadap minat menggunakan layanan *e-mas* pada aplikasi *mobile banking* BSI di Komplek Perguruan Muhammadiyah Kecamatan Binawidya. Hal ini di pengaruhi oleh pemahaman yang mendetail, penilaian, pengaruh atau penolakan, suka atau tidak suka serta pemanfaatan pada suatu fenomena tertentu pada minat bertransaksi *E-mas* pada aplikasi *mobile banking* BSI di Komplek Perguruan Muhammadiyah Binawidya.
2. Berdasarkan hasil uji *t* variabel wawasan nasabah (X2) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $2,501 >$ dari t_{tabel} yaitu 1,160 sehingga terdapat pengaruh positif faktor wawasan nasabah terhadap minat nasabah untuk menggunakan layanan *e-mas* pada aplikasi *mobile banking* Bank Syariah Indonesia di Komplek Perguruan Muhammadiyah Kecamatan Binawidya. Hal ini dipengaruhi oleh wawasan nasabah atau pengetahuan yang

berkenaan dengan sesuatu obyek (dapat berupa sesuatu hal atau peristiwa yang dialami subyek) kemampuan untuk menjadikan pengetahuan, keputusan, dan tindakan anda menjadi kebiasaan atau gaya hidup.

Berdasarkan hasil uji t variabel *trust* (X3) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $4,466 >$ dari t_{tabel} yaitu 1,160 sehingga terdapat pengaruh positif antara faktor *trust* (kepercayaan) nasabah terhadap minat nasabah untuk menggunakan layanan *e-mas* pada aplikasi *mobile banking* BSI di Komplek Perguruan Muhammadiyah Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru. Dalam hal ini perusahaan harus mengimplementasikan dari kredibilitas perusahaan dan kedulian perusahaan pada nasabah yang ditujukan melalui performance perusahaan pada pengalaman melakukan hubungan dengan nasabah.

4. Berdasarkan hasil uji f antara variabel respon, wawasan nasabah, dan *trust* terhadap minat bertransaksi *e-mas* pada *mobile banking* BSI di komplek perguruan Muhammadiyah binawidya Kota Pekanbaru diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $80,823 > F_{tabel}$ yaitu 2,740 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat Pengaruh Respon (X1), Wawasan Nasabah (X2), dan *Trust* (X3) secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Terhadap Minat Bertransaksi *E-mas* Pada Aplikasi *Mobile Banking* BSI di Komplek Perguruan Muhammadiyah Kecamatan Binawidya.

B. Saran

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan dan kekurangan yang perlu diperhatikan. Oleh karena itu, diharapkan bahwa keterbatasan dan kekurangan dalam penelitian ini dapat menjadi masukan untuk perbaikan di

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

masa depan. Berdasarkan dari hasil kesimpulan yang penulis tuangkan di atas

dengan segala kekurangan dan keterbatasan baik ilmu maupun pengalaman

penulis maka saran-saran yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah

sebagai berikut:

1. Kepada BSI hendaknya melakukan evaluasi dan perbaikan dalam layanan yang diberikan khususnya pada respon yang cepat, tanggap dan informasi yang jelas kepada nasabah, sehingga nasabah merasa nyaman dan percaya terhadap pembiayaan cicil emas melalui *mobile banking*. Dan lebih meningkatkan dan mempertahankan kepercayaan nasabah terutama nasabah produk cicil emas dengan selalu menjaga kualitas pelayanan terbaik untuk nasabah.
2. Kepada para guru dan karyawan di Komplek Perguruan Muhammadiyah Binawidya untuk terus menjaga budaya keislaman khususnya dalam berinvestasi sebagai alternatif yang baik untuk mengantisipasi kemungkinan resiko yang terjadi, dan memberikan pembelajaran bagi orang lain akan pentingnya hal tersebut. Menjaga kepercayaan dalam diri tentang kebermanfaatan investasi emas serta keyakinan terhadap perbankan syariah dan dapat memberikan perubahan yang lebih baik lagi pada kehidupan.
3. Kepada penulis selanjutnya, disarankan untuk menggunakan lebih banyak literatur pendukung guna memperkuat landasan teoritis dan metodologi penelitian. Hal ini dapat meliputi aspek-aspek seperti yang berhubungan dengan respon, wawasan nasabah dan kepercayaan terhadap produk cicil



emas. Dengan demikian, penelitian selanjutnya dapat memberikan pemahaman yang lebih holistik dan mendalam terkait peningkatan minat cil emas.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Alfa Anggriawan Setyo Wibowo. 2016. Minat Menggunakan *Mobile Banking* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Untuk Melakukan Transaksi Pembayaran SPP, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, Vol 4, No 2.

1. Dilaung mengakip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Astri Dhiah Maharani. 2010. "Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang", *Jurnal Fakultas Ekonomi*, Universitas Diponegoro.

Bill Stinnet. 2020. *Think Like Your Customer*. Jakarta: Alex Media Komputindo.

Chan, S.-C., & Lu, M.-t. 2004. Understanding Internet Banking Adoption and Use Behavior: A Hong Kong Perspective. *Journal of Global Information Management*, 12.

Davis, Fred D. 2012. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, Vol. 13, No. 3 Sep.

Davis, Perceived usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Tecnology. MS Quarterly (online) Vol. 13 Iss. 3.2011

Dep. Pengembangan Bisnis, *Perdagangan & Kewirausahaan Syariah Pengurus Pusat Masyarakat Ekonomi Syariah (MES), Etika Bisnis Islam*, Jakarta: Gramata Publishing, 2011.

Duwi Piyatno. 2009. *5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS 17*, Yogyakarta: ANDI,

F. Winarni dan G. 2006. *Administrasi Gaji dan Upah*, Yogyakarta: Pustaka Widyatama, cet. Ke-1

Farida Fasfar. 2010. *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu* Jakarta: Ghalia Indonesia.,

Farida Jasfar. 2009. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Terpadu*, Bogor: Ghalia Indonesia.

Firdaus, F. R. 2018. *Tingkat Kepuasan Nasabah dalam Pemanfaatan Fasilitas Electronic Banking di PT Bank Tabungan Negara (Persero) Kantor Cabang Syariah Yogyakarta*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.

Firdaus, Rizky Achmad, and Nur Ifrochah. 2022. "Pengaruh Pengetahuan Investasi Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Politeknik Keuangan Negara Stan Di Pasar Modal." *Jurnal Keuangan Negara dan Kebijakan Publik* 2(1): 16–28.

Firdaus, D. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manuia*, terj. Benyamin molan, Jakarta: PT. Prenhalindo,

Gefen, D. 2002. Customer Loyalty in e-Commerce Settings.pdf.crdownload. *Journal of the Association for Information Systems*, 3(1),

Ghufron A. Mas'adi, 2002. *Fiqh Muamalah Kontekstual*, Jakarta: Raja Grafindo,

Ghufron A. Mas'adi, S. dan Novi. 2015. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis OPTIMUM*. 5(1),

Ghufron A. Mas'adi, Syamsul dan Novi. 2015. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis OPTIMUM*, Vol.5 No.1.,

Hapsara, Radityo febri. 2015. "Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* (Studi pada nasabah Bank BRI Kantor Cabang Solo Kartasura)" skripsi universitas muhammadiyah surakarta.

Husibuan Malayu.S.P. 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: PT Bumi Aksara.

Husein Umar. 2009. *Metode Penelitian Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers,

Imam Kukuh Andrianto, Tri Sudarwanto, Peni Haryanti, Pengaruh Performance, Reliability, And Trust Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna *Mobile Banking* BRI Syariah Kc Jombang, *JIES : Journal of Islamic Economics Studies*, Volume 3 Nomor 2, Juni 2022

Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006

....., *Pokok-pokok Materi Statistik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2005, Ed. Ke-2, Cet. ke-3

..... Nurrahmadi Harish “Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Depok) “. Progam Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah,Jakarta,2017

..... Rianto, *Riset Sumber Daya Manusia*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006

..... Arifin, *Statistik Bisnis Terapan dengan Microsoft Excel 2007*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2008

..... Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, Jakarta: Kencana, 2017

..... Khadijah, & Janrosl. Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Fintech Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Di Kota Batam. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 7(1), 2022

..... Karainen, T., Pikkarainen, K., Karjaluato H., & Pahnila, S.. Consumer Acceptance of Online Banking: An Extension of the Technology Acceptance Model. *Internet Research*. Vol. 14 No. 3: 2004

..... Kotler P, dan Keller, K.L. *Marketing Management*. 15th ed. Pearson, 2016

..... Kotler, Philip dan Keller, Kevin L. *Manajemen Pemasaran*. Ed 12. Jilid 1. Jakarta: Pt Indeks, 2009

..... G.T., & Lee, S. H. Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. *Journal of Market-Focused Management*, 4(4), 1999

..... Nur Rianto Al Arif. *Dasar- Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta. 2010

..... M.B. Hendrieanto, *Pengantar Ekonomi Mikro Islami*, Yogyakarta, Ekonosia, 2003

..... Marihot Tuo Efendi Hariadja, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Grasindo, 2002.

..... Maryanto Supriyono, *Buku Pintar Perbankan*,Yogyakarta: ANDI, 2011

..... Mawey, T.C., Altje L.T.I, dan Imelda W.J.O. Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Sulutgo. *Jurnal EMBA*, Vol.6 No.3, 2018



1. Melayu S. Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta : Bumi Aksara, 2002

2. Michael Armstrong dan Helen Murlis, *Sistem Penggajian*, terj. Rochmulyati Hamzah, Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo, 1998

3. Ibnu Sabahuddin dan Iqbal Hasan. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2013.

4. M. Syaheheriono, *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi Edisi Revisi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014

5. Mohammad Andika Tobuhu, Rizan Machmud, Endi Rahman, Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan M-Banking (Studi Pada Bank BNI Cabang Gorontalo), *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, Vol 5. No 2. September 2022

6. Mokhamad Arwani, dkk, "Peran Karakteristik Individu sebagai Moderator Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Komitmen terhadap Loyalitas (Studi Pada Nasabah Bank Syariah di Kabupaten kudus)", *Jurnal Sosial dan Budaya* 4, no. 2 2011.

7. Muhammad Muslehudin, *Wacana Baru: Manajemen dan Ekonomi Islam*, Yogyakarta: IRCISOD, 2004

8. Murni Anugrah L, *Layanan Jasa Perbankan*, Yogyakarta:KTSP, 2018

9. Nur Komala Wulan Sari, Alisa Sri, and Purnama Putra. 2022. "Analisis Theory Of Planned Behavior Untuk Mengetahui Minat Nasabah Melakukan Gadai Emas Di Bank Syariah." At-Tamwil: *Journal of Islamic Economics and Finance* 1(2): 161–74.

10. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 19/POJK.03/2014 Layanan Keuangan Tanpa Kantor Dalam Rangka Keuangan Inklusif. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5628. Otoritas Jasa Keuangan. Jakarta

11. Putri Dwi Cahyani, "Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta" *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol 6 No 2 Oktober 2016.

12. Putri, Diona.A.A, dan Wahyu Hidayat. 2018. Pengaruh Kualitas Jasa dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada Nasabah Pengguna

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Mobile Banking PT. BRI Cabang Semarang P. *Jurnal Administrasi Bisnis* Departemen Administrasi Bisnis.

Amayati. 2018. Strategi Perbankan Syariah sebagai Solusi Pengembangan Halal Industry di Indonesia. *At-Tawassuth*, Vol. III, No.2,

Rinda Asytuti, dkk, 2013. "Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan terhadap Loyalitas dengan Kepemimpinan Pengurus Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus BMT Bahtera, BTM di Pekalongan dan Kospin Jasa Syariah Cabang Pekalongan)", *Jurnal Penelitian* 10, no. 2.

Panggih Dwi Istiarni. 2014. "Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris : Nasabah Layanan Internet Banking di Indonesia)".

Samsudin. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Bandung: CV Pustaka Setia.

Tri Wahyudi. 2017. *Statistika Ekonomi: Konsep dan Penerapan*, Malang: UB Press.

Shanker. 2016. M. Organizational Citizenship Behavior and Organizational Commitment in Indian Workforce. *Journal of Psychosocial Research*, 11(2).

Sugiyono.2016 .*Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.*, Bandung: CV Alfabeta.

Subharsimi Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Cetakan Ketigabelas. Jakarta, Rineka Cipta,

Sururanto2020. Pengaruh Work From Home Terhadap Kinerja Pada KPPN Nabire KPPN Jayapura DAN KANWIL DJPB Provinsi Papua. *Journal of Research in Business, Economics, and Education*, 2(2),

Sutabri, T. 2016. *Sistem Informasi Manajemen* (Edisi Revisi). Edisi kedua. Cetakan Pertama. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Taqiyudin An-Nabhani. 2009. *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif Perspektif Islam*, Bogor, AlAzhar Press.,

Tatang M. Amrin, 2017. Kepemimpinan yang Amanah, Dinamika Pendidikan, No. I/Th. XIV/ Mei

Tirtawa, Irwan dan Shinta Permata Sari. Analisis Pengaruh Kebermanfaatan, persepsi kemudahan, dan kepercayaan terhadap pengguna *Mobile Banking*. Seminar nasional dan call for paper prgram studi Akuntansi-FEB UMS, 25 Juni 2014

1. Dilarang mengunggah sebagai foto atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber. a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tasmara. 2012. *Membudayakan Etos Kerja Islami*, Jakarta: Gema Insani,

Sekaran. 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Terj. Kwan Men Yon, Jakarta: Salemba Empat,

Reithza Rivai dan Ella Jauvani Sagala. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan edisi kedua*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,

Reithza Rivai. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Victoria. 2013. *Bongkar Rahasia E-Banking Security dengan Teknik Hacking dan Carding*, Yogyakarta: ANDI.

Wahyu Agus Winarno. 2017. Analisis Minat Penggunaan *Mobile Banking* Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi (Analysis Behavioral Intention to Uses of *Mobile Banking* Technology Acceptance Model (TAM) Approach Modified), *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, Volume IV (1).

Wibowo, T. B. 2018. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Nasabah terhadap Layanan M-Banking (Studi Kasus di Mandiri KCP Cibinong City Center)*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah,

Wijaya, O. H., Sudarwanto, T., & Haryanti, P. 2019. Studi Komparasi Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Bank Syariah Melalui Manual Payment dan Electronic Payment (E-Wallet) (Studi di PT. BPRS Lantabur Tebuireng Jombang). *Jurnal Ilmu Pengetahuan; Discovery* Vol. 04 No. 02.

Wiji Nurastuti. 2011. *Teknologi Perbankan*, Yogyakarta: Graha Ilmu,

Yusnaimi. 2010. Pengaruh Kualitas Pelayanan Internet Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Pada Bank Swasta. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, volume 2(1).



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

L A M P I R A N



UIN SUSKA RIAU



**INSTRUMEN PENELITIAN PENGARUH RESPON, WAWASAN
NASABAH, DAN *TRUST* TERHADAP MINAT
BERTRANSAKSI PADA APLIKASI
e-EMAS MOBILE BANKING BSI
(Studi Kasus Komplek Perguruan Muhammadiyah
Kecamatan Binawidya”)**

Biodata Responden

No. Responden : (diisi oleh peneliti)

6 Usia : tahun

Masa Kerja : tahun

Pendidikan terakhir

D-3 D-4 S- 2

S-3

(beri tanda \checkmark pada kotak yang tersedia)

Pendapatan Bulanan Rata-rata :

- < 2 juta

2 Jute - 5 Jute

- 2 Juta - 3 Juta

- 5 iuta - 10 iuta

5

- > 10 Juta

Kuesioner Penelitian

A. Respon Nasabah terhadap Fitur e-Emas

Petunjuk pengisian

Bacalah dengan saksama dan teliti setiap pernyataan dan alternatif jawaban yang tersedia.

Jawablah seluruh pernyataan yang ada

Berikan tanda (✓) pada jawaban yang Bapak/Ibu pilih dengan keadaan yang sebenarnya

Hanya ada satu tanda (✓) pada setiap item pernyataan yang Bapak/Ibu pilih

e. © Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

e. Informasi yang Bapak/Ibu berikan hanya akan dipergunakan dalam proses penelitian dan tidak akan berpengaruh pada status Bapak/Ibu sebagai guru/karyawan.

Penilaian dilakukan terhadap aspek-aspek dalam tabel pada kolom skor.

- 1 : Sangat tidak setuju
- 2 : Tidak Setuju
- 3 : Setuju
- 4 : Sangat Setuju

NO	Variabel	Aspek yang dinilai	SKOR			
			STS	TS	S	SS
Respon Nasabah		a. Saya merasa puas dengan kemudahan dalam hal penggunaan Fitur e-Emas				
		b. Saya merasa aman menggunakan Fitur e-Emas.				
		c. Saya merasa layanan Fitur e-Emas memiliki kecepatan yang baik				
		d. Saya merasa layanan Fitur e-Emas memiliki kualitas layanan pelanggan yang berkualitas				
		e. Saya merasa Fitur e-Emas memberikan harga layanan yang terjangkau				
		f. Saya merasa Fitur e-Emas mudah diakses sehingga dapat sering digunakan				
		g. Saya merasa Fitur e-Emas dapat direkomendasikan sebagai salah satu layanan yang memudahkan				
		h. Saya merasa proses transaksi layanan Fitur e-Emas cepat dan efisien				

B. Kuesioner Wawasan Nasabah Tentang fitur e-Emas

Sebelum mengisi Kuesioner ini apakah anda mengetahui tentang Fitur e-Emas ?

- Ya
- Tidak

Darimana anda mengetahui tentang fitur e-Emas

© Makna Kriptomiik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagai bahan tulis
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Media social

Media Elektronik (TV, Radio, dll)

Rekomendasi dari teman/kerabat/keluarga

Lainnya.....

Penyataan :

NO	Variabel	Aspek yang dinilai	SKOR			
			STS	TS	S	SS
1. Dilarang mengutip sebagai bahan tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber	Wawasan Nasabah	a. Fitur e-Emas memberikan pemahaman tentang cara kerja layanannya.				
		b. Fitur e-Emas memberikan keamanan dalam hal investasi				
		c. Salah satu keuntungan layanan Fitur e-Emas adalah dapat memberikan kemudahan dalam transaksi				
		d. Informasi layanan Fitur e-Emas tersedia dengan baik				
		e. Nasabah dapat dengan mudah menilai transparansi Fitur e-Emas melalui informasi yang diberikan oleh penyedia layanan.				
		f. Fitur e-Emas mudah diakses sehingga dapat sering digunakan				

C. Trust (kepercayaan) Nasabah dalam penggunaan Fitur e-Emas

NO	Variabel	Aspek yang dinilai	SKOR			
			STS	TS	S	SS
1. Dilarang mengutip sebagai bahan tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber	Trust (Kepercayaan) Nasabah	a. Saya merasa layanan Fitur e-Emas sangat dapat diandalkan				
		b. Saya merasa bahwa data pribadi saya aman saat menggunakan layanan Fitur e-Emas				
		c. Layanan Fitur e-Emas memberikan informasi yang jujur dan transparan				
		d. Saya yakin layanan Fitur e-Emas akan memenuhi janji-janji yang				

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau. 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
------------------------------------	---

© Hak cipta milik UIN Sultan Syarif Kasim Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

telah disepakati			
e. Saya merasa aman melakukan transaksi melalui layanan Fitur e-Emas			
f. Layanan Fitur e-Emas memberikan pengalaman pengguna yang positif dan konsisten			
g. Saya merasa Fitur e-Emas memiliki potensi keuntungan jangka panjang			

D. Minat Nasabah dalam penggunaan Fitur e-Emas pada Aplikasi BSi

NO	Variabel	Aspek yang dinilai	SKOR			
			STS	TS	S	SS
	Minat Bertansaksi pada Aplikasi e-Emas Mobile Banking	a. Saya tertarik untuk mencoba bertransaksi menggunakan aplikasi e-Emas Mobile Banking				
		b. Saya merasa bahwa aplikasi e-Emas Mobile Banking menawarkan Fitur yang menarik				
		c. Saya merasa layanan Fitur e-Emas memberikan kenyamanan dalam bertransaksi				
		d. Saya berencana untuk menggunakan layanan aplikasi e-Emas Mobile Banking secara rutin				
		e. Saya percaya aplikasi e-Emas Mobile Banking dapat memenuhi kebutuhan saya				
		f. Saya merasa layanan aplikasi e-Emas Mobile Banking menawarkan fitur yang saya butuhkan				
		g. Saya percaya layanan aplikasi e-Emas Mobile Banking dapat menghemat waktu saya dalam bertransaksi				
		h. Saya percaya layanan aplikasi e-Emas Mobile Banking memiliki reputasi yang baik				
		i. Saya merasa promosi dan informasi mengenai layanan				



UIN SUSKA RIAU

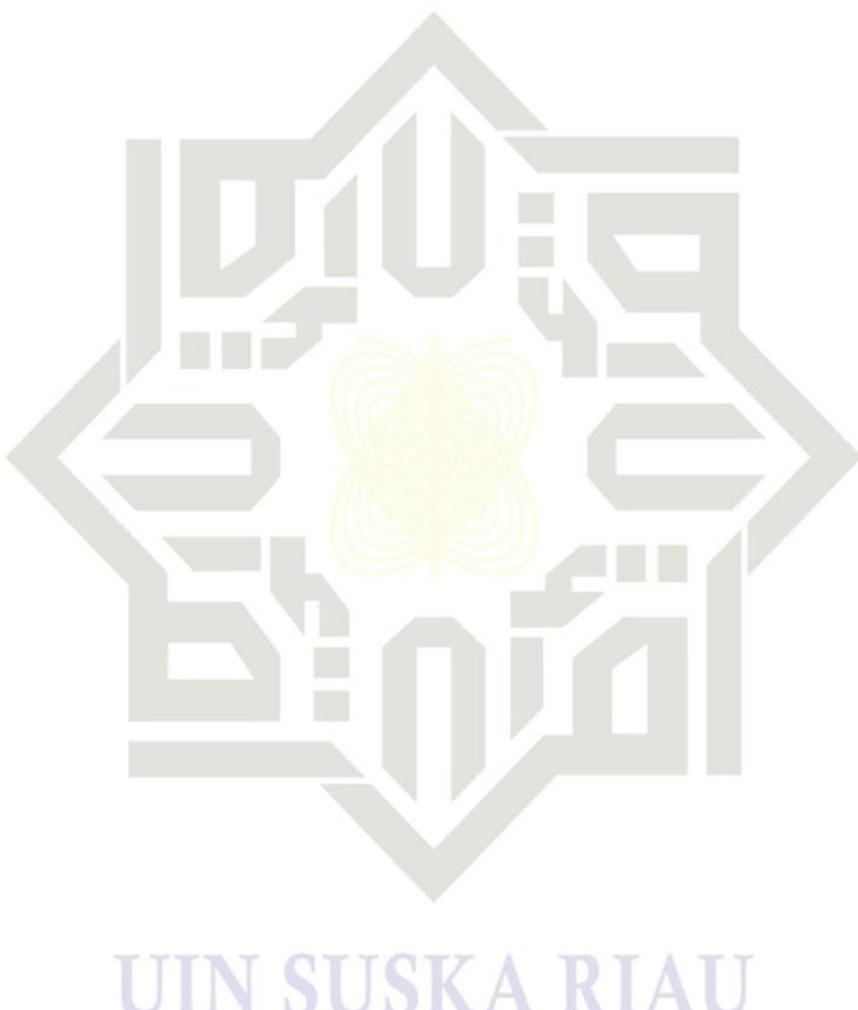
© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengulip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

aplikasi e-Emas Mobile Banking menarik			
j. Saya tertarik untuk mencoba memahami dengan baik layanan aplikasi e-Emas Mobile Banking agar dapat menggunakan dengan maksimal			



A. UJI PRASYARAT ANALISIS

1. Uji Validitas

Hak Cipta

a. Uji Validasi Respon Nasabah (X1)

Correlations										
	Item_A	Item_B	Item_C	Item_D	Item_E	Item_F	Item_G	Item_H	Skor	
Item_A	Pearson Correlation	1	.091	.070	.070	.248*	.172	.273*	.074	.425**
	Sig. (2-tailed)		.446	.558	.553	.035	.145	.019	.534	<.001
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73
Item_B	Pearson Correlation	.091	1	-.011	.313**	.282*	.113	.116	-.003	.410**
	Sig. (2-tailed)	.446		.929	.007	.016	.343	.330	.981	<.001
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73
Item_C	Pearson Correlation	.070	-.011	1	.237*	.283*	.397**	.195	.364**	.562**
	Sig. (2-tailed)	.558	.929		.044	.015	<.001	.098	.002	<.001
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73
Item_D	Pearson Correlation	.070	.313**	.237*	1	.172	.381**	.247*	.341**	.595**
	Sig. (2-tailed)	.553	.007	.044		.145	<.001	.035	.003	<.001
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73
Item_E	Pearson Correlation	.248*	.282*	.283*	.172	1	-.012	.506**	.136	.617**
	Sig. (2-tailed)	.035	.016	.015	.145		.918	<.001	.250	<.001
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73
Item_F	Pearson Correlation	.172	.113	.397**	.381**	-.012	1	-.055	.444**	.484**
	Sig. (2-tailed)	.145	.343	<.001	<.001	.918		.641	<.001	<.001
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73
Item_G	Pearson Correlation	.273*	.116	.195	.247*	.506**	-.055	1	.045	.549**
	Sig. (2-tailed)	.019	.330	.098	.035	<.001	.641		.705	<.001
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73
Item_H	Pearson Correlation	.074	-.003	.364**	.341**	.136	.444**	.045	1	.508**
	Sig. (2-tailed)	.534	.981	.002	.003	.250	<.001	.705		<.001
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73
Skor	Pearson Correlation	.425**	.410**	.562**	.595**	.617**	.484**	.549**	.508**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Correlations								
	Item_A	Item_B	Item_C	Item_D	Item_E	Item_F	Skor	
Item_A	Pearson Correlation	1	.217	.261*	.285*	.149	.276*	.630**
	Sig. (2-tailed)		.065	.026	.014	.209	.018	<.001
	N	73	73	73	73	73	73	73
Item_B	Pearson Correlation	.217	1	.154	.409**	.260*	.404**	.682**
	Sig. (2-tailed)	.065		.192	<.001	.027	<.001	<.001
	N	73	73	73	73	73	73	73
Item_C	Pearson Correlation	.261*	.154	1	-.023	.462**	.148	.556**
	Sig. (2-tailed)	.026	.192		.847	<.001	.210	<.001
	N	73	73	73	73	73	73	73
Item_D	Pearson Correlation	.285*	.409**	-.023	1	-.058	.409**	.570**
	Sig. (2-tailed)	.014	<.001	.847		.626	<.001	<.001
	N	73	73	73	73	73	73	73
Item_E	Pearson Correlation	.149	.260*	.462**	-.058	1	.056	.524**
	Sig. (2-tailed)	.209	.027	<.001	.626		.641	<.001
	N	73	73	73	73	73	73	73
Item_F	Pearson Correlation	.276*	.404**	.148	.409**	.056	1	.615**
	Sig. (2-tailed)	.018	<.001	.210	<.001	.641		<.001
	N	73	73	73	73	73	73	73
Skor	Pearson Correlation	.630**	.682**	.556**	.570**	.524**	.615**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	73	73	73	73	73	73	73

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

4. Dilarang menyampaikan respon yang tidak benar atau tidak relevan dengan pertanyaan.

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Uji Validasi Trust (kepercayaan)(X3)

Correlations

	Item_A	Item_B	Item_C	Item_D	Item_E	Item_F	Item_G	Skor
Item_A	Pearson Correlation	1	.099	.154	.069	.108	.280*	.294*
	Sig. (2-tailed)		.405	.192	.564	.363	.016	.012
	N	73	73	73	73	73	73	73
Item_B	Pearson Correlation	.099	1	.125	.140	.313**	.110	.358**
	Sig. (2-tailed)	.405		.294	.237	.007	.353	.002
	N	73	73	73	73	73	73	73
Item_C	Pearson Correlation	.154	.125	1	-.022	-.044	.630**	.060
	Sig. (2-tailed)	.192	.294		.855	.711	<.001	.616
	N	73	73	73	73	73	73	73
Item_D	Pearson Correlation	.069	.140	-.022	1	.371**	.102	.521**
	Sig. (2-tailed)	.564	.237	.855		.001	.393	<.001
	N	73	73	73	73	73	73	73
Item_E	Pearson Correlation	.108	.313**	-.044	.371**	1	-.262*	.578**
	Sig. (2-tailed)	.363	.007	.711	.001		.025	<.001
	N	73	73	73	73	73	73	73
Item_F	Pearson Correlation	.280*	.110	.630**	.102	-.262*	1	-.130
	Sig. (2-tailed)	.016	.353	<.001	.393	.025		.274
	N	73	73	73	73	73	73	73
Item_G	Pearson Correlation	.294*	.358**	.060	.521**	.578**	-.130	1
	Sig. (2-tailed)	.012	.002	.616	<.001	<.001	.274	
	N	73	73	73	73	73	73	73
Skor	Pearson Correlation	.525**	.545**	.468**	.582**	.574**	.415**	.721**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	73	73	73	73	73	73	73

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Uji Validasi Minat Nasabah (Y)

Correlations

	Item_A	Item_B	Item_C	Item_D	Item_E	Item_F	Item_G	Item_H	Item_I	Item_J	Skor
Item_A	Pearson Correlation	1	.274*	.112	.064	-.016	.064	-.016	.112	.064	-.044
	Sig. (2-tailed)		.019	.347	.589	.895	.589	.895	.347	.589	.714
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
Item_B	Pearson Correlation	.274*	1	.405**	.229	.364**	.229	.364**	.405**	.229	.337**
	Sig. (2-tailed)	.019		<.001	.052	.002	.052	.002	<.001	.052	.004
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
Item_C	Pearson Correlation	.112	.405**	1	.010	.471**	.010	.471**	1.000**	.010	.446**
	Sig. (2-tailed)	.347	<.001		.933	<.001	.933	<.001	.000	.933	<.001
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
Item_D	Pearson Correlation	.064	.229	.010	1	.088	1.000**	.088	.010	1.000**	.061
	Sig. (2-tailed)	.589	.052	.933		.460	.000	.460	.933	.000	.608
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
Item_E	Pearson Correlation	-.016	.364**	.471**	.088	1	.088	1.000**	.471**	.088	.976**
	Sig. (2-tailed)	.895	.002	<.001	.460		.460	.000	<.001	.460	<.001
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
Item_F	Pearson Correlation	.064	.229	.010	1.000**	.088	1	.088	.010	1.000**	.061
	Sig. (2-tailed)	.589	.052	.933		.460	.000	.460	.933	.000	.608
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
Item_G	Pearson Correlation	-.016	.364**	.471**	.088	1.000**	.088	1	.471**	.088	.976**
	Sig. (2-tailed)	.895	.002	<.001	.460	.000	.460		<.001	.460	<.001
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73

Item_H	Pearson Correlation	.112	.405**	1.000**	.010	.471**	.010	.471**	1	.010	.446**	.647**
Item_I	Sig. (2-tailed)	.347	<.001	.000	.933	<.001	.933	<.001	.933	<.001	.933	<.001
Item_J	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
Skor	Pearson Correlation	.252*	.642**	.647**	.603**	.713**	.603**	.713**	.647**	.603**	.679**	1
Skor	Sig. (2-tailed)	.031	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
Skor	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Uji Reliabilitas

a. Uji Reliabilitas Respon Nasabah (X1)

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

Cases	N	%
	Valid	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	73	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.813	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_A	30.63	12.209	.115	.831
Item_B	30.79	10.193	.508	.796
Item_C	30.70	10.380	.529	.793
Item_D	30.73	10.591	.477	.799
Item_E	30.62	10.434	.628	.784
Item_F	30.73	10.591	.477	.799
Item_G	30.62	10.434	.628	.784
Item_H	30.70	10.380	.529	.793
Item_I	30.73	10.591	.477	.799
Item_J	30.63	10.570	.586	.788

1. Dilarang menyampaikan atau sediruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

b. Uji Reliabilitas Wawasan Nasabah (X2)

Case Processing Summary

Cases	Valid	N		%
		73	100.0	
	Excluded ^a	0	.0	
	Total	73	100.0	

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.681	6

Item-Total Statistics

Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_A	17.07	3.398	.474
Item_B	16.90	3.671	.466
Item_C	16.96	3.818	.373
Item_D	16.97	3.694	.408
Item_E	16.99	3.903	.314
Item_F	16.89	3.849	.438

c. Uji Reliabilitas Trust (kepercayaan)(X3)

Case Processing Summary

Cases	N		%
	Valid	73	
	Excluded ^a	0	
Total		73	100.0

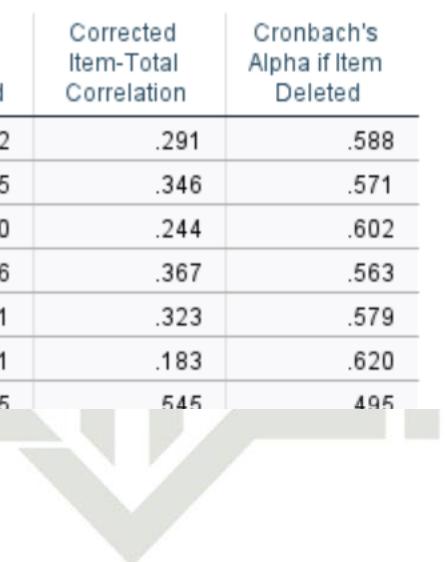
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.613	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_A	20.11	3.682	.291	.588
Item_B	20.08	3.715	.346	.571
Item_C	19.88	3.860	.244	.602
Item_D	20.00	3.556	.367	.563
Item_E	20.07	3.481	.323	.579
Item_F	19.86	3.981	.183	.620
Item_G	20.14	3.175	.545	.495


 UIN SUSKA RIAU

d. Uji Reliabilitas Minat Nasabah (Y)

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

Cases	N	%	
	Valid	73	100.0
	Excluded ^a	0	.0
Total	73	100.0	

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.813	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_A	30.63	12.209	.115	.831
Item_B	30.79	10.193	.508	.796
Item_C	30.70	10.380	.529	.793
Item_D	30.73	10.591	.477	.799
Item_E	30.62	10.434	.628	.784
Item_F	30.73	10.591	.477	.799
Item_G	30.62	10.434	.628	.784
Item_H	30.70	10.380	.529	.793
Item_I	30.73	10.591	.477	.799
Item_J	30.63	10.570	.586	.788

Uji Normalitas

a. Hasil Uji Normalitas Respon Nasabah (X1) dengan Minat Nasabah (Y)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		73
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.36410562
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.047
	Negative	-.073
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.444
	99 % Confidence Interval	
	Lower Bound	.431
	Upper Bound	.457

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Hasil Uji Normalitas Wawasan Nasabah (X2) dengan Minat Nasabah (Y)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		73
Normal Parameters ^{a,b}		.0000000
	Mean	
	Std. Deviation	1.19293312
Most Extreme Differences	Absolute	.103
	Positive	.103
	Negative	-.090
Test Statistic		.103
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.054
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d		.053
	Sig.	
	99% Confidence Interval	
		Lower Bound
		.047
		Upper Bound
		.058

- 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 299883525.

Hasil Uji Normalitas Trust (kepercayaan) (X1) dengan Minat Nasabah (Y)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		73
Normal Parameters ^{a,b}		.0000000
	Mean	
	Std. Deviation	2.18358511
Most Extreme Differences	Absolute	.099
	Positive	.068
	Negative	-.099
Test Statistic		.099
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.074
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d		.072
	Sig.	
	99% Confidence Interval	
		Lower Bound
		.066
		Upper Bound
		.079

- 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 957002199.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan menyebarkan sumber:

2. Dilarang mengumumkan dan menyebarkan sumber:

4. Uji Linieritas

Hasil uji Linieritas Respon Nasabah (X1) dengan Minat Nasabah (Y)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Respon_Nasabah * Minat	Between Groups	(Combined)	436.716	15	29.114	17.986	<.001
		Linearity	395.010	1	395.010	244.019	<.001
		Deviation from Linearity	41.707	14	2.979	1.840	.054
	Within Groups		92.270	57	1.619		
		Total	528.986	72			

Hasil Uji Normalitas Wawasan Nasabah (X2) dengan Minat Nasabah (Y)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Wawasan_Nasabah * Minat	Between Groups	(Combined)	261.386	15	17.426	13.115	<.001
		Linearity	234.661	1	234.661	176.605	<.001
		Deviation from Linearity	26.725	14	1.909	1.437	.167
	Within Groups		75.738	57	1.329		
		Total	337.123	72			

Hasil Uji Normalitas Trust (kepercayaan) (X1) dengan Minat Nasabah (Y)

UJI HIPOTESIS

Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	.783	2.383		.329	.743
	X1	.612	.187	.463	3.282	.002
	X2	.498	.199	.300	2.501	.015
	X3	.282	.192	.161	1.466	.147

a. Dependent Variable: Y

UIN SUSKA RIAU

2. Uji Signifikansi Parameter Parsial (Uji t)
3. Ha Uji Signifikansi Parameter Simultan (Uji f)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	721.118	3	240.373	80.823	<.001 ^b
Residual	205.211	69	2.974		
Total	926.329	72			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.880 ^a	.774	.765	1.740

a. Predictors: (Constant), Trust (X3), Wawasan (X2), Respon (X1)

Berdasarkan table diketahui Adjusted R Square sebesar 0,765. Dengan demikian dapat disimpulkan mana variabel Respon Nasabah (X1), Wawasan Nasabah (X2), dan Trust (kepercayaan) secara bersama-sama



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PASCASARJANA
كلية الدراسات العليا
THE GRADUATE PROGRAMME

Alamat : Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 94 Pekanbaru 28129 Po.BOX. 1004
Phone & Fax (0761) 858832. Website: <https://pasca.uin-suska.ac.id>. Email : pasca@uin-suska.ac.id.

Nomor : B-1741/Un.04/Ps/HM.01/06/2024
Lamp. : -
Hal : Izin Melakukan Kegiatan Riset Tesis/Disertasi

Pekanbaru, 04 Juni 2024

Kepada
Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu
Satu Pintu Prov. Riau
Pekanbaru

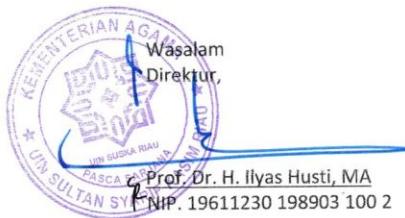
Dengan hormat, dalam rangka penulisan tesis/disertasi, maka dimohon kesediaan
Bapak/Ibu untuk mengizinkan mahasiswa yang tersebut di bawah ini:

Nama	: hafizatul fikriah amran
NIM	: 22190324291
Program Studi	: Ekonomi Syariah S2
Semester/Tahun	: VI (Enam) / 2024
Judul Tesis/Disertasi	: Pengaruh Respon, Wawasan Nasabah, dan Trust (Kepercayaan) Terhadap Penggunaan Fitur E-mas pada Aplikasi Mobile Banking BSi (Studi Kasus Pada Komplek Perguruan Muhammadiyah Kecamatan Binawidya)

untuk melakukan penelitian sekaligus pengumpulan data dan informasi yang
diperlukannya dari Komplek Perguruan Muhammadiyah Binawidya Jl. Srikandi

Waktu Penelitian: 3 Bulan (04 Juni 2024 s.d 04 September 2024)

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.



Tembusan:
Yth. Rektor UIN Suska Riau

an Syarif Kasim Riau

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sim Riau



UIN SUSKA RIAU

KARTU KONTROL KONSENTASI

BIMBINGAN TEKSIS / DISERTASI MAHASISWA

NUMLU TESIS/DISERTASI
PENGABDIAN/PROMOTOR
KONSENTASI
PROGRAM STUDI
NIM
NAMA
22903291
Eko Novi Syahab
Hartatul Fitriah A



UIN SUSKA RIAU

PASCASARJANA
Universitas Islam Negeri Syarif Kasim Riau

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU

PASCASARJANA



UIN SUSKA RIAU

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



sim Riau

Certificate Number: 139/GLC/EPT/VI/2024

ENGLISH PROFICIENCY TEST[®]

CERTIFICATE OF ACHIEVEMENT

This is to certify that

Name : Halizaati Fitriyah Amran
ID Number : 1471115608970001
Test Date : 09-06-2024
Expired Date : 09-06-2026

achieved the following scores:

Listening Comprehension	:	44
Structure and Written Expression	:	46
Reading Comprehension	:	46
Total	:	453



Izin No: 420/BD.PAUD.PNF/2/VIII/2017/6309
Under the auspices of:
Global Languages Course
At: Pekanbaru
Date: 11-06-2024



Linati Marta Kalisah, M. Pd
Global Languages Course Director



بریمهن لیمیتیڈ

لیمیتیڈ



No. 1226LCATWU2024

Izin No. 4200BID.PAUD.PN22WU207699

Under the auspices of
Al-Ghazali Consulte
At: Al-Ghazali
Gol Langkawi

Date: 11-06-2024



49 : (ستارہ)
43 : (گل بیج)
45 : (بیج)
457 : (گھنٹہ)

لیمیتیڈ
بریمهن لیمیتیڈ

1471115608970001 : (بیج)
Halazatul Fitriah Ammaran : (بیج)
10-06-2024 : (بیج)
10-06-2026 : (بیج)

لیمیتیڈ
بریمهن لیمیتیڈ



sim Riau

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 PEKANBARU
Email : dpmpfsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/66889
TENTANG



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN TESIS**

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : Direktur Program Pascasarjana UIN Suska Riau, Nomor : B-1741/Un.04/Ps/HM.01/06/2024 Tanggal 4 Juni 2024, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

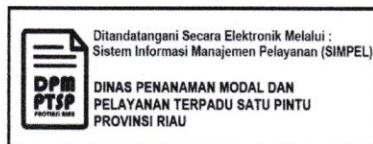
1. Nama	:	HAFIZATUL FIKRIAH AMRAN
2. NIM / KTP	:	22190324291
3. Program Studi	:	EKONOMI SYARIAH
4. Konsentrasi	:	-
5. Jenjang	:	S2
6. Judul Penelitian	:	PENGARUH RESPON, WAWASAN NASABAH, DAN TRUST (KEPERCAYAAN) TERHADAP PENGGUNAAN FITUR E-MAS PADA APLIKASI MOBILE BANKING BSI (STUDI KASUS KOMPLEK PERGURUAN MUHAMMADIYAH KECAMATAN BINAWIDYA)
7. Lokasi Penelitian	:	KOMPLEK PERGURUAN MUHAMMADIYAH SRIKANDI

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 19 Juni 2024



Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Walikota Pekanbaru
- Up. Kaban Kesbangpol dan Linmas di Pekanbaru
3. Direktur Program Pascasarjana UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

RIWAYAT HIDUP PENULIS



Hafizatul Fikriah Amran, lahir pada tanggal 16 Agustus 1997 di Pekanbaru, anak kelima dari Lima bersaudara, dari pasangan Ayahanda Drs. H. Amran Hasan, MM dan Ibunda Dra. Hj. Sariyah, MM Pendidikan formal yang ditempuh oleh penulis adalah SD Muhammadiyah 02 Pekanbaru tamat 2009. Setelah itu, penulis melanjutkan sekolah di SMP Muhammadiyah 01 Pekanbaru selama 3 tahun dari 2009 sampai tahun 2012. Kemudian pada tahun 2012 penulis melanjutkan sekolah SMA Muhammadiyah Pekanbaru dan tamat pada tahun 2015, Setelah itu penulis melanjutkan keperguruan tinggi UIN Sultan Syarif Kasim Riau Jurusan Ekonomi Syariah Pada tahun 2015-2019. Pada tahun 2020 penulis melanjutkan perkuliahan di Pascasarjana UIN Sultan Syarif Kasim Riau dan mengambil prodi Ekonomi syariah.