

## Analisis Jalur Pengaruh Pengambilan Keputusan Bertransaksi Melalui BSI Mobile

Ummi Khoiriyah<sup>1)</sup>, Purnama Putra<sup>2)</sup>

<sup>1,2</sup> Fakultas Agama Islam, Universitas Islam 45

\*Email korespondensi: [ummikhoiriyah591@gmail.com](mailto:ummikhoiriyah591@gmail.com)

### Abstract

*This study aims to analyze the direct and indirect effects of trust, security, and ease of decision making through interest as an intervening variable on the use of BSI Mobile. The method used is a quantitative method with data collection using a questionnaire with a sampling technique using purposive sampling of 100 BSI customers who use BSI Mobile and are domiciled in Bekasi City. The data analysis technique uses path analysis to examine the direct and indirect effects of the independent variable on the dependent variable through the intervening variable. The results of this study indicate that trust has a positive and significant effect on interest, while security and convenience have no significant effect on interest. Furthermore, trust, security, and convenience do not have a significant effect on decisions, but interest has a positive and significant effect on decision making. Based on the results of the path analysis, it shows that interest can mediate the variables of trust, security and ease of making transaction decisions through BSI Mobile. This research has implications for Bank Syariah Indonesia in knowing and improving the performance of BSI Mobile services so as to increase the trust and interest of users of these services.*

**Keywords:** Islamic Bank, Path Analysis, Mobile banking, Decision Making

**Saran sitasi:** Khoiriyah, U., & Putra, P. (2022). Analisis Jalur Pengaruh Pengambilan Keputusan Bertransaksi Melalui BSI Mobile. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 2522-2535. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6455>

**DOI:** <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6455>

### 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi kini menjadi objek yang sangat berpengaruh dalam kebutuhan manusia, salah satunya adalah teknologi informasi. Kemudahan yang diberikan internet kini menjadi pilihan yang efisien bagi orang-orang untuk mencari informasi dan juga untuk berkomunikasi, bahkan transaksi keuangan bisa dilakukan dengan melalui internet.

Salah satu faktor penting yang mempengaruhi masyarakat dalam penggunaan teknologi internet adalah kepercayaan. Kepercayaan merupakan landasan untuk hubungan yang sukses dan loyalitas dengan pelanggan (Tabrani et al., 2018). Namun, keamanan menjadi salah satu alasan utama terlambatnya perkembangan layanan berbasis ilmu teknologi. Menurut Mukhtisar (2021), keamanan adalah sesuatu yang dapat mencegah dari penipuan sebuah sistem yang berbasis informasi. Di Indonesia sendiri pada tahun 2021 tercatat sudah ada 6 kasus

kebocoran data pribadi yaitu, kebocoran data BPJS Kesehatan, Cermati, Lazada, BRI Life, Komisi Pemilihan Umum dan Tokopedia (Tempo, 2021). Adanya kasus kebocoran data pribadi ini menjadikan sebagian kecil masyarakat masih meragukan penggunaan teknologi informasi. Akan tetapi, tuntutan kompetisi dalam dunia perbankan ikut membangun fasilitas yang sama, sedangkan di sisi lain ancaman *cybercrime* terhadap keamanan dan kepercayaan nasabah dalam penggunaan layanan teknologi perbankan di Indonesia sangat besar (Tirtana & Permata Sari, 2014). Bank secara umum harus berlomba untuk memenangkan persaingan dalam merebut minat nasabah.

Pengembangan layanan perbankan tidak lagi hanya dengan slogan layanan yang aman dan terpercaya, namun juga mampu memberikan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah yang telah berkembang searah dengan perkembangan

teknologi dan gaya hidup (Tirtana & Permata Sari, 2014). Salah satu bentuk layanan yang dikembangkan oleh bank adalah layanan mobile banking. Mobile banking merupakan suatu layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau smartphone (OJK, 2015). Tindakan dalam merealisasikan penggunaan mobile banking berkaitan dengan minat seseorang dalam bertransaksi di bank syariah. Minat merupakan salah satu hal penting dalam mempengaruhi tindakan, minat akan timbul karena adanya perhatian yang mendalam terhadap suatu objek, di mana perhatian tersebut menimbulkan keinginan untuk mengetahui dan membuktikan (Mukhtisar et al., 2021; Putra, 2016; Sumaryo & Putra, 2021a). Melihat pada saat ini persaingan bisnis perbankan semakin kompetitif maka setiap bank harus menentukan strategi untuk menarik nasabah dalam bertransaksi di bank khususnya bank syariah. Untuk mencapai hal tersebut bank syariah harus mempelajari dan mempertimbangkan mengenai keputusan dalam penggunaan mobile banking. Karena tidak semua nasabah bank syariah akan selalu memutuskan untuk menggunakan mobile banking.

Pengambilan keputusan merupakan suatu proses memilih dari beberapa alternatif pilihan, artinya seorang konsumen yang hendak melakukan pembelian atau penggunaan barang harus mempunyai beberapa alternatif pilihan. Menurut Busemeyer (2019) hasil dari keputusan tersebut tergantung dari bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut dilakukan. Jadi dapat diartikan bahwa pengambilan keputusan adalah dimana konsumen membandingkan alternatif-alternatif yang ada hingga akhirnya memutuskan satu alternatif yang dipilih. Setiap konsumen memiliki alasan yang berbeda-beda dalam membeli atau menggunakan suatu barang. Menurut Usman (2016) menyatakan bahwa yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan adalah pengaruh psikologi, situasi, dan sosial. Pada akhirnya bank beramai-ramai menyediakan fasilitas mobile banking demi mendapatkan minat nasabah dalam penggunaan mobile banking.

Salah satu bank yang menerapkan layanan mobile banking untuk memudahkan dalam bertransaksi keuangan adalah Bank Syariah Indonesia (BSI). Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan hasil merger bank syariah BUMN yaitu, Bank Syariah Mandiri, Bank BRI Syariah dan Bank BNI Syariah yang mulai beroperasi pada tanggal 01 Februari 2021.

Adanya merger 3 bank syariah BUMN ini, menjadikan Bank Syariah Indonesia masuk ke dalam daftar World Best Bank 2021 (FORBES, 2021). Dengan hadirnya Bank Syariah Indonesia (BSI) berdampak baik bagi dunia perbankan, khususnya dalam hal bisnis menjadi lebih efisien dan kompetitif (economies of scale), perluasan diversifikasi usaha, memiliki kapasitas untuk pembiayaan dan kinerja keuangan yang lebih baik (Wiyono, 2021).

Bank Syariah Indonesia (BSI) menyediakan layanan mobile banking kepada para nasabah yang bernama BSI Mobile. BSI Mobile merupakan aplikasi yang berfungsi untuk memberikan kemudahan bertransaksi, beribadah dan berbagi melalui beragam fitur dalam satu aplikasi dengan cara yang aman, cepat dan mudah dilakukan kapan saja dan dimana saja (BSI, 2021). Menurut Direktur Utama Bank Syariah Indonesia, Hery Gunardi, menyampaikan bahwa peningkatan transaksi pada BSI mobile banking sebesar 97,4% secara tahunan pada periode Juli 2021 atau sebanyak 46,4 juta transaksi (CNBC Indonesia, 2021). Peningkatan transaksi ini didorong oleh hadirnya kebiasaan baru masyarakat Indonesia dalam berbelanja di e-commerce. Dalam menjaga pertumbuhan, Bank Syariah Indonesia akan terus meningkatkan kapabilitas digital. Hal ini didorong oleh jumlah pengguna BSI Mobile yang menembus 2,5 juta pengguna (BSI, 2021).

Beberapa penelitian sebelumnya terkait pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan *mobile banking* menyimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat (Melasari et al., 2018; Rozi & Ziyad, 2019; Tirtana & Permata Sari, 2014). Studi tersebut membuktikan bahwa dorongan pengguna dalam minat menggunakan *mobile banking* dipengaruhi oleh faktor kepercayaan nasabah itu sendiri, sehingga kepercayaan sangat berperan aktif dalam diri nasabah untuk memutuskan bertransaksi melalui *mobile banking*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Farina (2016) memaparkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat. Penelitian terdahulu terkait kepercayaan terhadap pengambilan keputusan bertransaksi melalui *mobile banking* menjelaskan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan (Wardani, 2021) dan kepercayaan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan (Farina, 2016; Habibi & Zaky, 2014).

Mengenai hubungan antara keamanan dan minat, penelitian sebelumnya memaparkan bahwa keamanan

tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* (Afghani & Yulianti, 2017; Mukhtisar et al., 2021) dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat (Pambudi, 2014). Penelitian terdahulu terkait hubungan keamanan dengan keputusan bertransaksi menggunakan *mobile banking* menyimpulkan bahwa keamanan tidak berpengaruh terhadap keputusan (Jayantari & Seminari, 2018; Kurniaputra & Nurhadi, 2018) dan keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan bertransaksi melalui *mobile banking* (Kristianti & Pambudi, 2017).

Beberapa penelitian sebelumnya terkait pengaruh kemudahan terhadap minat menggunakan *mobile banking* menyimpulkan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat (Tirtana & Permata Sari, 2014) dan kemudahan tidak memiliki pengaruh terhadap minat (Hadi & Novi, 2015; Pambudi, 2014). Penelitian terdahulu terkait hubungan kemudahan terhadap keputusan bertransaksi melalui *mobile banking* menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan (Wardani, 2021) dan kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi menggunakan *mobile banking* (Hadi & Novi, 2015; Nurdin et al., 2021).

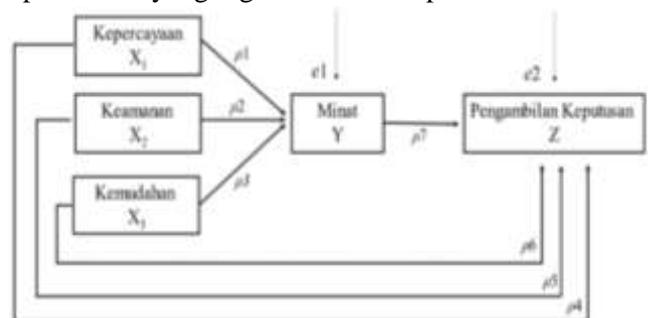
Penelitian ini meneliti minat pengambilan keputusan masyarakat Kota Bekasi pengguna BSI Mobile dalam bertransaksi di Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini membatasi lingkungannya di Kota Bekasi yang merupakan salah satu daerah penyangga ibu kota (Putra, 2016) dengan jumlah penduduk mencapai 2,5 juta jiwa yang tersebar di 12 kecamatan (BPS, 2022). Dilansir dari data Badan Pusat Statistik Kota Bekasi, bahwa mayoritas agama masyarakat Kota Bekasi adalah Islam. Namun kebanyakan masyarakat masih menggunakan jasa bank konvensional dan belum menjadi nasabah bank syariah meskipun bank syariah memiliki keunggulan dengan mayoritasnya penduduk muslim di Bekasi (Apriyanto & Budiyanto, 2020; Silviana & Putra, 2017). Dengan adanya Bank Syariah Indonesia yang ingin menjadi pelaku utama dalam mendorong dan menumbuhkan ekonomi syariah di Indonesia. Diharapkan sebagai peluang untuk masyarakat Kota Bekasi terhadap minat bertransaksi di Bank Syariah Indonesia.

Berdasarkan berbagai hasil penelitian sebelumnya, maka peneliti memberikan perbedaan dalam penelitian ini dengan mencoba mengembangkan lebih lanjut dengan menggabungkan

beberapa variabel tersebut dan menggunakan metode *path analysis* untuk melihat pengaruh variabel langsung dan tidak langsung terhadap pengambilan keputusan bertransaksi melalui BSI Mobile dengan minat sebagai variabel intervening dari kepercayaan, keamanan, dan kemudahan.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif (Sugiyono, 2018). Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kajian lapangan (*fields study*), yaitu penelitian kepada suatu daerah (lokasi penelitian) yang menjadi tujuan (Ansori & Iswanti, 2014). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dimana peneliti memilih sampel berdasarkan tujuan penelitian dan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder, adapun data primer diambil dari hasil kuesioner responden, sedangkan data sekunder diambil dari berbagai jurnal dan buku-buku yang mendukung fokus penelitian ini. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia pengguna BSI Mobile. Sedangkan sampel yang ditetapkan adalah 100 responden dengan kriteria nasabah Bank Syariah Indonesia pengguna BSI Mobile dan berdomisili di Kota Bekasi. Berikut Gambar 1 merupakan kerangka kerja variabel operasional yang digunakan dalam penelitian ini



**Gambar 1 .** Kerangka Kerja Variabel Operasional  
Sumber : Data Olahan (2022)

Data diperoleh dengan teknik *probability sampling* kemudian diolah menggunakan analisis jalur. Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linier berganda atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk memperkirakan kausalitas antar variabel (model kasual) yang telah ditentukan sebelumnya berdasarkan teori (Ghazali, 2016). Kegiatan analisis dilakukan dengan menggunakan program SPSS 25. Teknik analisis jalur

ini digunakan untuk menguji kontribusi yang ditunjukkan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur hubungan sebab akibat antara variabel X1, X2, X3 terhadap Y dan dampaknya terhadap Z. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah seperti yang ditunjukkan pada Tabel 1.(2020)

**Tabel 1 .** Variabel Penelitian

Jenis Variabel	Kontribusi
X <sub>1</sub> : Kepercayaan	Tirtana & Sari (2014), Sofia & Nanum (2018), Tabrani (2018)
X <sub>2</sub> : Keamanan	Ahmad & Pambudi (2014), Wazid (2019), Singh (2020),
X <sub>3</sub> : Kemudahan	Tirtana & Sari (2014) , Ahmad & Pambudi (2014), De Leon (2019)
Y : Minat	Soraya (2015), Iriani (2019), Mawela (2020)
Z : Pengambilan Keputusan	Efendi (2016), Hanum & Hidayat (2017), Busemeyer (2019) Styarini & Riptono (2020)

Sumber : Data Olahan (2022)

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Hasil Penelitian

Data dalam penelitian ini telah melalui uji statistik deskriptif dan uji asumsi klasik. Hasil pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa model yang diajukan dalam penelitian ini lolos dari penyimpangan asumsi klasik.

##### 3.1.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi tentang ketergantungan variabel terikat (dependen) dengan satu atau lebih variabel bebas (variabel penjelas/independen), dengan tujuan untuk memperkirakan dan/atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata dari variabel bebas yang diketahui (Ghazali, 2016). Dalam penelitian ini, metode analisis yang digunakan adalah model analisis regresi berganda. Penelitian ini akan menjelaskan pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel bebas (independen), variabel terikat (dependen) dan variabel perantara (intervening). Pengolahan datanya seperti terlihat pada Tabel 2 dan Tabel 3.

**Tabel 2.** Hasil Uji Regresi Minat

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig
1 (Constant)	-2,787	2,310		-1,207	,231
Kepercayaan	,687	,107	,634	6,413	,000
Keamanan	,128	,228	,061	,563	,575
Kemudahan	,228	,137	,148	1,670	,098

a. Dependent Variable: Minat

Sumber : Data Olahan (2022)

Berdasarkan tabel 2 diperoleh rumus persamaan regresi linier berganda untuk variabel Minat sebagai berikut:

$$Y = -2,787 + 0,687 \text{ Kepercayaan} + 0,128 \text{ Keamanan} + 0,228 \text{ Kemudahan}$$

Hasil persamaan dari model analisis regresi linier berganda di atas, dapat dijelaskan melalui pernyataan berikut:

- Konstantanya adalah -2,787, artinya nilai konstanta ini menunjukkan bahwa jika variabel independen (kepercayaan, keamanan, dan kemudahan) memiliki nilai konstan (2), maka nilai Minat akan menjadi -2,787.
- Koefisien regresi kepercayaan adalah 0,687. Artinya setiap kenaikan kepercayaan sebesar satu satuan akan meningkatkan nilai minat sebesar 0,687 dengan asumsi variabel independen lain dari model regresi adalah tetap. Jadi, semakin

tinggi kepercayaan nasabah, semakin besar juga minat nasabah untuk bertransaksi melalui BSI Mobile.

- Koefisien regresi keamanan adalah 0,128. Artinya setiap kenaikan keamanan sebesar satu satuan akan meningkatkan nilai minat sebesar 0,128 dengan asumsi variabel independen lain dari model regresi adalah tetap. Jadi, semakin tinggi keamanan nasabah, semakin besar juga minat nasabah untuk bertransaksi melalui BSI Mobile.
- Koefisien regresi kemudahan adalah 0,228. Artinya setiap kenaikan faktor kemudahan akan meningkatkan nilai minat sebesar 0,228 dengan asumsi variabel independen lain dari model regresi adalah tetap. Jadi, BSI memiliki kemudahan dalam penggunaannya akan menarik minat nasabah dalam bertransaksi melalui BSI Mobile tersebut. detail.

**Tabel 3.** Hasil Uji Regresi Pengambilan Keputusan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	3,555	1,339		2,656	,009
Kepercayaan	,095	,076	,138	1,251	,214
Keamanan	,093	,140	-,070	-,661	,510
Kemudahan	,066	,086	,070	,770	,443
Minat	,457	,059	,705	7,686	,000

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

Sumber : Data Olahan (2022)

Berdasarkan tabel 3 diperoleh rumus persamaan regresi linier berganda untuk variabel ERC sebagai berikut:

$$Y = 3,555 + 0,095 \text{ Kepercayaan} + 0,093 \text{ Keamanan} + 0,066 \text{ Kemudahan} + 0,457 \text{ Minat}$$

Adapun persamaan analisis regresi linier berganda di atas dapat dijelaskan melalui pernyataan berikut:

- a. Konstantanya 3,555, artinya nilai konstanta ini menunjukkan bahwa jika kepercayaan, keamanan, kemudahan dan minat memiliki nilai konstan (3), maka nilai pengambilan keputusan menjadi 3,555.
- b. Koefisien regresi kepercayaan adalah 0,095. Artinya setiap kenaikan kepercayaan sebesar satu satuan akan meningkatkan nilai pengambilan keputusan sebesar 0,095 dengan asumsi variabel independen lain dari model regresi adalah tetap.
- c. Koefisien regresi untuk keamanan adalah 0,093. Artinya setiap kenaikan keamanan sebesar satu satuan akan meningkatkan nilai pengambilan keputusan sebesar 0,093 dengan asumsi variabel independen lain dari model regresi adalah tetap.
- d. Koefisien regresi kemudahan adalah 0,066. Artinya setiap kenaikan kemudahan akan meningkatkan nilai pengambilan keputusan bertransaksi melalui BSI Mobile sebesar 0,066 dengan asumsi variabel independen lain dari model regresi adalah tetap.
- e. Koefisien regresi variabel minat adalah 0,457. Artinya setiap kenaikan satu satuan pada variabel minat akan meningkatkan nilai pengambilan keputusan sebesar 0,457 dengan asumsi variabel independen lain dari model regresi adalah tetap.

**3.1.2. Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>)**

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah nol banding satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk

memprediksi variabel terikat dan sebaliknya jika mendekati nol variabel bebas tidak dapat menyediakan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat. (Ghazali, 2016; Pernanu & Putra, 2016; Putra, 2016, 2020, 2021). Koefisien determinasi dalam penelitian ini dijelaskan pada tabel 4 terkait minat dan tabel 5 tentang pengambilan keputusan.

**Tabel 4.** Hasil Uji Koefisien Determinasi Minat

Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.782 <sup>a</sup>	.612	2,386

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Keamanan, Kemudahan

b. Dependent Variable: Minat

Sumber : Data Olahan (2022)

Berdasarkan tabel 4 diketahui bahwa R sebesar 0,782 artinya terdapat korelasi sebesar 0,782. Adjusted R square sebesar 0,599 artinya variabel terikat yaitu Minat dapat dijelaskan sebesar 59,9% oleh variabel kepercayaan, keamanan, dan kemudahan. Sedangkan sisanya 40,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

**Tabel 5.** Hasil Uji Koefisien Determinasi Pengambilan Keputusan

Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.811 <sup>a</sup>	.658	1,427

a. Predictors: (Constant), Minat, Kepercayaan, Keamanan, Kemudahan

b. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

Sumber : Data Olahan (2022)

Berdasarkan tabel 5 diketahui bahwa R sebesar 0,811 artinya terdapat korelasi sebesar 0,811. Adjusted R square sebesar 0,643 artinya variabel terikat yaitu pengambilan keputusan dapat dijelaskan sebesar 64,3% oleh variabel kepercayaan, keamanan, kemudahan, dan minat. Sedangkan sisanya sebesar 35,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

**3.1.3. Uji Kelayakan Model**

Uji F untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Uji ini dapat dilihat pada nilai uji F dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05. Jika probabilitas F lebih kecil dari 0,05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel independen atau dengan kata lain variabel dependen secara simultan mempengaruhi variabel dependen.

**Tabel 6.** Uji F Variabel Minat

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	860,341	3	286,780	50,370	.000 <sup>b</sup>
Residual	546,569	96	5,693		
Total	1406,910	99			

a. Dependent Variable : Minat

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Keamanan, Kemudahan

Sumber : Data Olahan (2022)

Berdasarkan tabel 6, nilai F hitung adalah (50,370), F tabel adalah (2,70). Nilai F hitung (50,370) > F tabel (2,70) dengan probabilitas (0,000). Nilai signifikansi = (0,000) < (0,05), menghasilkan keputusan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti model tersebut layak dan berpengaruh signifikan positif antara kepercayaan, keamanan dan kemudahan untuk variabel independen, dan minat untuk variabel dependen.

**Tabel 7.** Uji F Variabel Pengambilan Keputusan

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	371,801	4	92,950	45,632	.000b
Residual	193,509	95	2,307		
Total	563,310	99			

a. Dependent Variable : Minat

b. Predictors: (Constant), Minat, Kepercayaan, Keamanan, Kemudahan

Sumber : Data Olahan (2021)

Berdasarkan tabel 7, nilai F hitung adalah (45,632), F tabel adalah (2,47). Nilai F hitung (45,632) > F tabel (2,47) dengan probabilitas (0,000). Nilai signifikansi = (0,000) < (0,05), menghasilkan keputusan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti model tersebut layak dan berpengaruh positif signifikan antara kepercayaan, keamanan, kemudahan dan minat untuk variabel independen, dan pengambilan keputusan untuk variabel dependen.

**3.1.4. Uji parsial (uji T)**

Uji parsial bertujuan untuk menguji hipotesis dan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghazali, 2016). Dalam uji-t dalam penelitian ini peneliti menggunakan taraf signifikansi lima persen ( $\alpha = 5\%$ ) untuk melihat nilai tingkat signifikansi masing-masing variabel bebas. Jika nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 maka tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel independen, namun jika probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka berpengaruh signifikan terhadap variabel independen. Hipotesis yang akan diuji adalah:

H1: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Minat

H2: Keamanan berengaruh positif terhadap Minat

H3: Kemudahan berpengaruh positif terhadap Minat

H4: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Pengambilan Keputusan

H5: Keamanan berpengaruh positif terhadap Pengambilan Keputusan

H6: Kemudahan berpengaruh positif terhadap Pengambilan Keputusan

H7: Minat berpengaruh positif terhadap Pengambilan Keputusan

Pengujian 7 hipotesis telah dilakukan dengan menghasilkan t-hitung parsial dan signifikansinya ditunjukkan pada tabel 2 dan 3. Uji Hipotesis 1: Kepercayaan berpengaruh dan signifikan terhadap Minat. Dari hasil uji parsial pada tabel 2 diperoleh nilai t-hitung Kepercayaan sebesar  $6,413 > 1,984$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial Kepercayaan berpengaruh signifikan dan signifikan terhadap Minat, artinya Ha diterima dan Ho ditolak.

Uji Hipotesis 2 : Keamanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Minat. Dari hasil uji parsial pada tabel 2 diperoleh nilai t-hitung Keamanan sebesar  $0,563 < 1,984$  dengan nilai signifikansi  $0,575 > 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial Keamanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Minat, artinya Ha ditolak dan Ho diterima.

Uji Hipotesis 3: Kemudahan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Minat. Dari hasil uji parsial pada tabel 2 diperoleh nilai t-hitung Kemudahan sebesar  $0,098 < 1,984$  dengan nilai signifikansi  $0,098 > 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial Kemudahan tidak berpengaruh

dan tidak signifikan terhadap Minat, artinya  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima.

Uji Hipotesis 4 : Kepercayaan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Pengambilan keputusan. Dari hasil uji parsial pada tabel 3 diperoleh nilai t-hitung Kepercayaan sebesar  $1,251 < 1,985$  dengan nilai signifikansi  $0,214 > 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial Kepercayaan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Pengambilan Keputusan, artinya  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima.

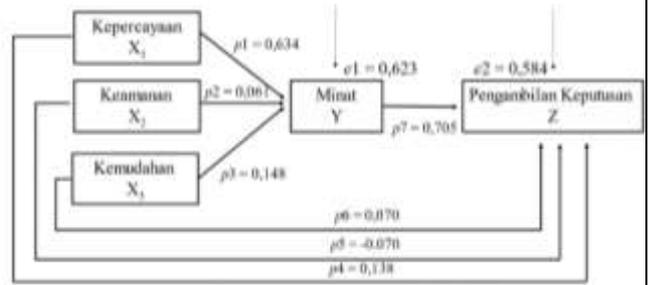
Uji Hipotesis 5 : Keamanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Pengambilan Keputusan. Dari hasil uji parsial pada tabel 3 diperoleh nilai t-hitung Keamanan sebesar  $-0,061 < 1,985$  dengan nilai signifikansi  $0,510 > 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial Keamanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Pengambilan Keputusan, artinya  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima.

Uji Hipotesis 6: Kemudahan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Pengambilan Keputusan. Dari hasil uji parsial pada tabel 3 diperoleh nilai t-hitung Kemudahan sebesar  $0,770 < 1,985$  dengan nilai signifikansi  $0,443 > 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial Kemudahan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Pengambilan Keputusan, artinya  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima.

Uji Hipotesis 7: Minat berpengaruh dan signifikan terhadap Pengambilan Keputusan. Dari hasil uji parsial pada tabel 3 diperoleh nilai t-hitung Minat sebesar  $7,686 > 1,985$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial Minat berpengaruh signifikan dan signifikan terhadap Pengambilan Keputusan, artinya  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak.

**3.1.5. Analisis Jalur**

Untuk menguji variabel intervening digunakan metode analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk memperkirakan hubungan kausalitas antar variabel (model kausal) yang telah ditentukan sebelumnya berdasarkan teori (Jung & Lee, 2020). Berdasarkan tabel 2 dan 3 serta kerangka analisis jalur, peneliti memasukkan angka perhitungan t-hitung pada Gambar 2 di bawah ini.



Gambar 2. Analisis Jalur  
Sumber : Data Olahan (2022)

Dari model lintasan pada Gambar 2 dapat dilihat bahwa pengaruh tidak langsung antara variabel Kepercayaan, Keamanan, dan Kemudahan terhadap variabel Pengambilan Keputusan melalui Minat adalah sebagai berikut:

- a. Pengaruh Kepercayaan melalui Minat terhadap Pengambilan Keputusan

**Tabel 8.** Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung Kepercayaan melalui Minat pada Pengambilan Keputusan

Hipotesa	Beta	Hasil
$X1 \rightarrow Y$	$B_1 = 0,634$	
$Y \rightarrow Z$	$B_2 = 0,705$	
$X1 \rightarrow Z$	$B_3 = 0,138$	Hipotesis terbukti
$X1 \rightarrow Y \rightarrow Z$	$B_4 = B_1 \times B_2 = 0,634 \times 0,705 = 0,447$	

Sumber : Data Olahan (2022)

Berdasarkan tabel 8 dapat dilihat bahwa besarnya koefisien pengaruh tidak (nilai  $B_4 = 0,447$ ) lebih besar dari koefisien pengaruh langsung (nilai  $B_3 = 0,138$ ). Sehingga dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan terhadap pengambilan keputusan melalui minat. Dengan demikian perumusan masalah, apakah kepercayaan melalui minat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dapat dibuktikan.

- b. Pengaruh Keamanan melalui Minat terhadap Pengambilan Keputusan

**Tabel 9.** Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung Keamanan melalui Minat pada Pengambilan Keputusan

Hipotesa	Beta	Hasil
$X2 \rightarrow Y$	$B_1 = 0,061$	
$Y \rightarrow Z$	$B_2 = 0,705$	
$X2 \rightarrow Z$	$B_3 = -0,070$	Hipotesis Terbukti
$X2 \rightarrow Y \rightarrow Z$	$B_4 = B_1 \times B_2 = 0,061 \times 0,705 = 0,070$	

Sumber : Data Olahan (2022)

Berdasarkan tabel 9 dapat dilihat bahwa besarnya koefisien pengaruh tidak langsung (nilai  $B_4 = 0,705$ ) lebih besar dari koefisien pengaruh langsung (nilai  $B_3 = -0,070$ ). Sehingga dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan antara keamanan terhadap pengambilan keputusan melalui minat. Dengan demikian perumusan masalah, apakah keamanan melalui minat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dapat dibuktikan.

c. Pengaruh Kemudahan Melalui Minat Terhadap Pengambilan Keputusan

**Tabel 10.** Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung Kemudahan melalui Minat pada Pengambilan Keputusan

Hipotesa	Beta	Hasil
$X_3 \rightarrow Y$	$B_1 = 0,148$	Hipotesis Terbukti
$Y \rightarrow Z$	$B_2 = 0,705$	
$X_3 \rightarrow Z$	$B_3 = 0,070$	
$X_3 \rightarrow Y \rightarrow Z$	$B_4 = B_1 \times B_2 = 0,148 \times 0,705 = 0,104$	

Sumber : Data Olahan (2022)

Berdasarkan tabel 10 dapat dilihat bahwa besarnya koefisien pengaruh tidak langsung (nilai  $B_4 = 0,018$ ) lebih kecil daripada koefisien pengaruh langsung (nilai  $B_4 = 0,104$ ) lebih besar dari koefisien pengaruh langsung (nilai  $B_3 = 0,070$ ). Sehingga dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan antara kemudahan terhadap pengambilan keputusan melalui minat. Dengan demikian perumusan masalah, apakah kemudahan melalui minat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dapat dibuktikan.

**3.2. Pembahasan**

**3.2.1. Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat**

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa uji t yang telah dilakukan sebelumnya menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel. Sehingga H1 diterima yang artinya kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Tirtana dan Sari (2014) membuktikan dalam hasil penelitiannya bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kepercayaan nasabah terhadap penggunaan BSI Mobile maka akan semakin tinggi pula minat bertransaksi melalui BSI Mobile.

Hasil penelitian yang sama juga ditunjukkan dalam penelitian Melasari (2018) dan Rozi dan Ziyad (2019) yang menyatakan bahwa kepercayaan mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking*. Dorongan pengguna dalam minat menggunakan *mobile banking* dipengaruhi oleh faktor-faktor salah satunya adalah kepercayaan pada nasabah itu sendiri, sehingga kepercayaan sangat berperan aktif di dalam diri konsumen untuk memutuskan penggunaan *mobile banking*. Berdasarkan data yang didapatkan melalui kuesioner, mayoritas nasabah Bank Syariah Indonesia yang sudah menggunakan BSI *Mobile* dan berdomisili di Kota Bekasi menunjukkan minat penggunaan BSI *Mobile* melalui rasa kepercayaan terhadap Bank Syariah Indonesia. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Purnama Putra dan Sumaryo (2021) bahwa sikap masyarakat Kota Bekasi sangat berpengaruh terhadap intensinya untuk menjadi nasabah bank syariah, karena semakin positif kepercayaan atau keyakinan masyarakat terhadap bank syariah maka semakin tinggi pula intensinya untuk menjadi nasabah bank syariah.

**3.2.2. Pengaruh Keamanan terhadap Minat**

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa uji t yang telah dilakukan sebelumnya menunjukkan bahwa t hitung lebih kecil dari t tabel. Hal ini menunjukkan bahwa H2 ditolak yang artinya variabel Keamanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap variabel Minat. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Muktisar et al (2021) yang menyatakan bahwa keamanan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Mandiri. Penelitian yang dilakukan oleh Afghani dan Yuliyanti (2017) juga menunjukkan bahwa persepsi keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap adopsi layanan e-banking. Hal ini berarti semakin tinggi keamanan layanan *mobile banking* belum tentu akan menaikkan minat nasabah dalam penggunaan BSI Mobile.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad dan Pambudi (2014) menunjukkan bahwa persepsi keamanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat ulang menggunakan layanan *mobile banking*. Bank Syariah Indonesia akan dipercaya oleh nasabahnya, jika mampu meyakinkan nasabahnya bahwa keamanan dan kerahasiaan data nasabahnya terjamin. Jika nasabah sudah percaya bahwa transaksi pembayaran melalui BSI Mobile aman serta percaya bahwa pihak

bank tidak akan membocorkan informasi rahasia pribadi nasabah atau menjualnya kepada pihak lain. Dengan demikian, kondisi ini merupakan daya tarik minat calon nasabah untuk bertransaksi melalui BSI Mobile.

### **3.2.3. Pengaruh Kemudahan terhadap Minat**

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa uji  $t$  yang telah dilakukan sebelumnya menunjukkan bahwa  $t$  hitung lebih kecil dari  $t$  tabel. Sehingga  $H_3$  ditolak yang artinya variabel kemudahan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad dan Pambudi (2014) menunjukkan bahwa variabel kemudahan tidak signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking* BRI. Hadi dan Novi (2015) juga menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*. Hasil penelitian ini berbeda dengan Tirtana dan Sari (2014) menyatakan persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*. penggunaan *mobile banking* akan meningkatkan produktivitas dan kinerja nasabah apabila nasabah tersebut memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi. Nasabah percaya bahwa aplikasi BSI Mobile mudah dipelajari, mudah digunakan, jelas dan dapat dipahami.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan BSI Mobile atau dapat dikatakan bahwa nasabah tidak mempermasalahkan kemudahan penggunaan BSI Mobile. Pada kondisi saat ini nasabah sudah memiliki banyak pengetahuan terkait teknologi, mereka beranggapan bahwa penggunaan BSI Mobile mudah digunakan karena teknologi semakin berkembang dari tahun ke tahun. Kemudahan atau tidaknya sistem BSI Mobile digunakan, tidak mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan layanan BSI Mobile.

### **3.2.4. Pengaruh Kepercayaan terhadap Pengambilan Keputusan**

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa uji  $t$  yang telah dilakukan sebelumnya menunjukkan bahwa  $t$  hitung lebih kecil dari  $t$  tabel. Sehingga  $H_4$  ditolak yang artinya variabel kepercayaan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap pengambilan keputusan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Habibi dan Zaky (2014) menyatakan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* syariah. Farina

(2016) mengatakan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh negatif terhadap transaksi melalui *online banking*. Tingkat kepercayaan nasabah terhadap pengambilan keputusan bertransaksi melalui *mobile banking* masih rendah, artinya nasabah belum sepenuhnya memiliki kepercayaan terhadap layanan digital yang diberikan oleh bank. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Deni Wardani (2021) yang memaparkan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap sikap keputusan penggunaan *mobile banking*. Hal tersebut memperlihatkan bahwa nasabah memberikan kepercayaan kepada bank sesuai dengan yang diharapkan.

Adanya kepercayaan yang dibentuk oleh masyarakat didasarkan pada informasi yang tersedia di internet. Sehingga kepercayaan dalam pengambilan keputusan bertransaksi menggunakan BSI Mobile masih rendah. Kepercayaan dapat disimpulkan hal yang mesti dibangun terlebih dahulu dengan kuat sehingga dapat mempengaruhi calon nasabah dalam mengambil keputusan untuk menggunakan BSI Mobile.

### **3.2.5. Pengaruh Keamanan terhadap Pengambilan Keputusan**

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa uji  $t$  yang telah dilakukan sebelumnya menunjukkan bahwa  $t$  hitung lebih kecil dari  $t$  tabel. Sehingga  $H_5$  ditolak yang artinya variabel keamanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap pengambilan keputusan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Kurniaputra dan Nurhadi (2018) menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan antara persepsi keamanan dan keputusan yang disebabkan sebagian besar nasabah beranggapan bahwa tingginya risiko penggunaan layanan *mobile banking*. Ayu dan Upadianti (2018) juga mengatakan persepsi risiko keamanan berpengaruh negatif terhadap penggunaan *mobile banking*. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Kristianti dan Pambudi (2017) menyatakan bahwa persepsi tingkat keamanan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*, artinya responden berasumsi bahwa bank sangat menjamin keamanan dalam setiap transaksi *mobile banking*.

Berdasarkan hasil kuesioner bahwa nasabah Bank Syariah Indonesia merasa terdapat persepsi-persepsi risiko yang mungkin timbul saat bertransaksi melalui BSI Mobile. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Sakti et al (2018) mengemukakan bahwa terdapat 55 potensi risiko online banking.

Beberapa diantaranya mengidentifikasi risiko terkait keamanan sistem bank seperti kerentanan terhadap virus, malware, hacking, dan akses informasi oleh orang lain yang tidak berwenang. Bank syariah harus tetap melaksanakan strategi mitigasi risiko yang kemungkinan terjadi dan tetap optimis dengan prospek masa depan layanan digital perbankan dengan tetap bersama peraturan pemerintah.

### **3.2.6. Pengaruh Kemudahan terhadap Pengambilan Keputusan**

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa uji  $t$  yang telah dilakukan sebelumnya menunjukkan bahwa  $t$  hitung lebih kecil dari  $t$  tabel. Sehingga  $H_0$  ditolak yang artinya variabel kemudahan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap pengambilan keputusan. Hasil penelitian ini sejalan dengan Hadi dan Novi (2015) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*. Nurdin et al (2021) juga menyatakan bahwa kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *mobile banking*. Hal ini dikarenakan nasabah pengguna *mobile banking* berada dalam kategori usia muda dimana mereka mudah beradaptasi dengan perkembangan teknologi sehingga tidak mempengaruhi mereka dalam pengambilan keputusan untuk bertransaksi melalui BSI Mobile.

Berdasarkan hasil pengujian bahwa variabel kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan BSI Mobile. Sesuai dengan hasil penelitian ini, para nasabah Bank Syariah Indonesia beranggapan bahwa variabel kemudahan tidak mempengaruhi keputusan mereka dalam menggunakan BSI *Mobile*. Hal ini dikarenakan para sebagian nasabah sudah menguasai adanya penggunaan teknologi berbasis digital.

### **3.2.7. Pengaruh Minat terhadap Pengambilan Keputusan**

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa uji  $t$  yang telah dilakukan sebelumnya menunjukkan bahwa  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel. Sehingga  $H_0$  diterima yang artinya minat berpengaruh positif signifikan terhadap pengambilan keputusan. Setyaningsih (2017) memaparkan bahwa minat nasabah berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah. Menurut Sumantri (2014) menyatakan bahwa minat nasabah memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan. Semakin tinggi minat terhadap BSI Mobile maka semakin tinggi juga nasabah memutuskan untuk bertransaksi melalui BSI Mobile. Minat menjadi perhatian kesukaan atau kecenderungan terhadap suatu hal.

Apabila seseorang memiliki minat yang lebih terhadap penggunaan BSI Mobile maka semakin tinggi juga keinginannya untuk mengambil keputusan untuk bertransaksi melalui BSI Mobile. Penelitian yang dilakukan oleh Iriani (2019) memaparkan alasan minat nasabah dalam menggunakan mobile banking di bank syariah karena penggunaan yang mudah hanya dengan menggunakan smartphone bisa melakukan transaksi keuangan, mempermudah nasabah karena tidak perlu datang ke bank syariah untuk mentransfer uang, dan layanan yang disediakan mobile banking mempermudah nasabah melakukan transaksi tanpa melalui teller atau ATM.

Berdasarkan hasil kuesioner bahwa alasan minat pengguna BSI Mobile dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu (1) penggunaan BSI Mobile sesuai dengan kebutuhan, (2) keinginan menggunakan BSI Mobile di masa mendatang, (3) mempercepat dalam melakukan transaksi digital, (4) mempunyai tampilan menarik dan banyak fitur-fitur terkini untuk menunjang segala aktivitas keuangan, dan (5) fleksibel, bisa digunakan dimana saja dan kapan saja.

### **3.2.8. Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, dan Kemudahan Terhadap Pengambilan Keputusan melalui Minat sebagai variabel Intervening**

Berdasarkan hasil analisis jalur pada tabel 8 diketahui bahwa koefisien pengaruh tidak langsung variabel kepercayaan (0,447) lebih besar dibandingkan dengan koefisien pengaruh langsung (0,138) yang artinya minat mampu memediasi pengaruh kepercayaan terhadap pengambilan keputusan. Hal ini berarti minat dalam penelitian ini merupakan variabel intervening untuk hubungan tidak langsung antara kepercayaan terhadap pengambilan keputusan. Berpengaruhnya minat didalam hubungan antara kepercayaan dan pengambilan keputusan menunjukkan bahwa kepercayaan lebih berhubungan secara tidak langsung dengan pengambilan keputusan melalui perantara minat. Hal ini menandakan bahwa nasabah akan mengambil keputusan bertransaksi melalui BSI mobile dengan memperhatikan minat yang sebelumnya didahului oleh rasa kepercayaan.

Berdasarkan hasil analisis jalur pada tabel 9 diketahui bahwa koefisien pengaruh tidak langsung variabel keamanan (0,705) lebih besar dibandingkan dengan koefisien pengaruh langsung (-0,070) yang artinya minat mampu memediasi pengaruh keamanan terhadap pengambilan keputusan. Hal ini berarti minat dalam penelitian ini merupakan variabel intervening

untuk hubungan tidak langsung antara keamanan terhadap pengambilan keputusan. Berpengaruhnya minat didalam hubungan antara keamanan dan pengambilan keputusan menunjukkan bahwa keamanan lebih berhubungan secara tidak langsung dengan pengambilan keputusan melalui perantara minat. Hal ini menandakan bahwa nasabah akan mengambil keputusan bertransaksi melalui BSI mobile dengan memperhatikan minat yang sebelumnya didahului oleh keamanan terhadap BSI Mobile.

Berdasarkan hasil analisis jalur pada tabel 10 diketahui bahwa koefisien pengaruh tidak langsung variabel kemudahan (0,104) lebih besar dibandingkan dengan koefisien pengaruh langsung (0,070) yang artinya minat mampu memediasi pengaruh kemudahan terhadap pengambilan keputusan. Hal ini berarti minat dalam penelitian ini merupakan variabel intervening untuk hubungan tidak langsung antara kemudahan terhadap pengambilan keputusan. Berpengaruhnya minat didalam hubungan antara kemudahan dan pengambilan keputusan menunjukkan bahwa kemudahan lebih berhubungan secara tidak langsung dengan pengambilan keputusan melalui perantara minat. Hal ini menandakan bahwa nasabah akan mengambil keputusan bertransaksi melalui BSI mobile dengan memperhatikan minat yang sebelumnya didahului oleh kemudahan penggunaan BSI Mobile.

#### **4. KESIMPULAN**

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan BSI Mobile, karena dorongan pengguna dalam minat menggunakan *mobile banking* dipengaruhi oleh faktor kepercayaan pada nasabah itu sendiri sehingga kepercayaan sangat berperan aktif di dalam diri nasabah untuk memutuskan penggunaan *mobile banking*, keamanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat, hal ini disebabkan sebagian besar nasabah beranggapan bahwa masih tingginya risiko penggunaan layanan *mobile banking* sehingga dapat menurunkan minat nasabah untuk bertransaksi melalui *mobile banking*, kemudahan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat, para nasabah Bank Syariah Indonesia beranggapan bahwa variabel kemudahan tidak mempengaruhi keputusan mereka dalam menggunakan BSI Mobile, hal ini dikarenakan para sebagian nasabah sudah menguasai adanya

penggunaan teknologi berbasis digital. Kepercayaan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Pengambilan Keputusan, hal ini disebabkan kepercayaan adalah hal yang mesti dibangun terlebih dahulu dengan kuat sehingga dapat mempengaruhi calon nasabah dalam mengambil keputusan untuk menggunakan BSI Mobile, Keamanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Pengambilan Keputusan, berdasarkan data responden yang didominasi oleh usia kalangan muda, dimana mereka akan tetap menggunakan *mobile banking* tanpa memperlihatkan keamanan dikarenakan pada saat ini penggunaan *mobile banking* sangat dibutuhkan seiring perkembangan jaman dan gaya hidup, Kemudahan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Pengambilan Keputusan, hal ini disebabkan nasabah pengguna BSI Mobile berada dalam kategori usia muda dimana mereka mudah beradaptasi dengan perkembangan teknologi sehingga tidak mempengaruhi mereka dalam pengambilan keputusan menggunakan BSI Mobile, dan Minat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengambilan Keputusan, berdasarkan hasil pengujian dan analisis bahwa minat menjadi perhatian kesukaan atau kecenderungan terhadap suatu hal, apabila seseorang memiliki minat yang lebih terhadap penggunaan BSI Mobile maka semakin tinggi juga keinginannya untuk mengambil keputusan untuk bertransaksi melalui BSI Mobile. Minat dalam penelitian ini merupakan variabel intervening untuk hubungan tidak langsung antara kepercayaan, keamanan, dan kemudahan terhadap pengambilan keputusan bertransaksi melalui BSI Mobile. Berdasarkan penelitian ini memberikan implikasi bagi Bank Syariah Indonesia dalam mengetahui dan memperbaiki kinerja layanan BSI Mobile sehingga mampu meningkatkan kepercayaan dan minat pengguna layanan tersebut.

Model penelitian ini relatif sederhana karena hanya mengungkapkan pengaruh kepercayaan, keamanan, dan kemudahan terhadap pengambilan keputusan minat sebagai variabel intervening secara parsial dan simultan meskipun ada faktor lain yang mempengaruhi minat dan pengambilan keputusan seperti persepsi manfaat, pengaruh sosial dan variabel lainnya. Lokasi dan objek penelitian untuk penelitian selanjutnya dapat mengambil pada lokasi dan bank syariah yang berbeda, sehingga dapat menjadi perbandingan penelitian lainnya.

## 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Sebelumnya kami mengucapkan terima kasih kepada LPPM (Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat) Universitas Islam 45 Bekasi yang telah memfasilitasi penelitian ini.

## 6. REFERENSI

- Afghani, M. F., & Yulianti, E. (2017). Pengaruh kepercayaan, keamanan, persepsi risiko, serta kesadaran nasabah terhadap adopsi e-banking di Bank BRI Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 6(1), 113–128.
- Ansori, M., & Iswanti, S. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Citapustaka Media.
- Apriyanto, A., & Budiyo, A. (2020). Analisis Sejarah Perkembangan Bank Syariah Dan Implikasinya Terhadap Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus Di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Patriot). *DIRHAM Jurnal Ekonomi Islam*, 1(2), 85–96.
- BPS. (2022). Jumlah Penduduk Kota Bekasi. *Bps Bekasi Kota*. <https://bekasikota.bps.go.id/>
- BSI. (2021). Berita BSI Mobile. *Bankbsi.Co.Id*. <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/digital-banking>
- BSI. (2021). BSI Jadikan Mobile Banking sebagai Lokomotif Pengembangan Ekonomi Syariah. *Bankbsi.Co.Id*. <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/bsi>
- Busemeyer, J. R., Gluth, S., Rieskamp, J., & Turner, B. M. (2019). Cognitive and neural bases of multi-attribute, multi-alternative, value-based decisions. *Trends in Cognitive Sciences*, 23(3), 251–263.
- CNBC Indonesia. (2021). Negara Ini, Mobile Banking Bank Syariah Indonesia melesat 98%. *CNBC Indonesia*. [www.cnbcindonesia.com/syariah](http://www.cnbcindonesia.com/syariah)
- De Leon, M. V. (2019). Factors influencing behavioural intention to use mobile banking among retail banking clients. *Jurnal Studi Komunikasi*, 3(2), 118–137.
- Farina, K. (2016). *Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan, dan Pengalaman Terhadap Niat Untuk Bertransaksi secara Online*. 1(1).
- FORBES. (2021). *World's Best Bank 2021*. <https://www.forbes.com/worlds-best-banks>
- Ghazali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 23 (Vol. VIII)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Habibi, M., & Zaky, A. (2014). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3(1).
- Hadi, S., & Novi, N. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 5(1), 55. <https://doi.org/10.12928/optimum.v5i1.7840>
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike Di Kota Medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 6(1), 37–43.
- Iriani, A. F. (2019). Minat nasabah dalam penggunaan mobile banking pada nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo. *Dinamis: Journal of Islamic Management and Bussiness*, 2(2).
- Jaya Sakti, M. A., Achsani, N. A., & Syarifuddin, F. (2018). Online Banking Implementation: Risk Mapping Using ERM Approach. *Buletin Ekonomi Moneter Dan Perbankan*, 20(3), 279–306. <https://doi.org/10.21098/bemp.v20i3.824>
- Jayantari, I. A. A. U., & Seminari, N. K. (2018). *Peran Kepercayaan Memediasi Persepsi Risiko terhadap Niat Menggunakan Mandiri Mobile Banking di Kota Denpasar*.
- Jung, H., & Lee, B. G. (2020). Research trends in text mining: Semantic network and main path analysis of selected journals. *Expert Systems with Applications*, 162, 113851.
- Kristianti, M. L., & Pambudi, R. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Tingkat Keamanan, Dan Fitur Layanan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Pada Mahasiswa Di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi*, 11(1), 50–67. <https://doi.org/10.25170/jara.v11i1.52>
- Kurniaputra, A. Y., & Nurhadi, M. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko Dan Manfaat Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking BRI Di Surabaya. *Journal of Business & Banking*, 8(1). <https://doi.org/10.14414/jbb.v8i1.1557>
- Melasari, C., Suroso, A., & Banani, A. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan, Kemudahan, Privacy Risk, Time Risk, dan Financial Risk terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Bank Muamalat. *Performance: Jurnal Personalia, Financial, Operasional, Marketing Dan Sistem Informasi*, 25(1), 11–23.
- Msweli, N. T., & Mawela, T. (2020). *Enablers and barriers for mobile commerce and banking services among the elderly in developing countries: A systematic review*. 319–330.

- Mukhtisar, M., Tarigan, I. R. R., & Evriyenni, E. (2021). Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh). *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 3(1), 56–72.
- Nurdin, Rukma Ningrum, Sofyan Bacmid, & Abdul Jalil. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3(1), 30–45. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v3i1.37.30-45>
- OJK. (2015). *Bijak Ber-EBanking*. Otoritas Jasa Keuangan. toritas Jasa Keuangan, 'Bijak Ber-Ebanking', Bijak Ber-Ebanking, 2015, 6 <[https://www.ojk.go.id/Files/box/buku\\_bijak\\_ber-ebanking.pdf](https://www.ojk.go.id/Files/box/buku_bijak_ber-ebanking.pdf).
- Pambudi, B. S. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet Banking (Studi pada Program Layanan Internet Banking BRI). *Competence: Journal of Management Studies*, 8(1).
- Pernanu, I. G., & Putra, P. (2016). Pengaruh Motivasi dan Kepuasan Kerja terhadap Kualitas Pelayanan: Survey pada Karyawan BTN Kantor Cabang Syariah Kota Bekasi. *Maslahah*, 7(2), 15–32.
- Putra, P. (2016). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi Muzaki Membayar Zakat: Sebuah Survey pada Masyarakat Kota Bekasi. *MASLAHAH (Jurnal Hukum Islam Dan Perbankan Syariah)*, 7(1), 99–109.
- Putra, P. (2020). Planned Behavior Theory In Paying Cash Waqf. *JHSS (Journal of Humanities and Social Studies)*, 4(1), 05–09.
- Putra, P. (2021). Menilik Niat Masyarakat berpartisipasi dalam Crowdfunding pada Masa Pandemi Covid 19:(Studi Implementasi konsep Planned Behaviour Theory). *Paradigma*, 18(2), 73–83.
- Rozi, F., & Ziyad, M. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank BTN. *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(2), 92–102.
- Sari, E. P., & Sofia, N. (2018). Konstruksi alat ukur amanah dalam perspektif Alquran-Hadis. *Jurnal Psikologi Islam*, 5(1), 13–26.
- Sendari, A. A. (2020). 6 Dampak Negatif Jika Kurang Makan Sayur, Jangan Sepelekan. *Liputan6.Com*. Geraadpleegd op 26 maart 2022, van <https://hot.liputan6.com/read/4027411/6-dampak-negatif-jika-kurang-makan-sayur-jangan-sepelekan>
- Setyaningsih, E. D. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Word Of Mouth Melalui Minat Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan E-Banking Pada Bank Bni. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 22(1), 14–25.
- Silviana, S., & Putra, P. (2017). Model Aida Sebagai Strategi Pemasaran Bagi Nasabah Mengambang Perbankan Syariah (Survei Masyarakat Di Kota Bekasi). *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 13(1), 10–21.
- Singh, S., & Srivastava, R. (2020). Understanding the intention to use mobile banking by existing online banking customers: An empirical study. *Journal of Financial Services Marketing*, 25(3), 86–96.
- Soraya, I. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta Dalam Mengakses Fortal Media Jakarta Smart City. *Jurnal Komunikasi*, 6(1), 10–23.
- Styarini, F., & Riptiono, S. (2020). Analisis Pengaruh Customer Trust Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Melalui Perceived Risk dan Perceived Usefulness Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(4), 670–680. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i4.590>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Sumantri, B. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat Dan Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah. *Jurnal Economia*, 10(2), 141–147.
- Sumaryo, A., & Putra, P. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah Ditinjau Dari Planned Behaviour Theory ( Survei Pada Masyarakat Kota Bekasi ) Pendahuluan Perbankan memiliki peran penting dalam pembangunan dan menunjang ekonomi negara , terutama s. *Maslahah*, 12(1), 49–59.
- Tabrani, M., Amin, M., & Nizam, A. (2018). Trust, commitment, customer intimacy and customer loyalty in Islamic banking relationships. *International Journal of Bank Marketing*.
- Tempo. (2021). 6 Kasus Kebocoran Data Pribadi di Indonesia. *Tempo Nasional*. <https://nasional.tempo.co/read/1501790/6-kasus-kebocoran-data-pribadi-di-indonesia>

- Tirtana, I., & Permata Sari, S. (2014). *Analisis pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan dan kepercayaan terhadap penggunaan mobile banking*.
- Usman, E. (2016). *Buku Psikologi Konsumen*.
- Wardani, D. (2021). Faktor-Faktor Pengaruh Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis (JUNSIBI)*, 2(1), 15–32.
- Wazid, M., Zeadally, S., & Das, A. K. (2019). Mobile banking: Evolution and threats: Malware threats and security solutions. *IEEE Consumer Electronics Magazine*, 8(2), 56–60.
- Wiyono, W. M. (2021). Dampak Merger 3 (Tiga) Bank Syariah Bumn Terhadap Perkembangan Ekonomi Syariah. *Cakrawala Hukum: Majalah Ilmiah Fakultas Hukum Universitas Wijayakusuma*, 23(1), 65–73.