

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian

#### 1. Gambaran Umum Objek penelitian

##### a. Latar Belakang Berdirinya BTH Amanah Kudus

Latar belakang berdirinya BTH Amanah Kudus ialah sebagai berikut:

- 1) Kondisi kaum dhuafa yang sering dimanfaatkan oleh tengkulak dan pemodal dengan tidak wajar.
- 2) Sulitnya akses permodalan ke lembaga keuangan.
- 3) Upaya nyata dalam mewujudkan program ekonomi Yayasan Al-Aqsha Pesantren Hidayatullah Kudus.

##### b. Sejarah berdirinya BTH Amanah Kudus

Baitul Maal wat Tamwil (BMT) adalah sebuah lembaga keuangan mikro syariah yang visinya adalah menjadi bagian dari kegiatan-kegiatan *Maal* (harta sosial) yang orientasinya kepada kegiatan sosial, baik produktif maupun konsumtif (penghimpunan dan pemberdayaan ZIS- Zakat, Infaq dan Shadaqah). Selain itu, visi bisnis BMT yaitu yang orientasi kegiatannya lebih kepada profit (keuntungan) dengan sistem bagi hasil, sehingga dapat menumbuhkembangkan usaha mikro dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin.

BMT Amanah Kudus ini beralamat di Jl. Besito, Grogol Loji Rt 05/04 Bakalan Krapyak Kaliwungu Kudus, dengan No. Telp/fax. 0291-425 0388, e-mail : [Bmtamanahkudus@gmail.com](mailto:Bmtamanahkudus@gmail.com), website: [Bmtamanahkudus.co.id](http://Bmtamanahkudus.co.id).

BMT Amanah Kudus ini merupakan Unit Jasa Keuangan Syariah Koperasi Pondok Pesantren Amanah yang merupakan lembaga keuangan yang berbadan hukum sebagai suatu bidang ekonomi yang bernaung dibawah yayasan Al-Aqsho Pesantren Hidayatullah.

Sejarah berdirinya BMT Amanah berawal dari rekomendasi dari beberapa donatur rutin yayasan Al-Aqsho Pesantren Hidayatullah Kudus untuk mendirikan BMT, setelah itu ada musyawarah dari beberapa pengurus yayasan Al-Aqsho Pesantren Hidayatullah untuk mendirikan BMT, maka disepakati pada bulan desember 2009 Bapak Saiful Anwar dikirim ke BMT Al-Amin Kudus untuk belajar atau magang selama 1 bulan. Selanjutnya, pada awal 2010 mulai

persiapan untuk membuka kantor seperti cetak brosur, persiapan tempat dan operasioanal lain yang diperlukan, dan pada tanggal 13 Mei 2010 BMT Amanah resmi dibuka.

Pada awal berdirinya BMT Amanah adalah BMT Aqshol Madinah dengan rencana badan hukum KJKS, namun ketika mau mengurus perizinan kedinas PERINKOP dab UMKM kota Kudus, pihak tersebut merekomendasikan tidak usah membuat izin baru tetapi menghidupkan koperasi yang ada dibawah naungan Yayasan Al-Aqshol Pesantren Hidayatullah yaitu Kopontren Amanah, dan sejak itulah nama BMT Aqshol Madinah resmi berganti nama menjadi BMT Amanah.

Dalam menjalankan usahanya, BMT Amanah telah menetapkan hasil positif berupa tanggapan masyarakat, minat masyarakat dan dukungan tentang keberadaan BMT Amanah. Di tahun ke 4 BMT Amanah membuka 1 kantor cabang yang berada di komplek pertokoan sempalan No. 06 Jati Kulon Kudus, yang resmi beroperasi pada tanggal 2 Januari 2014 dengan jumlah karyawan pada mulanya 2 karyawan.

**c. Visi, Misi, Tujuan dan Kebijakan Manajemen BTH Amanah Kudus**

- 1) VISI  
Mewujudkan kesejahteraan umat islam khususnya anggota dengan penguatan pelaksanaan prinsip-prinsip ekonomi berdasar syariah.
- 2) MISI  
Mengelola BMT dengan:
  - a) Penguatan modal.
  - b) Penguatan lembaga (Standar SDM, Operasi, Software dan Aplikasi Syariah).
  - c) Penguatan pendampingan (Manajemen, Ruhiah,dan kemitraan).
  - d) Penguatan produk.
  - e) Penguatan service (HOME BANKING, SALUT (Sederhana, Aman, Lancar, Utuh dan Transparan)).
  - f) ATM (Adil, Transparan, Menentramkan).
- 3) TUJUAN
  - a) Meningkatkan pendapatan anggota dan msyarakat umumnya.
  - b) Mengatasi ketimpangan ekonomi dan sosial.
  - c) Mempunyai posisi tawar/daya saing anggota dan mitra binaan melalui kegiatan pendukung lainnya.

- d) Peningkatan produktivitas usaha yang maksimal.
- e) Pendapatan yang mampu mendorong pertumbuhan perkembangan usaha.
- 4) Kebijakan Manajemen BTH Amanah Kudus
  - a) Menjadikan BTH Amanah menjadi partner pembiayaan yang utama bagi anggota.
  - b) Menjamin kepuasan anggota.
  - c) Menciptakan lingkungan kerja yang ramah, elegan, berwibawa, dan penuh keakraban.
  - d) Menjalankan operasional BTH dengan pendekatan cost leader atau efisiensi.
  - e) Menghasilkan keuntungan yang pantas dengan asas keadilan bagi semua stake holders.
  - f) Melakukan peningkatan berkelanjutan untuk memperbaiki kinerja BTH dengan penerapan system Manajemen Mutu.
  - g) Memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan Hidayatullah dan *izzul wal muslimin*.

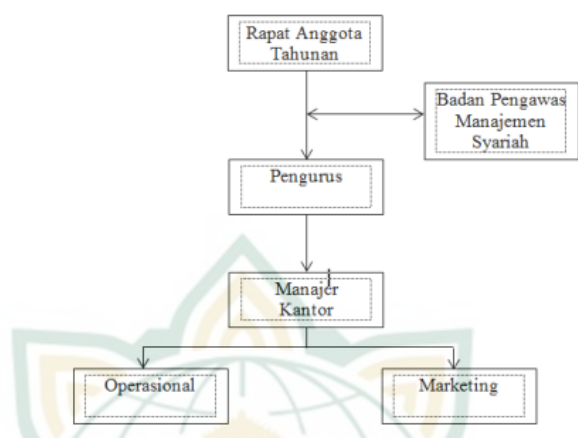
**d. Struktur Organisasi BTH Amanah Kudus**

Organisasi akan dapat berjalan dengan baik, terarah dan terkoordinir, maka dalam organisasi perlu adanya struktur organisasi. Adapun struktur organisasi yang dimiliki BTH Amanah adalah sebagai berikut:

**Susunan Pengurus:**

Pengawas Kopontren Amanah	: Ust. Ahmad Jihad.
Pengawas Syariah	: Ust. Sholih Hasyim, S.Sos.I.
Ketua	: Imam Syahid.
Sekretaris	: Syafi'ul Mujib, S.E.,M.E.
Bendahara	: Luqman Hakim.
Jumlah Pegawai	: 7 Orang
Jumlah Anggota	: Jumlah keseluruhan 3.343 anggota.
Jumlah Kantor	: 2 Kantor (kantor pusat dan kantor kas.

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi BTH Amanah Kudus**



**e. Kelembagaan dan Legalitas BTH Amanah Kudus**

Nama Koperasi : Kopontren Amanah  
 Nama Unit : BTH Amanah  
 Jenis Unit : Unit Jasa Keuangan Syariah  
 Kedudukan : Pusat  
 Alamat : Grogol Loji Rt 05/04 Bakalan  
 Krapyak kaliwungu Kudus Jawa  
 Tengah  
 Telp/ Fax : 0291-425 0388  
 Badan Hukum : 13308/BH/KWK.11/IX/1997  
 NPWP : 1.641.888.1-506  
 SIUP : 510/032/11.25/PM/25.23/2012  
 TDP : 11.25.2.65.00210  
 Ket Domisli : 89/VI/2012

**f. Layanan Maal/ Sosial BTH Amanah Kudus**

- 1) Al Qordhul Hasan
- 2) Hibah, Santunan
- 3) Pengajian Anggota
- 4) MBA Anggota
- 5) Silaturrahmi Anggota
- 6) Pembinaan Usaha Anggota.

**g. Produk dan Jasa BTH Amanah Kudus**

BTH Amanah mempunyai beberapa produk simpanan, pembiayaan dan layanan jasa keuangan yang menerapkan sistem bagi hasil dan menghindari sistem bunga

(*riba*). Adapun jenis produk-produk di BTH Amanah kudus antara lain :

1) Produk simpanan BTH Amanah Kudus

a) Simpanan Anak Sholeh

Simpanan anak sholeh ini di peruntukan untuk anggota dalam mempersiapkan biaya pendidikan atau sekolah untuk putri-putrinya di masa depan dengan lebih baik sekaligus mendidik anak menabung sejak dini. Simpanan Anak Sholeh di peruntukkan untuk buah hati dengan nama anak sendiri yang dikelola menggunakan akad *mudharabah* untuk perencanaan kegiatan anak seperti pendaftaran sekolah, *rihlah*, wisuda dan lain-lain.

b) Simpanan Sakinah

Produk simpanan ini diperuntukkan bagi keluarga calon anggota baik untuk kebutuhan perencanaan keuangan masa depan, kebutuhan harian, investasi maupun transaksi bisnis. Dana kami kelola dengan akad *mudhorobah* dengan bagi hasil yang kompetitif.

c) Simpanan Mawadah

Kalo menabung bisa dapat hadiah, kenapa memilih tabungan biasa? Produk simpanan MAWADAH Memfasilitasi anda yan memiliki dana idle/mengendap dengan penempatan dana dalam jumlah dan jangka waktu tertentu berdasar akad *Wadiah Yad Dhomamah*. Anda berhak mendapatkan kesempatan mrngikuti undian hadiah yang kami sediakan.

d) Simpanan Qurban

Produk simpanan ini diperuntukkan khusus untuk calon anggota yang ingin melaksanakan ibadah qurban agar berqurban terasa lebih ringan dengan berbagai pilihan dan jumlah setoran bulanan yang dapat disesuaikan dengan keuangan calon anggota.

**Tabel 4.1**  
**Simulasi Simpanan Qurban**

Tahun 2013		Tahun 2014	
Perkiraan harga	Setoran perbulan	Perkiraan harga	Setoran perbulan
2.500.000	208.000	3.175.000	132.000

2.225.500	186.000	2.822.000	118.000
1.905.000	159.000	2.420.000	101.000

e) Koin Dinar dan Dirham

Dalam waktu yang tidak lama lagi, transaksi dengan uang emas maupun perak akan segera dapat dilakukan kembali. Teruji puluhan abad uang ini tidak tergerus inflasi. Daya belinya sangat stabil karena memiliki nilai intrinsik yang sangat jelas. BTH Amanah memfasilitasi anda untuk memiliki uang emas dan perak tersebut dalam bentuk Dinar emas dan Dirham perak. *Dinar* adalah koin uang emas 22 K (91,7%) seberat 4,25 g, *Dirham* adalah koin uang perak (99,95%) berat 2,975 g.

2) Produk-Produk pembiayaan BTH Amanah Kudus

a) Pembiayaan Modal usaha

Penyaluran pembiayaan modal usaha dengan skema bagi hasil (*mudharabah*) antara BTH sebagai pemodal dengan calon anggota sebagai pelaksana usaha dengan nisbah/porsi bagi hasil sesuai dengan kesepakatan. sebagai pemodal dengan calon anggota sebagai pelaksana usaha dengan nisbah/porsi bagi hasil sesuai dengan kesepakatan.

b) Pembiayaan Multi Barang

Fasilitas pembiayaan dengan skema jual beli (*Murabahah*) dimana BTH selaku penjual dan calon anggota/anggota selaku pembeli. Harga dasar dan margin keuntungan BTH disepakati oleh kedua belah pihak diawal proses pembiayaan. Produk ini dapat diakses untuk memenuhi kebutuhan pembelian berbagai jenis barang investasi dan kebutuhan konsumsi.

c) Pembiayaan Sewa

Fasilitas pembiayaan ini yang dapat diakses oleh calon anggota/anggota dengan akad sewa dimana BTH mengalihkan hak guna manfaat atas barang atau pekerjaan tertentu dalam jangka waktu tertentu dengan imbal jasa berupa ujuh atau upah yang disepakati oleh kedua belah pihak. Selain ijarah juga tersedia akad *Ijarah Muntahiyah Bit Tamlik*, dengan skema pengalihan hak kepemilikan

kepada calon anggota/anggota setelah masa ijarah/sewa selesai.

- 3) Layanan Jasa dan Keuangan
  - a) Tagihan layanan umum seperti: PLN, PAM Palyja, PAM, Bintoro, PAM, BSD, dan AETRA
  - b) Isi ulang pulsa handpone seperti: Simpati, Kartu AS, XL, Prabayar, Mentari, StarONE, IM3, IM2, Fren, Esia, Flexi, Trendy, Smart, HEPI, 3, dan Axis.
  - c) Tagihan telepon pasca bayar seperti: Telkom, Matrix, Kartu HALO, Xplor, Flexi, Fren, Esia, Smart, dan StarOne.
  - d) Cicilan seperti: FIF, ACC, Toyota Astra Finance, Pratama Finance, Trihamas Finance, dan KITA Finance.
  - e) Pembayaran zakat seperti: Wakaf Al-Qur'an. Baitul Maal Hidayatullah, Dompot Dhuafa, Rumah Zakat, UPS BMT AMANAH Syariah.
  - f) Personal Loan seperti: KTA SCB, KTA HSBC, Pinjaman HSBC, KTA RBS/ABN AMRO, dan Personal Loan Citibank.
  - g) Transfer Online dan Realtime
  - h) Transfer antar rekening BMT AMANAH
  - i) Transfer online real time ke bank lain anggota jaringan ALTO, ATM Bersama dan Prima.
  - j) Tagihan kartu kredit seperti: Amanah kartu kredit, semua kartu kredit Visa, Mastercard, Amex, dan JCB yang terbit di indonesia.
  - k) Tiket pesawat terbang seperti: Garuda indonesia, Citilink-Garuda indonesia, Air Asia, Mandala, Lion Air dan Voltras.
  - l) Biaya pendidikan seperti: Universitas Indonesia, Al Azhar Syifa Budi, Al-Azhar, BPK Penabur, PAHOA, Kairos Gracia, Santa Angela Bandung, UKSW, UNS, UNAKI, Universitas Parahyangan.
  - m) Tagihan internet dan TV berlangganan seperti: Telkom Speedy, CBN, I-PAY dan Indovisioan.
  - n) Asuransi seperti: Prudantial, Allianz, SIGNA, Manulife, Sequislife, Commonwealth life, Equity life, Asuransi Astra Buana, Takaful Keluarga, ACE life Assurance.

## 2. Gambaran Umum Responden

### a. Jenis Kelamin Responden

**Tabel 4.2**

**Data Responden Berdasarkan Jenis kelamin**

No	Jenis kelamin	Jumlah Responden	Presentase
1	Laki-laki	20	66,7%
2	Perempuan	10	33,3%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022.

Berdasarkan data yang diperoleh pada tabel 4.2, dari total 30 responden terdapat 20 orang berjenis kelamin laki-laki dengan presentase 66,7%, dan sebanyak 10 orang berjenis kelamin perempuan dengan nilai presentase 33,3%. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh Anggota BTH Amanah Kudus dengan jenis kelamin laki-laki.

### b. Usia Responden

**Tabel 4.3**

**Data Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Jumlah Responden	Presentase
1	20-25 Tahun	1	3,3%
2	26-30 Tahun	10	33,4%
3	31-35 Tahun	12	40,0%
4	36-40 Tahun	6	20,0%
5	>40 Tahun	1	3,3%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022.

Berdasarkan data yang diperoleh pada tabel 4.3, dari total 30 responden terdapat 1 orang dengan usia antara 20-25 tahun, dengan presentase 3,3%, 10 orang berusia antara 26-30 tahun, dengan presentase 33,4%, 12 orang berusia 31-35 tahun, dengan presentase 40,0%, 6 orang berusia antara 36-40 tahun, dengan presentase 20,0%, dan 1 orang berusia >40 tahun, dengan presentase 3,3%. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh Anggota BTH Amanah Kudus dengan usia antara 31-35 tahun.

**c. Pendidikan Terakhir Responden**

**Tabel 4.4**

**Data Responden Berdasarkan Pendidikan**

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	Presentase
1	SD	-	-
2	SLTP	-	-
3	SLTA	16	53,3%
4	Diploma/S1/S2/S3	14	46,7%
5	Lainnya	-	-
Jumlah		30	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022.

Berdasarkan data yang diperoleh pada tabel 4.4, dari total 30 responden terdapat 16 responden dengan pendidikan terakhir SLTA, dengan presentase 53,3%, dan 14 responden dengan pendidikan terakhir Diploma/S1/S2/S3, dengan presentase 46,7%. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh Anggota BTH Amanah Kudus dengan pendidikan terakhir SLTA.

**d. Pekerjaan Responden**

**Tabel 4.5**

**Data Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Presentase
1	PNS	8	26,7%
2	Karyawan Swasta	9	30,0%
3	Wiraswasta	12	40,0%
4	Lainnya	1	3,3%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022.

Berdasarkan data yang diperoleh pada tabel 4.5, dari total 30 responden terdapat 8 orang bekerja sebagai PNS, dengan presentase 26,7%, 9 orang bekerja sebagai karyawan swasta dengan presentase 30,0%, 12 orang bekerja sebagai wiraswasta, dengan presentase 40,0%, dan 1 orang masih menjadi pelajar/mahasiswa, dengan presentase 3,3%. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh Anggota BTH Amanah Kudus yang bekerja sebagai wiraswasta.

### 3. Analisis Data

#### a) Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

##### 1) Uji Validitas

Validitas adalah kebenaran dan keabsahan instrumen penelitian yang digunakan. Setiap penelitian selalu dipertanyakan mengenai validitas alat yang digunakan. Suatu alat pengukuran dikatakan valid jika alat itu di pakai untuk mengukur sesuai dengan kegunaannya. Misalnya meter valid karena dipakai mengukur jarak., timbangan valid karena dipakai mengukur berat dan sebagainya.<sup>1</sup>

Dalam ilmu sosial, sukar mencapai ukuran standar seperti di atas. Hal-hal yang dapat kita amati adalah pernyataan dalam bentuk kelakuan manusia. Misalnya harga diri, cinta kasih, tanggung jawab dan sebainya. Pada umumnya validitas alat ukur bisa diselidiki dengan statistik dan logika. Dalam penelitian ini uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner.<sup>2</sup>

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung (nilai *Corrected item-Total Correlation* pada *output Cronbach alpha*) dengan nilai  $r$  tabel untuk *degree of freedom* ( $df$ )=  $n-2$ . Jika  $r$  hitung lebih besar daripada  $r$  tabel dan berkorelasi positif maka butir atau pertanyaan tersebut valid.<sup>3</sup> Untuk mengetahui nilai  $r$  hitung, peneliti mengolah data dengan SPSS 23. Pada penelitian ini sampel yang digunakan sebanyak 30, dengan demikian jika rumus untuk mengetahui  $r$  tabel adalah  $df = n-2$ , maka  $df = 30-2 = 28$ . Dengan taraf signifikan atau *alpha* 5% (0,05) dapat diketahui bahwa  $r$  tabel untuk  $df = 28$  yaitu 0,312. Berikut adalah hasil uji validitas pada setiap item pada masing-masing variabel:

---

<sup>1</sup> Moh. Pabundu, *Metodologi Riset Bisnis* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), 65.

<sup>2</sup> Moh. Pabundu, *Metodologi Riset Bisnis*, 65.

<sup>3</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 157-158.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen**

No. Item	r hitung ( <i>Corrected Item-Total Correlation</i> )	r tabel	Hasil
<b>Variabel Pengetahuan Anggota (X1)</b>			
X1.1	0,598	0,312	<i>Valid</i>
X1.2	0,628		<i>Valid</i>
X1.3	0,650		<i>Valid</i>
<b>Variabel Persepsi Manfaat (X2)</b>			
X2.1	0,565	0,312	<i>Valid</i>
X2.2	0,601		<i>Valid</i>
X2.3	0,624		<i>Valid</i>
<b>Variabel Persepsi Kemudahan (X3)</b>			
X3.1	0,666	0,312	<i>Valid</i>
X3.2	0,653		<i>Valid</i>
X3.3	0,631		<i>Valid</i>
X3.4	0,639		<i>Valid</i>
<b>Variabel Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Y)</b>			
Y.1	0,599	0,312	<i>Valid</i>
Y.2	0,605		<i>Valid</i>
Y.3	0,666		<i>Valid</i>

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022.

Tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa nilai r hitung (*Corrected item-Total Correlation*) semua item > r tabel pada df = 28 dan taraf signifikan 5% (0,05) yaitu 0,312. Maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dalam angket untuk variabel Pengetahuan Anggota (X1), Persepsi Manfaat (X2), Persepsi Kemudahan (X3), dan Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Y) dinyatakan valid, sehingga dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

## 2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap kenyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur atau melakukan uji reabilitas dapat digunakan program SPSS dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Adapun kriteria bahwa instrumen itu dikatakan reliabel, apabila

nilai yang didapat dalam proses pengujian dengan uji statistik *Cronbach Alpha*  $> 0,60$ . Dan sebaliknya, jika *Cronbach Alpha* ditemukan angka koefisien lebih kecil ( $< 0,60$ ), maka dikatakan tidak reliabel.<sup>4</sup>



---

<sup>4</sup> Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: STAIN Kudus, 2009), 171.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Reliabilitas Instrumen**

Variabel	Jumlah Item	Cronbach Alpha	Hasil
Pengetahuan Anggota (X1)	3	0,786	Reliabel
Persepsi Manfaat (X2)	3	0,763	Reliabel
Persepsi Kemudahan (X3)	4	0,823	Reliabel
Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Y)	3	0,784	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS 23, 2022.

Berdasarkan tabel 4.7 di atas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* pada semua variabel  $> 0,60$ . Maka dapat disimpulkan bahwa semua item dalam angket pada variabel Pengetahuan Anggota (X1), Persepsi Manfaat (X2), Persepsi Kemudahan (X3), dan Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Y) dinyatakan reliabel, sehingga dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

## b) Uji Asumsi Klasik

### 1) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (bebas). Model regresi yang baik yaitu apabila tidak terjadi korelasi antar variabel independen.<sup>5</sup> Cara mengetahui ada tidaknya gejala multikolinieritas didalam model regresi yaitu dengan melihat VIF (*variance inflation factor*) dan nilai *Tolerance*. Jika nilai VIF  $< 10$  dan nilai *tolerance*  $> 0,10$  maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas. Sebaliknya jika nilai VIF  $> 10$  dan nilai *tolerance*  $< 0,10$  maka menunjukkan adanya multikolinieritas.<sup>6</sup> Berikut adalah hasil uji multikolinieritas pada penelitian ini:

<sup>5</sup> Danang Sunyoto, *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis* (Yogyakarta: CAPS, 2011), 79.

<sup>6</sup> Romie Priyastama, *The Book Of SPSS Pengolahan & Analisis Data* (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020), 122-123.

**Tabel 4.8**  
**Uji Multikolinieritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,170	,745		,228	,822		
Pengetahuan Anggota (X1)	,506	,115	,537	4,382	,000	,209	4,793
Persepsi Manfaat (X2)	,274	,128	,270	2,142	,042	,197	5,069
Persepsi Kemudahan (X3)	,151	,054	,224	2,794	,010	,486	2,058

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Y)

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS 23, 2022.

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas pada tabel 4.8 diatas, diketahui nilai VIF (*variance inflation factor*) dari variabel Pengetahuan Anggota (X1) sebesar 4,793, Persepsi Manfaat (X2) sebesar 5,069, dan Persepsi Kemudahan (X3) sebesar 2,058, maka seluruh nilai VIF < 10. Nilai *tolerance* dari variabel Pengetahuan Anggota (X1) sebesar 0,209, Persepsi Manfaat (X2) sebesar 0,197, dan Persepsi Kemudahan (X3) sebesar 0,486, maka seluruh nilai *tolerance* > 0,10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa antar variabel independen/bebas tidak terjadi multikolinieritas.

## 2) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel bebas (X) dan variabel

terikat (Y) apakah berdistribusi normal atau tidak.<sup>7</sup> Uji normalitas pada analisis regresi dan *multivariate* sangat kompleks, karena dilakukan pada seluruh variabel secara bersama-sama. Uji ini juga dapat dilakukan pada setiap variabel, dengan logika bahwa apabila secara individual masing-masing variabel memenuhi asumsi normalitas, maka secara bersama-sama (*multivariate*) variabel-variabel tersebut juga dapat dianggap memenuhi asumsi normalitas.<sup>8</sup> Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan cara tes statistik berdasarkan *test of normality* (*Kolmogorov Smirnov test*). Kriteria pengujiannya untuk pengambilan keputusannya yaitu:

- a) Jika nilai sig > 0,05, maka data berdistribusi normal.
- b) Jika nilai sig < 0,05, maka data berdistribusi tidak normal.<sup>9</sup>

Adapun hasil pengujian normalitas adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,01637911
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,140
	Positive	,140
	Negative	-,097
Test Statistic		,140
Asymp. Sig. (2-tailed)		.139 <sup>c</sup>

<sup>7</sup> Danang Sunyoto, *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*, 84.

<sup>8</sup> Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: STAIN Kudus, 2009, 187.

<sup>9</sup> V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 55.

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS 23, 2022.

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 4.9 diatas, diketahui nilai sig sebesar 0,139, maka nilai sig > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian tersebut berdistribusi normal.

**3) Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan nilai *Durbin Watson* dibandingkan dengan tabel *Durbin Watson* (dL dan dU). Jika  $dU < d_{hitung} < 4-dU$ , maka tidak terjadi autokorelasi.<sup>10</sup> Berikut adalah hasil uji autokorelasi:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Autokorelasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.958 <sup>a</sup>	.919	.909	.493	1,930

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan (X3), Pengetahuan Anggota (X1), Persepsi Manfaat (X2)

b. Dependent Variable: Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Y)

Berdasarkan uji autokorelasi *Dubin Watson* diatas dapat diketahui nilai dari d hitung sebesar 1,930. Untuk menentukan nilai *Durbin Watson* (dL dan dU) pada tabel *Durbin Watson* yaitu:

$$DW = k; n$$

$$DW = 3; 30$$

Maka nilai dL = 1,214, dan dU = 1,650

Jadi dapat diketahui nilai dU (1,650) < d hitung (1,930) < 4-dU (2,350), sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

<sup>10</sup> V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, 186.

**4) Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji *Glejser* SPSS. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusannya yaitu:

- a) Jika nilai sig > 0,05, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika nilai sig < 0,05, maka kesimpulannya adalah terjadi heteroskedastisitas.<sup>11</sup>

Adapun hasil pengujian heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	,044	,016		2,669	,013
Pengetahuan Anggota (X1)	,003	,003	,390	1,006	,324
Persepsi Manfaat (X2)	-,003	,003	-,388	-,973	,340
Persepsi Kemudahan (X3)	-,002	,001	-,380	-1,496	,147

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS 23, 2022.

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel 4.11 diatas, diketahui nilai sig pada variabel Pengetahuan Anggota (X1) sebesar 0,324, Persepsi

<sup>11</sup> Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 122-123.

Manfaat (X2) sebesar 0,340, Persepsi Kemudahan (X3) sebesar 0,147, maka seluruh nilai sig > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

c) **Pengujian Hipotesis**

1) **Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas/independen (X) terhadap variabel terikat/dependen (Y). Analisis regresi juga dapat digunakan untuk menguji kebenaran suatu hipotesis yang diajukan pada penelitian. Jika pengukuran pengaruh antar variabel melibatkan lebih dari satu variabel bebas dinamakan analisis regresi linier berganda. Dikatakan linier karena setiap estimasi atas nilai diharapkan mengalami peningkatan atau penurunan mengikuti garis lurus.<sup>12</sup> Pada penelitian ini dilakukan analisis regresi linier berganda dengan variabel Pengetahuan Anggota (X1), Persepsi Manfaat (X2), Persepsi Kemudahan (X3), dan Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Y). Dari hasil pengolahan data dengan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,170	,745		,228	,822
Pengetahuan Anggota (X1)	,506	,115	,537	4,382	,000
Persepsi Manfaat (X2)	,274	,128	,270	2,142	,042

<sup>12</sup> Danang Sunyoto, *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis* (Yogyakarta: CAPS, 2011), 9.

Persepsi Kemudahan (X3)	,151	,054	,224	2,79 4	,010
-------------------------------	------	------	------	-----------	------

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Y)

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 23, 2022

Tabel 4.12 tersebut menjelaskan hubungan antar variabel bebas (Pengetahuan Anggota (X1), Persepsi Manfaat (X2), Persepsi Kemudahan (X3)), dan dengan variabel terikat (Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Y)). Sehingga diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 0,170 + 0,506X_1 + 0,274X_2 + 0,151X_3 + e$$

Interpretasi dari persamaan diatas yaitu:

- Konstanta sebesar 0,170 secara matematis menyatakan bahwa jika nilai variabel bebas X1, X2, dan X3 sama dengan nol maka nilai Y adalah 0,170. Dengan kata lain bahwa nilai minat penggunaan *mobile banking* tanpa pengetahuan Anggota, persepsi manfaat, dan persepsi kemudahan adalah 0,170.
- Koefisien regresi variabel pengetahuan Anggota (X1) sebesar 0,506 artinya bahwa peningkatan satu satuan variabel pengetahuan anggota dengan asumsi variabel bebas lain konstan/tetap akan menyebabkan kenaikan minat penggunaan *mobile banking* (Y) sebesar 0,506.
- Koefisien regresi variabel persepsi manfaat (X2) sebesar 0,274 artinya bahwa peningkatan satu satuan variabel persepsi manfaat dengan asumsi variabel bebas lain konstan/tetap akan menyebabkan kenaikan minat penggunaan *mobile banking* (Y) sebesar 0,274.
- Koefisien regresi variabel persepsi kemudahan (X3) sebesar 0,151 artinya bahwa peningkatan satu satuan variabel persepsi kemudahan dengan asumsi variabel bebas lain konstan/tetap akan menyebabkan kenaikan minat penggunaan *mobile banking* (Y) sebesar 0,151.

## 2) Uji t

Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) yaitu pengetahuan Anggota, persepsi manfaat, dan persepsi kemudahan secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y) yaitu

minat menggunakan *mobile banking*.<sup>13</sup> Sebelum menyimpulkan hipotesis yang diterima atau ditolak, terlebih dahulu menentukan t tabel dengan taraf signifikan  $0,05/2 = 0,025$  (uji 2 arah) dengan derajat kebebasan (df) =  $n-1 = 30-1 = 29$ . Sehingga diperoleh t tabel sebesar 2,045. Kriteria pengujiannya yaitu:

- a) Jika  $sig > 0,05$  maka  $H_0$  diterima  
 Jika  $sig < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak
- b)  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} > -t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima  
 $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} < -t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak<sup>14</sup>

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji t**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,170	,745		,228	,822
Pengetahuan Anggota (X1)	,506	,115	,537	4,382	,000
Persepsi Manfaat (X2)	,274	,128	,270	2,142	,042
Persepsi Kemudahan (X3)	,151	,054	,224	2,794	,010

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Y)

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 23, 2022

<sup>13</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 161-162.

<sup>14</sup> V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 155.

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, berikut adalah penjelasan untuk masing-masing variabel:

a) Variabel Pengetahuan Anggota (X1)

Hipotesis:

Ho<sub>1</sub> : tidak ada pengaruh signifikan antara pengetahuan Anggota terhadap minat menggunakan *mobile banking*

H1 : ada pengaruh signifikan antara pengetahuan Anggota terhadap minat menggunakan *mobile banking*

Pada tabel 4.13 diketahui variabel pengetahuan Anggota (X1) memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 dan t hitung sebesar 4,382. Karena nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  dan t hitung  $> t$  tabel ( $4,382 > 2,045$ ) maka dapat disimpulkan bahwa Ho<sub>1</sub> ditolak dan H1 diterima. Artinya ada pengaruh signifikan antara pengetahuan Anggota (X1) terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Y).

b) Variabel Persepsi Manfaat (X2)

Hipotesis:

Ho<sub>2</sub> : tidak ada pengaruh signifikan antara persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *mobile banking*

H2 : ada pengaruh signifikan antara persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *mobile banking*

Berdasarkan tabel 4.13 diketahui variabel persepsi manfaat (X2) memiliki nilai signifikan sebesar 0,042 dan t hitung sebesar 2,142. Karena nilai signifikan  $0,042 < 0,05$  dan t hitung  $> t$  tabel ( $2,142 > 2,045$ ) maka dapat disimpulkan bahwa Ho<sub>2</sub> ditolak dan H2 diterima. Artinya ada pengaruh signifikan antara persepsi manfaat (X2) terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Y).

c) Variabel Persepsi Kemudahan (X3)

Hipotesis:

Ho<sub>3</sub> : tidak ada pengaruh signifikan antara persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *mobile banking*

H3 : ada pengaruh signifikan antara persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *mobile banking*

Berdasarkan tabel 4.13 diketahui variabel persepsi kemudahan (X3) memiliki nilai signifikan sebesar 0,010 dan t hitung sebesar 2,794. Karena nilai signifikan  $0,010 < 0,05$  dan t hitung  $> t$  tabel ( $2,794 > 2,045$ ) maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{03}$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Artinya ada pengaruh signifikan antara persepsi kemudahan (X3) terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Y).

## B. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan di BTH Amanah Kudus. Berdasarkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diperoleh hasil bahwa terdapat 20 orang berjenis kelamin laki-laki dengan nilai persentase 66,7%, dan sebanyak 10 orang berjenis kelamin perempuan dengan nilai persentase 33,3%.

### 1. Pengaruh Pengetahuan Anggota Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Pada BTH Amanah Kudus

Berdasarkan hasil analisis statistik uji t, diketahui variabel pengetahuan Anggota (X1) memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 dan t hitung sebesar 4,382. Karena nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  dan t hitung  $> t$  tabel ( $4,382 > 2,045$ ) maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{01}$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya ada pengaruh signifikan antara pengetahuan Anggota (X1) terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Y). Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sri Bulkia, Ana Sofia Herawati dan Nurul Hasanah dengan judul Pengaruh Pengetahuan Nasabah dan Kualitas Layanan terhadap Minat Individu Pengguna *Internet Banking* di Banjarmasin yang menyatakan bahwa pengetahuan nasabah berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.<sup>15</sup>

Menurut Drs. Sidi Gazalba, pengetahuan adalah apa yang diketahui atau hasil pekerjaan tahu. Pekerjaan tersebut adalah hasil dari kenal, sadar, insaf, mengerti, dan pandai. Pengetahuan itu adalah semua milik atau isi pikiran. Dengan demikian, pengetahuan merupakan hasil proses dari usaha

---

<sup>15</sup> Sri Bulkia dkk, “Pengaruh Pengetahuan Nasabah dan Kualitas Layanan terhadap Minat Individu Pengguna *Internet Banking* di Banjarmasin,” At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol..3, no.2, (2019), 96.

manusia untuk tahu.<sup>16</sup> Berdasarkan pengertian tentang pengetahuan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan anggota merupakan sejumlah pengalaman dan informasi mengenai *mobile banking* yang dimiliki oleh seseorang atau anggota.

Dalam menggunakan layanan *mobile banking*, anggota perlu mengetahui tentang karakteristik layanan tersebut. Apabila anggota kurang mengetahui informasi tentang *mobile banking*, maka dapat mengalami kesulitan bahkan kesalahan dalam mengambil keputusan dalam menggunakannya. Dalam hal ini *customer service* sangat berperan penting dalam pelayanan dan penyampaian informasi kepada anggota. Dengan demikian, anggota dapat mengetahui secara jelas tentang layanan *mobile banking*. Ketika anggota paham akan karakteristik dan manfaat dari layanan *mobile banking*, maka anggota tersebut akan berminat untuk menggunakannya. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap anggota di BTH Amanah Kudus yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan antara pengetahuan anggota terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

## **2. Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Pada BTH Amanah Kudus**

Berdasarkan hasil analisis statistik uji t, diketahui variabel persepsi manfaat (X2) memiliki nilai signifikan sebesar 0,042 dan t hitung sebesar 2,142. Karena nilai signifikan  $0,042 < 0,05$  dan t hitung  $> t$  tabel ( $2,142 > 2,045$ ) maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Artinya ada pengaruh signifikan antara persepsi manfaat (X2) terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Y). Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Giga Bawa Laksana, Endang Siti Astuti dan Rizki Yudi Dewantara dengan judul Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan *mobile banking* (Studi Pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang Jawa Tengah)

---

<sup>16</sup> Sueadi, *Pengantar filsafat Ilmu* (Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2016), 21.

yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.<sup>17</sup>

Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) diartikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerjanya.<sup>18</sup> Jadi dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat (*perceived usefulness*) merupakan kepercayaan seseorang jika menggunakan suatu teknologi, dalam hal ini ialah *mobile banking*. Berbagai macam manfaat dari penggunaan *mobile banking* diantaranya yaitu dapat meningkatkan produktivitas pengguna, dapat meningkatkan kinerja pengguna, dan meningkatkan efisiensi proses yang dilakukan pengguna.<sup>19</sup>

Perkembangan teknologi digital berperan besar terhadap perubahan perilaku masyarakat. Salah satunya yaitu aktivitas pembayaran secara *online*. Hal ini mendorong sektor perbankan menghadirkan *mobile banking*. Dengan berbagai macam manfaat yang diberikan, maka anggota akan terdorong untuk menggunakan *mobile banking* tersebut. Persepsi manfaat yang tinggi akan mengakibatkan tingginya pula minat untuk menggunakan *mobile banking*. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap anggota di BTH Amanah Kudus yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan antara persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

### **3. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Pada BTH Amanah Kudus**

Berdasarkan hasil analisis statistik uji t, diketahui bahwa variabel persepsi kemudahan (X3) memiliki nilai signifikan sebesar 0,010 dan t hitung sebesar 2,794. Karena nilai signifikan  $0,010 < 0,05$  dan t hitung  $> t$  tabel ( $2,794 >$

---

<sup>17</sup> Giga Bawa Laksana dkk, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang Jawa Tengah)", *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 26, no. 2, (2015), 5-6.

<sup>18</sup> Imam Sugih Rahayu, "Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model," *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol. 5, no. 2, (2015), 140.

<sup>19</sup> Ahmad dan Bambang Setyo Pambudi, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking BRI)," *Jurnal Studi Manajemen*, Vol. 8, no. 1, (2014), 4.

2,045) maka dapat disimpulkan bahwa Ho3 ditolak dan H3 diterima. Artinya ada pengaruh signifikan antara persepsi kemudahan (X3) terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Y). Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitri Anisa, Sylvia Roza dan Ali Masjono dengan judul Peran *Public Relations*, Kepercayaan, dan Persepsi kemudahan dalam mendorong Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Studi kasus pengguna *mobile banking* BNI Syariah di Kota Depok) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.<sup>20</sup>

Persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) adalah Persepsi tentang kemudahan penggunaan sebuah teknologi yang didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan.<sup>21</sup> Persepsi kemudahan dalam penggunaan teknologi khususnya *mobile banking* menunjukkan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem tersebut adalah mudah dan tidak memerlukan usaha keras untuk digunakan. Meskipun usaha menurut setiap orang berbeda-beda, tetapi pada umumnya untuk menghindari penolakan dari pengguna sistem atas sistem yang dikembangkan, maka sistem *mobile banking* harus jelas dan mudah diaplikasikan oleh pengguna. Apabila sistem *mobile banking* tersebut mudah digunakan, maka anggota akan berminat untuk menggunakannya bahkan dalam jangka waktu yang lama. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap anggota di BTH Amanah Kudus yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan antara persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

---

<sup>20</sup> Fitriana dkk, "Peran *Public Relations*, Kepercayaan, dan Persepsi kemudahan dalam mendorong Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Studi kasus pengguna *mobile banking* BNI Syariah di Kota Depok)", Jurnal Akuntansi dan perbankan, Vol. 7, no. 1, (2018), 1265.

<sup>21</sup> Mislah Hayati Nasution dan Sutisna, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah terhadap Internet Banking," Jurnal Nisbah, Vol. 1, no.1, (2015), 66.