

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Objek Penelitian

Perkembangan teknologi informasi sangat berperan penting dalam tingkat keberhasilan suatu bisnis. Salah satu bidang bisnis yang mengikuti perkembangan teknologi informasi ini yaitu industri perbankan. Hal ini diwujudkan dalam pengembangan sistem pelayanan terhadap nasabah dalam bentuk *mobile banking* yang merupakan bentuk layanan secara *online* serta inovatif yang diberikan oleh bank yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi keuangan melalui *smartphone* atau media digital lainnya. Menyikapi hal tersebut Bank Syariah Indonesia (BSI) yang merupakan bank syariah terbesar di Indonesia menghadirkan suatu inovasi layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (*BSI Mobile*) yang dapat memberikan dampak yang sangat besar pada era digital sekarang. Untuk melakukan transaksi keuangan apapun cukup dalam satu genggam *smartphone* yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja.¹

Layanan *BSI Mobile* memberikan kenyamanan kepada nasabah dalam melakukan berbagai transaksi keuangan dengan mudah dan fleksibel, tanpa terikat oleh waktu dan lokasi. serta memiliki fungsi baik secara finansial, spiritual, dan sosial. Dikupas secara fungsi finansial yaitu sebagai alat penunjang yang membantu nasabah melakukan transaksi keuangan, seperti mendapatkan informasi rekening, transfer uang, melakukan transaksi pembayaran dan pembelian, misalnya pembayaran biaya pendidikan atau akademik, pembayaran layanan telepon serta langganan internet, pembayaran tagihan listrik, pembayaran transaksi *e-commerce*, *top up* saldo *e-wallet*, pembelian pulsa atau paket data dan token listrik dan lain-lain. Sementara ditinjau dari fungsi sosial, *BSI Mobile* dilengkapi layanan Islami seperti fitur lokasi masjid, jadwal shalat, arah qiblat, surah-surah *Juz Amma*, *Asmaul Husna* yang melengkapi kegiatan beribadah. Adapun ditinjau dari fungsi sosial yang berarti layanan *BSI Mobile* menghubungkan nasabah agar dapat

¹ Riani Sholikhah, "Peran Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Di Era Digital," [news.detik.com](https://news.detik.com/kolom/d-6473413/peran-mobile-banking-bank-syariah-indonesia-di-era-milenial), 2022, <https://news.detik.com/kolom/d-6473413/peran-mobile-banking-bank-syariah-indonesia-di-era-milenial>. Diakses pada tanggal 05 April 2023.

berinteraksi dengan tujuan tertentu seperti jual beli atau gadai emas, dan fitur layanan berbagi berupa pembayaran zakat, infaq, wakaf yang juga dilengkapi kalkulator yang dapat menghitung berupa zakat yang harus disisihkan berdasarkan besaran pendapatan nasabah.²

Aplikasi *mobile banking* seperti layanan BSI *Mobile* dinilai sangat efektif digunakan oleh para generasi milenial, dikarenakan mereka tumbuh dan dibesarkan berdampingan oleh perkembangan kemajuan teknologi dan informasi. Sebagai generasi milenial tentunya akan cenderung menyukai sesuatu yang mudah dan praktis terutama dalam hal yang berkaitan dengan keuangan dan rencana masa depan, maka penggunaan layanan BSI *Mobile* saat ini akan menjadi jawaban untuk memenuhi keinginan para generasi milenial dalam kemudahan melakukan transaksi keuangan, terutama dalam konteks ini menunjang transaksi pembayaran belanja online melalui *e-commerce* yang sampai sekarang masih marak dilakukan oleh para generasi milenial. Sehingga menjadikan generasi milenial sebagai objek dalam pemasaran digital saat ini.³ Sementara itu minat penggunaan layanan BSI *Mobile* dalam berbagai transaksi keuangan juga terindikasi didorong oleh tingkat religiusitas masyarakat muslim yang memiliki kepercayaan terhadap Bank Syariah Indonesia sebagai lembaga keuangan yang beroperasi sesuai dengan prinsip ajaran agama Islam terutama di Kabupaten Kudus yang merupakan wilayah dengan ajaran dan kebudayaan agama Islamnya yang sangat kental.

2. Karakteristik Responden

karakteristik responden atau deskriptif responden merupakan suatu gambaran dari keadaan dan kondisi responden yang dapat memberikan informasi yang digunakan untuk memahami hasil dari suatu penelitian. Dalam memperoleh data pada penelitian ini, peneliti telah melakukan penyebaran kuesioner dan telah dijawab oleh para responden dimana responden yang dipilih yaitu generasi milenial pengguna BSI *Mobile* di Kabupaten Kudus serta pernah atau sering melakukan

² Bank Syariah Indonesia, “BSI Mobile,” [bankbsi.co.id](https://www.bankbsi.co.id), <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/produk/bsi-mobile>. Diakses pada tanggal 05 April 2023.

³ Acep Samsudin et al., “Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Melalui BSI Mobile Pada Bank Syariah Indonesia,” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 4, no. 4 (2023): 1163–1170.

transaksi pembelian melalui *e-commerce*. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan pengelompokan karakteristik responden sebagai berikut:

a. Gender/Jenis Kelamin

Data mengenai karekteristik responden berdasarkan gender/jenis kelamin yang diperoleh pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender/Jenis Kelamin

Gender/Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
Laki-laki	45	45%
Perempuan	55	55%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil olah data penelitian IBM Statistics SPSS 26, diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat diketahui bahwa dari 100 responden, terdiri dari responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 45 orang (45%), sedangkan responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 55 orang (55%).

b. Usia

Data mengenai karakteristik responden berdasarkan usia yang diperoleh pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Presentase (%)
22 - 25 Tahun	55	55%
26 - 30 Tahun	38	38%
31 - 35 Tahun	7	7%
36 - 42 Tahun	0	0%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil olah data penelitian IBM Statistics SPSS 26, diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa jika dari total 100 responden, terdiri dari responden yang berusia 22 - 25 tahun berjumlah 55 orang (55%),

responden yang berusia 26 - 30 tahun berjumlah 38 orang (38%), dan responden yang berusia 31 - 35 tahun berjumlah 7 orang (7%).

c. Alamat / Domisi Kabupaten Kudus (Kecamatan)

Data mengenai karakteristik responden berdasarkan alamat / domisili Kabupaten Kudus dan terbagi menjadi 9 Kecamatan yang diperoleh pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat/Domisili Kabupaten Kudus (Kecamatan)

Alamat/Domisili Kabupaten Kudus (Kec)	Frekuensi	Presentase (%)
Bae	17	17%
Dawe	7	7%
Gebog	6	6%
Jati	18	18%
Kota Kudus	19	19%
Jekulo	2	2%
Kaliwungu	9	9%
Mejobo	11	11%
Undaan	11	11%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil olah data penelitian IBM Sttistics SPSS 26, diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa dari total 100 responden yang diperoleh terdiri dari responden yang berdomisili di Kecataman Bae berjumlah 17 orang (17%), responden yang berdomisili di Kecamatan Dawe berjumlah 7 orang (7%), responden yang berdomisili di Kecamatan Gebog berjumlah 6 orang (6%), responden yang berdomisili di Kecamatan Jati berjumlah 18 orang (18%), responden yang berdomisili di Kecamatan Kota Kudus berjumlah 19 orang (19%), responden yang berdomisili di Kecamatan Jekulo berjumlah 2 orang (2%), responden yang berdomisili di Kecamatan Kaliwungu berjumlah 9 orang (9%), responden yang berdomisili di Kecamatan Mejobo berjumlah 11 orang (11%), dan

responden yang berdomisili di Kecamatan Undaan berjumlah 11 orang (11%).

d. Pekerjaan

Data mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan yang diperoleh pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Presentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	52	52%
Pegawai Negeri / BUMN	4	4%
Wirausaha	0	0%
Karyawan Swasta	11	11%
Lain-lain	33	33%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil olah data penelitian IBM Statistics SPSS 26, diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa dari total 100 responden pada penelitian ini, terdiri dari responden yang berstatus sebagai pelajar/mahasiswa berjumlah 52 orang (52%), responden bekerja sebagai pegawai negeri / BUMN berjumlah 4 orang (4%), tidak diperoleh responden yang bekerja sebagai wirausaha (0%), sedangkan responden yang bekerja sebagai karyawan swasta berjumlah 11 orang (11%), dan sisa responden lainnya yaitu berjumlah 33 orang (33%) tergolong pada jenis pekerjaan lain-lain selain yang telah diuraikan oleh peneliti.

e. Pendapatan per Bulan

Data mengenai karakteristik responden berdasarkan pendapatan per bulan yang diperoleh pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan

Pendapatan per Bulan	Frekuensi	Presentase (%)
< Rp.1.500.000	48	48%
Rp.1.500.000 - Rp.2.000.000	10	10%
Rp.2.000.000 - Rp.2.500.000	36	36%
> Rp.2.500.000	6	6%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil olah data penelitian IBM Statistics SPSS 26, diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.5 di atas diketahui bahwa dari 100 responden yang diperoleh pada penelitian ini terdiri dari responden yang mempunyai pendapatan per bulan sebesar < Rp.1.500.000 berjumlah 48 orang (48%), responden yang mempunyai pendapatan per bulan Rp.1.500.000 - Rp.2.000.000 berjumlah 10 orang (10%), responden yang mempunyai pendapatan per bulan sebesar Rp.2.000.000 - Rp.2.500.000 berjumlah 36 orang (36%), dan responden yang mempunyai pendapatan > Rp.2.500.000 berjumlah 6 orang (6%).

f. Pengguna E-Commerce

Data mengenai karakteristik responden yang diperoleh pada penelitian ini berdasarkan *platform e-commerce* yang sering digunakan seperti (Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, JD.ID, Blibli, dan sebagainya) yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Platform E-Commerce yang Sering Digunakan

Pengguna Platform E-commerce	Frekuensi	Presentase (%)
Shopee	84	84%
Tokopedia	16	16%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil olah data penelitian IBM Statistics SPSS 26, diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.6 di atas dapat diketahui bahwa dari sejumlah 100 responden yang telah diperoleh pada

penelitian ini seluruhnya merupakan pengguna *platform e-commerce* Shopee dan Tokopedia. Responden yang sering menggunakan *platform e-commerce* Shopee berjumlah 84 orang (84%), sedangkan responden yang sering menggunakan *platform e-commerce* Tokopedia berjumlah 16 orang (16%).

g. Pengguna BSI Mobile

Pada penelitian ini telah diperoleh responden yang memiliki karakteristik sebagai pengguna BSI *Mobile* berjumlah 100 orang (100%). Dari sejumlah 100 responden pengguna BSI *Mobile* tersebut dikelompokkan lagi berdasarkan lama menjadi pengguna BSI *Mobile* yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pengguna BSI Mobile

Lama Menggunakan BSI <i>Mobile</i>	Frekuensi	Presentase (%)
< 1 Tahun	29	29%
1 - 2 Tahun	61	61%
> 2 Tahun	10	10%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil olah data penelitian IBM Statistics SPSS 26, diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dapat diketahui bahwa dari 100 responden pengguna BSI *Mobile* yang diperoleh pada penelitian ini terdiri dari responden pengguna BSI *Mobile* selama < 1 tahun berjumlah 29 (29%), responden pengguna BSI *Mobile* selama 1 - 2 tahun berjumlah 61 orang (61%), dan responden pengguna BSI *Mobile* selama > 2 tahun berjumlah 10 orang (10%).

Dari sejumlah 100 responden pengguna BSI *Mobile* dengan karakteristik seberapa lama menjadi pengguna aplikasi BSI *Mobile* yang telah diuraikan tersebut. Diperoleh sebanyak 94 responden (94%) yang berminat menggunakan layanan BSI *Mobile* dalam transaksi *e-commerce*. Sedangkan sisanya yaitu sebanyak 6 responden (6%) belum berminat untuk menggunakan layanan BSI *Mobile* dalam transaksi *e-commerce*, dikarenakan beberapa alasan yaitu menghindari kemungkinan adanya biaya administrasi, dan telah terbiasa menggunakan sistem

pembayaran *Cash on Delivery* (COD), serta lebih memilih menggunakan *e-wallet* dari *platform e-commerce* itu sendiri seperti *shopeepay* agar mendapatkan promo gratis ongkir (ongkos kirim).

3. Deskripsi Angket

Berdasarkan dari hasil masing-masing jawaban responden terhadap pernyataan yang diajukan oleh peneliti mengenai pengaruh *service quality*, *compatibility*, dan *perceived risk* terhadap *intention of use* generasi milenial pada layanan *mobile banking* bank syariah Indonesia dalam transaksi *e-commerce* diperoleh frekuensi dari setiap jawaban responden tersebut yaitu sebagai berikut:

a. Service Quality (X1)

Variabel *Service Quality* memiliki 5 item pernyataan, hasil jawaban dari item tersebut akan dijelaskan pada tabel 4.8 berikut:

Tabel 4.8 Frekuensi Jawaban Responden Variabel *Service Quality* (X1)

Item	Kategori										Total %
	STS		TS		N		S		SS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X1.1	0	0%	0	0%	8	8%	45	45%	47	47%	100%
X1.2	0	0%	0	0%	8	8%	56	56%	36	36%	100%
X1.3	0	0%	0	0%	7	7%	55	55%	38	38%	100%
X1.4	0	0%	0	0%	7	7%	68	68%	25	25%	100%
X1.5	0	0%	0	0%	7	7%	42	42%	51	51%	100%
Jumlah	0		0		37		266		197		500
Rata-rata	0		0		7,4		53,2		39,4		100

Sumber: Hasil olah data penelitian IBM Statistics SPSS 26, diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.8 di atas dapat diketahui sebagai berikut:

- 1) Jawaban responden mengenai pernyataan item X1.1 (*BSI Mobile* dapat dengan mudah digunakan kapanpun dan dimanapun untuk membayar pembelian barang secara *online* di *e-commerce*) memperoleh

- jawaban sangat setuju (47%), setuju (45%), netral (8%), tidak setuju (0%) dan sangat tidak setuju (0%).
- 2) Jawaban responden mengenai pernyataan item X1.2 (Pembayaran transaksi pembelian secara *online* di *e-commerce* dapat dengan cepat dilakukan menggunakan *BSI Mobile*) memperoleh jawaban sangat setuju (36%), setuju (56%), netral (8%), tidak setuju (0%), dan sangat tidak setuju (0%).
 - 3) Jawaban responden mengenai pernyataan item X1.3 (Penggunaan *BSI Mobile* sebagai metode pembayaran dalam transaksi *e-commerce* dapat dipercaya dan tidak akan disalahgunakan pihak bank) memperoleh jawaban sangat setuju (38%), setuju (55%), netral (7%), tidak setuju (0%), dan sangat tidak setuju (0%).
 - 4) Jawaban responden mengenai pernyataan item X1.4 (Pihak bank akan langsung menanggapi dengan cermat perihal keluhan, masukan, atau pemberian informasi mengenai keinginan dan kebutuhan pengguna yang berkaitan dengan fitur pembayaran transaksi *e-commerce* pada *BSI Mobile* melalui *call center*, e-mail, dan kotak saran yang telah disediakan) memperoleh jawaban sangat setuju (25%), setuju (68%), netral (7%), tidak setuju (0%) dan sangat tidak setuju (0%).
 - 5) Jawaban responden mengenai pernyataan item X1.5 (*BSI Mobile* menyediakan fitur layanan yang mendukung pembayaran transaksi *e-commerce* dengan desain dan tampilan yang menarik dan mudah dimengerti) memperoleh jawaban sangat setuju (51%), setuju (42%), netral (7%), tidak setuju (0%) dan sangat tidak setuju (0%).

b. *Compatibility* (X2)

Variabel *Compatibility* memiliki 5 item pernyataan, hasil jawaban dari item tersebut akan dijelaskan pada tabel 4.9 berikut:

**Tabel 4.9 Frekuensi Jawaban Responden Variabel
*Compatibility (X2)***

Item	Kategori										Total %
	STS		TS		N		S		SS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X2.1	0	0%	0	0%	8	8%	55	55%	37	37%	100%
X2.2	0	0%	0	0%	4	4%	50	50%	46	46%	100%
X2.3	0	0%	0	0%	3	3%	58	58%	39	39%	100%
X2.4	0	0%	0	0%	11	11%	52	52%	37	37%	100%
X2.5	0	0%	0	0%	7	7%	43	43%	50	50%	100%
Jumlah	0		0		33		258		209		500
Rata-rata	0		0		6,6		51,6		41,8		100

Sumber: Hasil olah data penelitian IBM Statistics SPSS 26, diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.9 di atas dapat diketahui sebagai berikut:

- 1) Jawaban responden mengenai pernyataan item X2.1 (Penggunaan *BSI Mobile* sebagai metode pembayaran dalam transaksi *e-commerce* sangat cocok dengan gaya hidup saya yang serba instan di era digital ini) memperoleh jawaban sangat setuju (37%), setuju (55%), netral (8%), tidak setuju (0%), dan sangat tidak setuju (0%).
- 2) Jawaban responden mengenai pernyataan item X2.2 (*BSI Mobile* memiliki fungsi yang sama dengan teknologi yang sudah biasa digunakan sebagai metode pembayaran dalam transaksi *e-commerce* tanpa harus mengeluarkan uang tunai) memperoleh jawaban sangat setuju (46%), setuju (50%), netral (4%), tidak setuju (0%) dan sangat tidak setuju (0%).
- 3) Jawaban responden mengenai pernyataan item X2.3 (*BSI Mobile* sangat membantu kebutuhan saya untuk membayar transaksi pembelian barang secara *online* di *e-commerce*) memperoleh jawaban sangat setuju (39%), setuju (58%), netral (3%), tidak setuju (0%), dan sangat setuju (0%).
- 4) Jawaban responden mengenai pernyataan item X2.4 (Teknologi *BSI Mobile* selalu diperbarui dan

disempurkanakan untuk memudahkan pembayaran transaksi pembelian barang secara online di *e-commerce*) memperoleh jawaban sangat setuju (37%), setuju (52%), netral (11%), tidak setuju (0%) dan sangat tidak setuju (0%).

- 5) Jawaban responden mengenai pernyataan X2.5 (Saya semakin yakin dan nyaman untuk menggunakan BSI *Mobile* sebagai metode pembayaran dalam transaksi *e-commerce*) memperoleh jawaban sangat setuju (50%), setuju (43%), netral (7%), tidak setuju (0%), dan sangat tidak setuju (0%).

c. Perceived Risk (X3)

Variabel *Perceived Risk* memiliki 5 item pernyataan, hasil dari jawaban item pernyataan tersebut akan dijelaskan pada tabel 4.10 berikut:

Tabel 4.10 Frekuensi Jawaban Responden Variabel *Perceived Risk (X3)*

Item	Kategori										Total %
	STS		TS		N		S		SS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X3.1	0	0%	0	0%	8	8%	55	55%	37	37%	100%
X3.2	0	0%	0	0%	4	4%	51	51%	45	45%	100%
X3.3	0	0%	0	0%	5	5%	36	36%	59	59%	100%
X3.4	0	0%	0	0%	6	6%	57	57%	37	37%	100%
X3.5	0	0%	0	0%	7	7%	59	59%	34	34%	100%
Jumlah	0		0		30		258		212		500
Rata-rata	0		0		6		51,6		42,4		100

Sumber: Hasil olah data penelitian IBM Statistics SPSS 26, diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.10 di atas dapat diketahui sebagai berikut:

- 1) Jawaban responden mengenai item pernyataan X3.1 (Layanan BSI *Mobile* dapat beroperasi dengan baik dan jarang sekali terjadi gangguan (*error system*) ketika digunakan untuk membayar transaksi pembelian barang secara *online* di *e-commerce*) memperoleh jawaban sangat setuju (37%), setuju

- (55%), netral (8%), tidak setuju (0%), dan sangat tidak setuju (0%).
- 2) Jawaban responden mengenai item pernyataan X3.2 (Penggunaan BSI *Mobile* sebagai metode pembayaran dalam transaksi *e-commerce* tidak akan menyebabkan pengguna dianggap pamer oleh orang lain serta tidak akan merubah status sosial seseorang menjadi lebih tinggi) memperoleh jawaban sangat setuju (45%), setuju (51%), netral (4%), tidak setuju (0%), dan sangat tidak setuju (0%).
 - 3) Jawaban responden mengenai item pernyataan X3.3 (Tidak membutuhkan waktu yang lama untuk mempelajari teknis penggunaan BSI *Mobile* sebagai metode pembayaran dalam transaksi *e-commerce*) memperoleh jawaban sangat setuju (59%), setuju (36%), netral (5%), tidak setuju (0%), dan sangat tidak setuju (0%).
 - 4) Jawaban responden mengenai item pernyataan X3.4 (Penggunaan BSI *Mobile* sebagai metode pembayaran dalam transaksi *e-commerce* tidak memerlukan biaya yang mahal) memperoleh jawaban sangat setuju (37%), setuju (57%), netral (6%), tidak setuju (0%), dan sangat tidak setuju (0%).
 - 5) Jawaban responden mengenai item pernyataan X3.5 (Ketika menggunakan BSI *Mobile* sebagai metode pembayaran dalam transaksi *e-commerce*, nomor PIN dan *password* pengguna akan terjamin keamanannya sehingga mencegah terjadinya penipuan yang mengatasnamakan pengguna) memperoleh jawaban sangat setuju (34%), setuju (59%), netral (7%), tidak setuju (0%), dan sangat tidak setuju (0%).

d. *Intention of Use* (Y)

Variabel *Intention of Use* memiliki 5 item pernyataan, hasil dari jawaban item pernyataan tersebut akan dijelaskan pada tabel 4.11 berikut:

**Tabel 4.11 Frekuensi Jawaban Responden Variabel
*Intention of Use (Y)***

Item	Kategori										Total %
	STS		TS		N		S		SS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Y.1	0	0%	0	0%	3	3%	54	54%	43	43%	100%
Y.2	0	0%	0	0%	7	7%	49	49%	44	44%	100%
Y.3	0	0%	0	0%	6	6%	48	48%	46	46%	100%
Y.4	0	0%	0	0%	7	7%	51	51%	42	42%	100%
Y.5	0	0%	0	0%	11	11%	46	46%	43	43%	100%
Jumlah	0		0		34		248		218		500
Rata-rata	0		0		6,8		49,6		43,6		100

Sumber: Hasil olah data penelitian IBM Statistics SPSS 26, diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.11 di atas dapat diketahui sebagai berikut:

- 1) Jawaban responden mengenai item pernyataan Y.1 (Saya tertarik untuk menggunakan BSI *Mobile* sebagai metode pembayaran dalam transaksi *e-commerce*) memperoleh jawaban sangat setuju (43%), setuju (54%), netral (3%), tidak setuju (0%), dan sangat tidak setuju (0%).
- 2) Jawaban responden mengenai item pernyataan Y.2 (Saya akan selalu menggunakan BSI *Mobile* sebagai metode pembayaran dalam transaksi *e-commerce* secara berulang kali) memperoleh jawaban sangat setuju (44%), setuju (49%), netral (7%), tidak setuju (0%), dan sangat tidak setuju (0%).
- 3) Jawaban responden mengenai item pernyataan Y.3 (Saya akan merekomendasikan BSI *Mobile* sebagai metode pembayaran dalam transaksi *e-commerce* kepada orang lain) memperoleh jawaban sangat setuju (46%), setuju (48%), netral (6%), tidak setuju (0%), dan sangat tidak setuju (0%).
- 4) Jawaban responden mengenai item pernyataan Y.4 (Saya sangat senang menggunakan BSI *Mobile* untuk membayar transaksi pembelian barang secara *online* di *e-commerce*) memperoleh jawaban sangat setuju

(42%), setuju (52%), netral (7%), tidak setuju (0%), dan sangat tidak setuju (0%).

- 5) Jawaban mengenai item pernyataan Y.5 (*BSI Mobile* merupakan metode pembayaran yang unggul dalam transaksi *e-commerce* dibandingkan dengan metode pembayaran lainnya) memperoleh jawaban sangat setuju (43%), setuju (46%), netral (11%), tidak setuju (0%), dan sangat tidak setuju (0%).

B. Hasil Uji Instrumen

1. Hasil Uji Validitas

Hasil uji validitas pada penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi IBM Statistics SPSS 26. Sehingga dapat memperoleh hasil uji validitas terhadap masing-masing pernyataan yang digunakan sebagai instrumen penelitian berupa kuesioner untuk mengukur variabel *Service Quality* (X1), *Compatibility* (X2), *Perceived Risk* (X3), dan *Intention of Use* (Y). Suatu butir pernyataan dikatakan valid apabila nilai dari tiap butir pernyataan atau r_{hitung} (*Pearson Corelation*) tersebut positif dan lebih dari r_{tabel} atau nilai *Asymp Sig (2-tiled)* $< 0,05$. Untuk mengetahui nilai r_{tabel} , didasarkan pada nilai *df* (*degree of freedom*) dengan menggunakan rumus sebagai berikut:⁴

$$df = n - 2$$

Keterangan:

df = Derajat kebebasan sampel

n = Total sampel

$$= 100 - 2$$

$$= 98$$

Pada uji validitas 100 responden diperoleh $df = 98$ dengan taraf signifikansi 5%, sehingga didapatkan nilai 0,197 sebagai nilai r_{tabel} dalam distribusi nilai r_{tabel} dengan tingkat signifikansi untuk uji dua arah sebagai berikut:

⁴ Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolah Data Terprkatis* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014), 51-55.

Tabel 4.12 Distrbiasi Nilai r tabel

df = n - 2	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah	
	0,05	0,025
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah	
	0,1	0,05
98	0,1654	0,1966

Sehingga diperoleh hasil uji validitas pada variabel penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Service Quality (X1)</i>	X1.1	0,650	0,197	Valid
	X1.2	0,635	0,197	Valid
	X1.3	0,643	0,197	Valid
	X1.4	0,623	0,197	Valid
	X1.5	0,617	0,197	Valid
<i>Compatibility (X2)</i>	X2.1	0,611	0,197	Valid
	X2.2	0,632	0,197	Valid
	X2.3	0,633	0,197	Valid
	X2.4	0,636	0,197	Valid
	X2.5	0,624	0,197	Valid
<i>Perceived Risk (X3)</i>	X3.1	0,671	0,197	Valid
	X3.2	0,611	0,197	Valid
	X3.3	0,627	0,197	Valid
	X3.4	0,611	0,197	Valid
	X3.5	0,611	0,197	Valid
<i>Intention of Use (Y)</i>	Y.1	0,675	0,197	Valid
	Y.2	0,666	0,197	Valid
	Y.3	0,657	0,197	Valid
	Y.4	0,652	0,197	Valid
	Y.5	0,677	0,197	Valid

Sumber: Hasil olah data penelitian IBM Statistics SPSS 26, diolah 2023

Berdasarkan pada tabel 4.13 tersebut diketahui bahwa masing-masing item dari variabel *Service Quality* (X1), *Compatibility* (X2), *Perceived Risk* (X3) dan *Intention of Use* (Y) memiliki nilai r_{hitung} (*Pearson Correlation*) lebih besar dari r_{tabel} (0,197). Maka semua item pernyataan dalam instrumen penelitian dikatakan valid sehingga dapat dijadikan sebagai alat pengumpulan data.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel atau dapat dipercaya, apabila suatu butir pernyataan dalam instrumen penelitian yang digunakan stabil dan dapat diandalkan walaupun penelitian tersebut telah dilakukan berulang kali dengan instrumen yang sama. Pada penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan menggunakan bantuan aplikasi IBM Statistics SPSS 26 dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* pada tabel *output* SPSS. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memberikan nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ atau 60%. Adapun hasil *output* perhitungan tersebut dapat dilihat di bawah ini:

Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Total Item	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
<i>Service Quality</i> (X1)	5 Butir	0,626	Reliabel
<i>Compatibility</i> (X2)	5 Butir	0,612	Reliabel
<i>Perceived Risk</i> (X3)	5 Butir	0,613	Reliabel
<i>Intention of Use</i> (Y)	5 Butir	0,683	Reliabel

Sumber: Hasil olah data Penelitian IBM Statistic SPSS 26, diolah 2023

Berdasarkan pada tabel 4.14 tersebut diketahui bahwa variabel *Service Quality* (X1), *Compatibility* (X2), *Perceived Risk* (X3), *Intention of Use* (Y) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ sehingga masing-masing item instrumen dikatakan reliabel serta dapat digunakan dalam mengumpulkan data penelitian.

C. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

Pada penelitian ini, dilakukan uji normalitas menggunakan aplikasi IBM *Statistics SPSS 26* untuk menilai apakah semua variabel dalam model regresi berasal dari data yang mengikuti distribusi normal. Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Untuk menentukan normalitas data, diperhatikan nilai signifikansi *Asymp Sig (2-tailed)* dari uji *Kolmogorov Smirnov*. Jika nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa data tidak berdistribusi normal. Adapun hasil uji normalitas pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

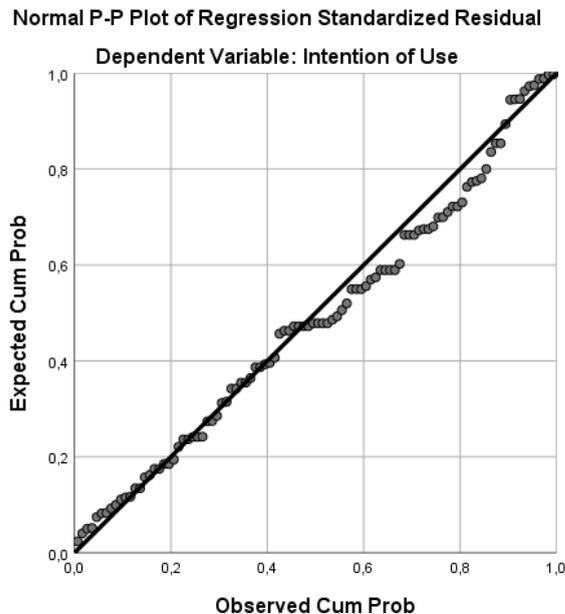
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,19132733
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,079
	Positive	,079
	Negative	-,047
Test Statistic		,079
Asymp. Sig. (2-tailed)		,123 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Hasil olah data penelitian IBM Statistics SPSS 26, diolah 2023

Berdasarkan hasil uji *Kolmogorov Smirnov* pada tabel 4.15, ditemukan bahwa nilai *Asymp Sig (2-tailed)* yaitu 0,123 yang berarti nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh dalam penelitian ini mengikuti distribusi normal. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa asumsi normalitas untuk model regresi telah terpenuhi.

Pengujian normalitas data juga dilakukan dengan cara menganalisis titik-titik pada *Normal P-Plot of Regression Standardized Residual* dari variabel independen. Data berdistribusi normal ketika titik-titik pada gambar menyebar dan mendekat di sekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis diagonal. Sedangkan data yang tidak berdistribusi normal, titik-titik pada gambar akan menyebar dan menjauhi garis diagonalnya. Hasil uji normalitas menggunakan *Normal P-Plot of Regression Standardized Residual* yaitu sebagai berikut:

Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Menggunakan *Normal P-Plot of Regression Standardized Residual*



Sumber: Hasil olah data penelitian IBM Statistics SPSS 26, diolah 2023

Berdasarkan pada gambar 4.1 dapat diketahui bahwa titik-titik pada kurva P-Plot mendekati dan mengikuti arah garis diagonalnya, hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Sehingga model regresi pada penelitian ini dapat dinyatakan telah memenuhi normalitas.

2. Hasil Uji Multikolinearitas

Pada penelitian ini, dilakukan uji multikolinearitas menggunakan aplikasi IBM *Statistics* SPSS 26 untuk mengevaluasi adanya hubungan linear yang kuat antara beberapa variabel bebas (independen) dalam model regresi. Tujuan dari uji ini adalah untuk menentukan apakah terdapat korelasi yang signifikan antara variabel bebas (independen). Untuk melihat apakah terjadi multikolinearitas, dapat diperhatikan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Jika nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas. Sebaliknya, jika nilai *Tolerance* kurang dari 0,10 dan nilai VIF lebih dari 10, maka terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	1 (Constant)	,303	1,612				,188
Service Quality	,235	,088	,221	2,671	,009	,529	1,891
Compatibility	,398	,097	,369	4,100	,000	,446	2,244
Perceived Risk	,357	,099	,325	3,601	,001	,444	2,254

a. Dependent Variable: Intention of Use

Sumber: Hasil olah data penelitian IBM *Statistics* SPSS 26, diolah 2023

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 4.16 di atas, dapat diketahui bahwa masing-masing variabel bebas (independen) memiliki nilai *Tolerance* yang lebih besar dari 0,10 yaitu nilai *Tolerance* pada variabel *Service Quality* (X1) sebesar 0,529. Nilai *Tolerance* pada variabel *Compatibility* (X2) sebesar 0,446 dan nilai *Tolerance* variabel *Perceived Risk* (X3) sebesar 0,444. Selain itu, nilai VIF untuk variabel *Service Quality* (X1) sebesar 1,891 nilai VIF variabel *Compatibility*

(X2) sebesar 2,244 dan nilai VIF variabel *Perceived Risk* (X3) sebesar 2,254 dimana keseluruhan nilai VIF pada setiap variabel bebas (independen) kurang dari 10. Dengan demikian, berdasarkan hasil tersebut maka menunjukkan bahwa tidak adanya multikolinearitas dalam model regresi yang digunakan, sehingga syarat bebas multikolinearitas sudah terpenuhi.

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengidentifikasi adanya ketidaksamaan dalam varians residual antara pengamatan dalam model regresi. Dalam model regresi yang baik, tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada penelitian ini dalam uji heteroskedastisitas menggunakan metode uji *glejser*. Tidak terjadinya heteroskedastisitas dalam suatu model regresi apabila nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 begitu juga sebaliknya. Berikut merupakan hasil uji heteroskedastisitas dengan bantuan aplikasi IBM *Statistics SPSS 26* terhadap model regresi pada penelitian ini.

Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,376	1,008		3,348	,001
Service Quality	-,079	,055	-,196	1,442	,153
Compatibility	,010	,061	,025	,168	,867
Perceived Risk	-,045	,062	-,107	-,724	,471

a. Dependent Variable: ABS_RESIDUAL

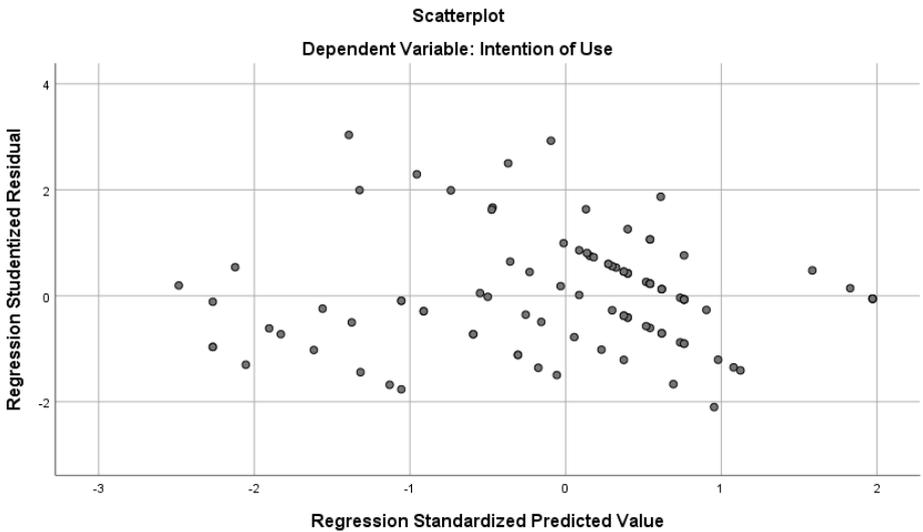
Sumber: Hasil olah data penelitian IBM *Statistics SPSS 26*, diolah 2023

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel 4.17 di atas, dapat dilihat bahwa variabel *Service Quality* (X1) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,153 pada variabel *Compatibility* (X2) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,867 dan variabel *Perceived Risk* (X3) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,471. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi pada setiap variabel bebas (independen) lebih besar dari 0,05.

Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Selain itu pengujian heteroskedastisitas dapat juga dilakukan dengan menggunakan uji *scatterplot*. Dasar pengambilan keputusan pada uji *scatterplot* yaitu dengan melihat titik-titik pada grafik *scatterplot* jika tidak terdapat pola tertentu dan menyebar di atas dan di bawah nol (0), maka model regresi dapat dinyatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, begitu juga sebaliknya. Adapun hasil dari uji heteroskedastisitas menggunakan uji *scatterplot* pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Uji Scatterplot



Sumber: Hasil olah data penelitian IBM Statistics SPSS 26, diolah 2023

Berdasarkan gambar 4.2 diatas maka dapat diketahui bahwa pada grafik *scatterplot* titik-titik tidak memiliki pola yang jelas serta tersebar di atas dan di bawah nol (0), sehingga model regresi dalam penelitian ini dapat dinyatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

D. Hasil Analisis Data

1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mencari tahu pengaruh secara linier beberapa variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Pada penelitian ini, analisis regresi linear berganda digunakan untuk memperkirakan nilai dari variabel dependen yaitu *Intention of Use* generasi milenial pada layanan *BSI Mobile* dalam transaksi *e-commerce* di Kabupaten Kudus apabila nilai dari variabel independen yaitu *Service Quality* (X1), *Compatibility* (X2), dan *Perceived Risk* (X3) mengalami kenaikan atau penurunan. Tujuan dari analisis ini juga untuk melihat adanya hubungan positif atau negatif antara variabel independen dengan variabel dependen tersebut. Adapun hasil analisis regresi linear berganda pada penelitian ini melalui *IBM Statistics SPSS 26* yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.18 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,303	1,612		,188	,851
Service Quality	,235	,088	,221	2,671	,009
Compatibility	,398	,097	,369	4,100	,000
Perceived Risk	,357	,099	,325	3,601	,001

a. Dependent Variable: Intention of Use

Sumber: Hasil olah data penelitian *IBM Statistics SPSS 26*, diolah 2023

Berdasarkan pada hasil analisis regresi linear berganda pada tabel 4.18, dapat diketahui persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

$$Y = 0,303 + 0,235X_1 + 0,398X_2 + 0,357X_3 + \epsilon$$

Keterangan:

$$Y = \textit{Intention of Use}$$

$$\alpha = \text{Konstanta}$$

$$\beta_1 = \text{Koefisien Regresi Service Quality}$$

$$\beta_2 = \text{Koefisien Regresi Compatibility}$$

$$\beta_3 = \text{Koefisien Regresi Perceived Risk}$$

$X_1 = \textit{Service Quality}$

$X_2 = \textit{Compatibility}$

$X_3 = \textit{Perceived Risk}$

$\varepsilon = \textit{Standart Error}$

Penjelasan dari model persamaan regresi linear berganda tersebut yaitu sebagai berikut:

- a. Konstanta (α) = 0,303 artinya apabila nilai variabel *Service Quality*, *Compatibility*, dan *Perceived Risk* (X) diasumsikan nol ($X = 0$), berarti nilai variabel *Intention of Use* (Y) menjadi sebesar 0,303.
- b. Nilai koefisien regresi untuk variabel *Service Quality* (X_1) sebesar 0,235 yang berarti bahwa jika variabel *Service Quality* (X_1) meningkat sebesar 1 poin dengan asumsi konstanta atau variabel independen lainnya bernilai nol (0), maka variabel *Intention of Use* (Y) akan meningkat sebesar 0,235. Nilai koefisien yang positif menunjukkan terjadi hubungan yang positif antara variabel *Service Quality* dengan variabel *Intention of Use*.
- c. Nilai koefisien regresi untuk variabel *Compatibility* (X_2) sebesar 0,398 yang berarti bahwa jika variabel *Compatibility* (X_2) meningkat sebesar 1 poin dengan asumsi konstanta atau variabel independen lainnya bernilai nol (0), maka variabel *Intention of Use* (Y) akan meningkat sebesar 0,398. Nilai koefisien yang positif menunjukkan terjadi hubungan yang positif antara variabel *Compatibility* dengan variabel *Intention of Use*.
- d. Nilai koefisien regresi untuk variabel *Perceived Risk* (X_3) sebesar 0,357 yang berarti bahwa jika variabel *Perceived Risk* (X_3) meningkat sebesar 1 poin dengan asumsi konstanta atau variabel independen lainnya bernilai nol (0), maka variabel *Intention of Use* (Y) akan meningkat sebesar 0,357. Nilai koefisien yang positif menunjukkan terjadi hubungan yang positif antara variabel *Perceived Risk* dengan variabel *Intention of Use*.

2. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pada penelitian ini telah dilakukan uji koefisien determinasi untuk melihat seberapa besar presentase pengaruh yang diberikan oleh variabel independen secara bersamaan terhadap variabel dependen untuk mengukur seberapa jauh variasi variabel independen dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yaitu antara nol ($R^2 = 0$) dan satu ($R^2 = 1$). Apabila nilai koefisien determinasi yang kecil dan mendekati nol (0) berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Sedangkan nilai koefisien determinasi yang besar dan mendekati satu (1) maka berarti variasi variabel independen dapat memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi pada penelitian ini melalui IBM *Statistics* SPSS 26 yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,808 ^a	,653	,643	1,20980
a. Predictors: (Constant), Perceived Risk, Service Quality, Compatibility				

Sumber: Hasil olah data penelitian IBM *Statistics* SPSS 26, diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.19 di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,643 atau 64,3%. Hal ini menunjukkan bahwa presentase pengaruh variabel *Service Quality*, *Compatibility*, dan *Perceived Risk* terhadap variabel *Intention of Use* sebesar 64,3%. Atau variasi variabel independen dalam model regresi ini mampu menjelaskan atau mempengaruhi sebesar 64,3% variasi variabel dependen. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 35,7% dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

b. Hasil Uji F (Simultan)

Uji F (simultan) dilakukan untuk mencari tahu pengaruh dari masing-masing variabel independen yaitu *Service Quality* (X1), *Compatibility* (X2), dan *Perceived Risk* (X3) secara simultan atau bersama-sama atas variabel dependen yaitu *Intention of Use* (Y). Untuk mengetahui hasil uji F didasarkan pada pengambilan keputusan yaitu apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan nilai signifikansi $< 0,05$ maka variabel independen (X) secara simultan atau bersamaan berpengaruh terhadap variabel dependen (Y), begitu juga sebaliknya. Adapun Nilai F_{tabel} dapat diketahui dengan memperhatikan distribusi tabel F dengan signifikansi 0,05 dan menggunakan rumus sebagai berikut:⁵

$$F_{tabel} = (df1 ; df2)$$

$$df1 = k - 1$$

$$df2 = n - k$$

$$= F (k - 1 ; n - k)$$

Keterangan:

n = Total sampel

k = Jumlah variabel (independen dan dependen)

$$= F (4-1; 100 - 4)$$

$$= F (3; 96)$$

$$= 2,70$$

Untuk lebih lanjut dapat disimak pada tabel 4.20 sebagai berikut:

Tabel 4.20 Distribusi Nilai F_{tabel} (sig. 0,05)

df2 (N2) = n - k	df1 (N1) = k - 1		
	1	2	3
96	3,94	3,09	2,70

Adapun hasil uji F pada penelitian ini melalui IBM *Statistics SPSS 26* yaitu sebagai berikut:

⁵ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: MediaKom, 2010), 67.

**Tabel 4.21 Hasil Uji F (Simultan)
ANOVA^a**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	264,933	3	88,311	60,338	,000 ^b
Residual	140,507	96	1,464		
Total	405,440	99			

a. Dependent Variable: Intention of Use
b. Predictors: (Constant), Perceived Risk, Service Quality , Compatibility

Sumber: Hasil olah data penelitian IBM Statistics SPSS 26, diolah 2023

Berdasarkan data yang diperoleh dari tabel 4.21 di atas, maka dapat diketahui nilai F_{hitung} sebesar 60,338 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai F_{tabel} sebesar 2,70. Sehingga dapat disimpulkan bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($60,338 > 2,70$) serta nilai signifikansi lebih kecil daripada 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka dapat diartikan bahwa variabel *Service Quality* (X1), *Compatibility* (X2), dan *Perceived Risk* (X3) secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel *Intention of Use* (Y).

c. Hasil Uji t (Parsial)

Uji t (Parsial) pada penelitian ini dilakukan untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh secara individu dari variabel independen yaitu *Service Quality* (X1), *Compatibility* (X2), dan *Perceived Risk* (X3) terhadap variabel dependen yaitu *Intention of Use* (Y). Untuk mengetahui hasil uji t dilakukan dengan dasar pengambilan keputusan apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, serta nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat diartikan bahwa variabel independen (X) secara parsial atau individu mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Y), begitu juga sebaliknya. Untuk mendapatkan nilai t_{tabel} dapat menggunakan uji dua arah dengan rumus sebagai berikut:⁶

⁶ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: MediaKom, 2010), 68-69.

$$t_{\text{tabel}} = t(\alpha ; n - k)$$

Keterangan:

α = Tingkat keyakinan 95 % = 0,05 untuk uji dua arah

n = Total sampel

k = Jumlah variabel (independen dan dependen)

$$= t(0,05; 100 - 4)$$

$$= t(0,05; 96)$$

$$= 1,985$$

Untuk lebih lanjut dapat dilihat pada tabel 4.22 di bawah ini:

Tabel 4.22 Distribusi Nilai t_{tabel}

df	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah			
	0,25	0,1	0,05	0,025
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah			
	0,5	0,2	0,1	0,05
96	0,67705	1,29043	1,66088	1,98498

Adapun hasil dari uji t (parsial) pada penelitian ini dengan menggunakan IBM *Statistics SPSS 26* yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.23 Hasil Uji t (Parsial)
Coefficients^a**

	Model	t	Sig.
1	(Constant)	,188	,851
	Service Quality	2,671	,009
	Compatibility	4,100	,000
	Perceived Risk	3,601	,001
a. Dependent Variable: Intention of Use			

Sumber: Hasil olah data penelitian IBM *Statistics SPSS 26*, diolah 2023

Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada tabel 4.23 sehingga dapat diketahui sebagai berikut:

- a. Pengaruh *Service Quality* terhadap *Intention of Use* generasi milineal pada layanan BSI *Mobile*

dalam transaksi *e-commerce* di Kabupaten Kudus.

Berdasarkan pada hasil uji *t* (parsial) diketahui t_{hitung} sebesar 2,671 yang mana jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} (1,985) maka dapat diartikan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,671 > 1,985$) dengan nilai sig. $0,009 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka variabel *Service Quality* memiliki pengaruh terhadap *Intention of Use* generasi milenial pada layanan BSI *Mobile* dalam transaksi *e-commerce* di Kabupaten Kudus.

- b. Pengaruh *Compatibility* terhadap *Intention of Use* generasi milenial pada layanan BSI *Mobile* dalam transaksi *e-commerce* di Kabupaten Kudus.

Berdasarkan pada hasil uji *t* (parsial) diketahui t_{hitung} sebesar 4,100 yang mana jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} (1,985) maka dapat diartikan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,100 > 1,985$) dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima. Maka variabel *Compatibility* memiliki pengaruh terhadap *Intention of Use* generasi milenial pada layanan BSI *Mobile* dalam transaksi *e-commerce* di Kabupaten Kudus.

- c. Pengaruh *Perceived Risk* terhadap *Intention of Use* generasi milenial pada layanan BSI *Mobile* dalam transaksi *e-commerce* di Kabupaten Kudus.

Berdasarkan pada hasil uji *t* (parsial) diketahui t_{hitung} sebesar 3,601 yang mana jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} (1,985) maka dapat diartikan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,601 > 1,985$) dengan nilai sig. $0,001 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima. Maka variabel *Perceived Risk* memiliki pengaruh terhadap *Intention of Use* generasi milenial pada layanan BSI *Mobile* dalam transaksi *e-commerce* di Kabupaten Kudus.

E. Pembahasan

1. Pengaruh *Service Quality* terhadap *Intention of Use* Generasi Milenial pada Layanan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia dalam Transaksi *E-Commerce* di Kabupaten Kudus

Berdasarkan hasil uji statistik menggunakan IBM *Statistics SPSS 26* yang telah dilakukan pada hasil penelitian ini memperoleh hasil uji *t* (parsial) atas *service quality* sebagai variabel independen terhadap *intention of use* generasi milenial pada layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia dalam transaksi *e-commerce* di Kabupaten Kudus sebagai variabel dependen, menghasilkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,671 > 1,985$) dengan nilai signifikan $0,009 < 0,05$. Sehingga dapat dinyatakan bahwa *service quality* memiliki pengaruh secara parsial terhadap *intention of use* generasi milenial pada layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia dalam transaksi *e-commerce* di Kabupaten Kudus.

Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan positif antara *service quality* terhadap *intention of use* generasi milenial pada layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia dalam transaksi *e-commerce* di Kabupaten Kudus, hal ini dapat diamati dari hasil koefisien analisis regresi linear berganda yang menunjukkan angka positif sebesar 0,235 atau *service quality* memiliki pengaruh sebesar 23,5% terhadap *intention of use* generasi milenial pada layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia dalam transaksi *e-commerce* di Kabupaten Kudus.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat diartikan bahwa semakin tinggi *service quality* (kualitas layanan) yang didapatkan dari penggunaan layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (*BSI Mobile*) dalam transaksi *e-commerce*, maka akan semakin besar minat generasi milenial pada layanan *BSI Mobile* dalam transaksi *e-commerce* di Kabupaten Kudus. Kualitas layanan yang baik yang diberikan oleh *BSI Mobile* meliputi kemudahan penggunaan layanan kapan saja dan dimana saja serta ketepatan dan kecepatan operasional layanan *BSI Mobile* saat dibutuhkan dalam melakukan pelunasan transaksi pembayaran *e-commerce* menjadi pertimbangan dalam memilih layanan *BSI Mobile* dalam transaksi *e-commerce*. Selain itu, didukung dengan penyediaan layanan bantuan dan petunjuk penggunaan *BSI Mobile* dalam transaksi *e-commerce* dan akses layanan informasi dan akses komunikasi yang cepat dan cermat dalam menghubungkan antara konsumen dengan

pihak bank yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta pemberian perhatian kepada konsumen yaitu berupa penanganan keluhan masalah (*handling complaint*) yang dialami saat menggunakan layanan BSI *Mobile* secara cermat untuk meningkatkan kualitas layanan yang diberikan.

Kualitas layanan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk menilai keunggulan dan kekurangan suatu produk atau layanan yang diterimanya, sehingga kualitas layanan yang baik dari BSI *Mobile* yang dapat dirasakan nasabah dan didukung dengan jaminan keamanan serta tingkat pengelolaan penanganan keluhan dengan cepat, tepat dan memuaskan sehingga dapat memberikan suatu keunggulan terhadap kinerja layanan BSI *Mobile* tersebut dan mampu memberikan keyakinan kepada generasi milenial untuk menggunakan layanan BSI *Mobile* dalam transaksi *e-commerce*. Hal ini sesuai dengan pernyataan Icek Ajzen (1985) dalam *Theory Planed of Behavior* (TPB) bahwa kinerja yang diperoleh dari suatu perilaku dapat memberikan *behavioral belief* yaitu keyakinan atau kepercayaan individu, dalam hal ini yaitu keunggulan layanan yang diperoleh dari penggunaan BSI *Mobile* dalam transaksi *e-commerce* yang dilanjutkan dengan *outcome evaluation* yaitu penilaian terhadap layanan yang diterima sehingga ketika layanan BSI *Mobile* tersebut mampu memberikan kualitas layanan yang baik maka dapat mendorong nasabah untuk memilih menggunakan layanan BSI *Mobile* dalam transaksi *e-commerce*. Dimana pada *Theory Planed of Behavior* (TPB) *behavioral belief* dan *outcome evaluation* tersebut termasuk ke dalam aspek *attitude toward behavior* yang merupakan salah satu faktor yang menentukan niat dalam berperilaku seseorang.

Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa H₁ yang menyatakan *service quality* berpengaruh terhadap *intention of use* generasi milenial pada layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia dalam transaksi *e-commerce* di Kabupaten Kudus dapat diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Evon M. Abu-Taieh, Issam Al-Hadid, Sabah Abu-Tayeh, et al. (2022)⁷ yang menunjukkan

⁷ Evon M. Abu-Taieh et al., "Continued Intention to Use of M-Banking in Jordan by Integrating UTAUT, TPB, TAM and Service Quality with ML," *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 8, no. 3 (2022): 120.

bahwa variabel *service quality* berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Achmad Fandi (2019)⁸ yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI *Mobile*).

2. **Pengaruh *Compatibility* terhadap *Intention of Use* Generasi Milenial pada Layanan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia dalam Transaksi *E-Commerce* di Kabupaten Kudus**

Berdasarkan hasil uji statistik menggunakan IBM Statistics SPSS 26 yang telah dilakukan pada hasil penelitian ini memperoleh hasil uji *t* (parsial) atas *compatibility* sebagai variabel independen terhadap *intention of use* generasi milenial pada layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia dalam transaksi *e-commerce* di Kabupaten Kudus sebagai variabel dependen, menghasilkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,100 > 1,985$) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat dinyatakan bahwa *compatibility* memiliki pengaruh secara parsial terhadap *intention of use* generasi milenial pada layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia dalam transaksi *e-commerce* di Kabupaten Kudus.

Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan positif antara *compatibility* terhadap *intention of use* generasi milenial pada layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia dalam transaksi *e-commerce* di Kabupaten Kudus, hal ini dapat diamati dari hasil koefisien analisis regresi linear berganda yang menunjukkan angka positif sebesar 0,398 atau *compatibility* memiliki pengaruh sebesar 39,8% terhadap *intention of use* generasi milenial pada layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia dalam transaksi *e-commerce* di Kabupaten Kudus.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa semakin tinggi tingkat *compatibility* atau kesesuaian penggunaan layanan BSI *mobile* yang dirasakan oleh generasi milenial di Kabupaten Kudus, maka akan semakin tinggi juga minat penggunaan generasi milenial pada layanan BSI *Mobile* dalam transaksi *e-commerce* di Kabupaten Kudus. Para generasi

⁸ Achmad Fandi, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya," *Jurnal Ekonomi Islam* 2, no. 3 (2019): 110-117.

milenial yang memiliki gaya hidup yang serba praktis dan instan serta tingkat intensitas penggunaan teknologi internet yang semakin meningkat dalam segala aspek kehidupannya seperti halnya pada kebiasaan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya secara *online* dalam hal ini yaitu kebiasaan jual beli barang *online* di *e-commerce* serta kemudahan penggunaan metode pembayaran non tunai dalam segala transaksi menjadikan standar kesesuaian penggunaan layanan BSI *Mobile* terhadap gaya hidup generasi milenial saat ini.

Indikator lain dari aspek *compatibility* yaitu kesesuaian penggunaan inovasi teknologi layanan BSI *Mobile* berdasarkan potensi pengalaman sebelumnya dari penggunaan teknologi yang serupa sehingga menjadikan konsumen sudah terbiasa sehingga tidak memerlukan waktu yang lama untuk mempelajari kembali penggunaan teknologi tersebut serta dorongan kebutuhan saat ini seperti maraknya transaksi keuangan non tunai juga dianggap sebagai karakteristik yang penting dalam suatu proses penerimaan konsumen terhadap inovasi teknologi baru yang memberikan keyakinan dalam proses penerimaan suatu perilaku dan selanjutnya memunculkan kepercayaan dan rasa nyaman atas suatu inovasi teknologi BSI *Mobile*, sehingga hal tersebut mampu mempengaruhi minat penggunaan generasi milenial pada layanan BSI *Mobile* dalam transaksi *e-commerce* di Kabupaten Kudus.

Hal ini sesuai dengan *Theory Planed of Behavior* (TPB) yang menyatakan bahwa salah satu aspek penentu yang menunjang sebuah perilaku tertentu yaitu adanya kontrol keyakinan yang merupakan bagian dari pengalaman individu sebelumnya yang berkaitan dengan keyakinan atas sumber daya dan peluang yang ada, atau pengaruh informasi terdahulu baik yang meringankan atau menambah tingkat kesulitan untuk melakukan perilaku tertentu, dalam hal ini yaitu kesesuaian terhadap potensi nilai-nilai atau gaya hidup seseorang, kebutuhan individu saat ini, dan pengalaman mengadopsi teknologi sebelumnya yang serupa dengan layanan BSI *Mobile*. Dimana pada *Theory Planed of Behavior* faktor kontrol keyakinan tersebut termasuk ke dalam *perceived behavioral control* yaitu sebagai persepsi seseorang tentang kemampuannya untuk menampilkan suatu perilaku tertentu yang diterimanya dan juga merupakan salah satu faktor yang menentukan niat dalam berperilaku seseorang.

Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa H_2 yang menyatakan *compatibility* berpengaruh terhadap *intention of use* generasi milenial pada layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia dalam transaksi *e-commerce* di Kabupaten Kudus dapat diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Jonathan C. Ho, Chornng Guang Wu, Chung Shing Lee, et al. (2020)⁹ dan penelitian yang telah dilakukan oleh Herning Indriastuti (2020)¹⁰ yang menunjukkan bahwa variabel *compatibility* berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

3. Pengaruh *Perceived Risk* terhadap *Intention of Use* Generasi Milenial pada Layanan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia dalam Transaksi *E-Commerce* di Kabupaten Kudus

Berdasarkan hasil uji statistik menggunakan IBM *Statistics SPSS 26* yang telah dilakukan pada hasil penelitian ini memperoleh hasil uji *t* (parsial) atas *perceived risk* sebagai variabel independen terhadap *intention of use* generasi milenial pada layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia dalam transaksi *e-commerce* di Kabupaten Kudus sebagai variabel dependen, menghasilkan nilai *t* hitung $>$ *t* tabel ($3,601 > 1,985$) dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$. Sehingga dapat dinyatakan bahwa *perceived risk* memiliki pengaruh secara parsial terhadap *intention of use* generasi milenial pada layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia dalam transaksi *e-commerce* di Kabupaten Kudus.

Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan positif antara *perceived risk* terhadap *intention of use* generasi milenial pada layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia dalam transaksi *e-commerce* di Kabupaten Kudus, hal ini dapat diamati dari hasil koefisien analisis regresi linear berganda yang menunjukkan angka positif sebesar 0,357 atau *perceived risk* memiliki pengaruh sebesar 35,7% terhadap *intention of use* generasi milenial pada layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia dalam transaksi *e-commerce* di Kabupaten Kudus.

⁹ Jonathan C. Ho et al., "Factors Affecting the Behavioral Intention to Adopt Mobile Banking: An International Comparison," *Technology in Society* 63 (2020): 101360.

¹⁰ Herning Indriastuti, "Consumer Acceptance Mobile Banking Di Bank Swasta Indonesia," *Forum Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi* 22, no. 2 (2020): 210-217.

Dari hasil penelitian tersebut sehingga dapat diketahui bahwa jika pihak Bank Syariah Indonesia dapat semakin meningkatkan usaha pengendalian risiko yang timbul akibat dari penggunaan layanan BSI *Mobile* sehingga mampu meminimalisir adanya risiko tersebut, maka akan semakin tinggi minat penggunaan generasi milenial pada layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia dalam transaksi *e-commerce* di Kabupaten Kudus. Layanan BSI *Mobile* sebagai salah satu jenis transaksi *online* sehingga dinilai sangat rentan menimbulkan risiko kerugian dikarenakan proses transaksi tidak dilakukan secara langsung dengan pihak yang bersangkutan. Risiko tersebut meliputi risiko kegagalan sistem (*error system*) yaitu layanan BSI *Mobile* tidak bekerja dengan semestinya saat dibutuhkan untuk melakukan suatu transaksi, dalam hal ini yaitu transaksi pembayaran belanja online di *e-commerce*. Selain itu adanya risiko biaya juga dapat mempengaruhi minat penggunaan, yaitu kekhawatiran mengenai besarnya biaya yang dikenakan pada layanan BSI *mobile* saat digunakan dalam transaksi *e-commerce* mengakibatkan konsumen beralih menggunakan metode pembayaran lainnya seperti sistem pembayaran *Cash on Delivery* (COD) atau metode pembayaran lain yang dinilai memiliki banyak promo potongan harga yang ditawarkan seperti diskon ongkos kirim barang, promo *cashback* yaitu keuntungan yang diberikan setelah transaksi selesai, dan lain-lain. Sehingga jika penggunaan layanan BSI *Mobile* dalam transaksi *e-commerce* mampu menekan biaya tambahan yang dikeluarkan dan adanya inovasi potongan harga di setiap penggunaan layanan maka hal tersebut mampu mempengaruhi minat penggunaan generasi milenial pada layanan BSI *Mobile* dalam transaksi *e-commerce*. Dalam penggunaan layanan BSI *Mobile*, pengendalian risiko yang berkaitan dengan keamanan transaksi dan data pribadi pengguna juga menjadi hal yang paling diutamakan. Pada BSI *Mobile* pihak bank telah melakukan upaya pengendalian risiko tersebut dengan penggunaan *password* atau kata sandi untuk mengakses rekening nasabah dan nomor PIN untuk melakukan transaksi keuangan. Selain itu pihak bank juga memberikan konfirmasi melalui *Short Message Service* (SMS) mengenai transaksi yang sedang dilakukan, serta autentikasi melalui *e-mail* yang telah terdaftar untuk kemudian dilakukan konfirmasi pengguna. Sehingga hal ini dinilai mampu meminimalisir terjadinya pencurian data yang mengakibatkan terjadinya

penyalahgunaan data seperti penipuan yang mengatasnamakan pengguna. Dengan demikian risiko penggunaan layanan BSI *Mobile* dalam transaksi *e-commerce* harus dapat diminimalisir bahkan jika bisa risiko tersebut dihilangkan.

Dalam hal ini *perceived risk* dapat menjadi aspek penentuan sikap individu mengenai pandangan pengguna mengenai risiko kerugian yang mungkin akibat dari penggunaan layanan BSI *Mobile* dalam transaksi *e-commerce* serta upaya mengantisipasi risiko tersebut atau halangan-halangan yang ada, sehingga sejalan dengan *Theory Planed of Behavior* (TPB) yang terdapat aspek *perceived behavioral control* (kontrol perilaku persepsian) yang mampu memprediksi niat terhadap suatu perilaku. Selain itu pada variabel *perceived risk* juga terdapat indikator mengenai risiko sosial, yaitu pengaruh dari lingkungan sosial jika seseorang hendak mengadopsi layanan BSI *Mobile* dalam transaksi *e-commerce* yang mengakibatkan derajat status sosial seseorang tersebut menjadi lebih tinggi dibandingkan dengan lainnya yang tidak mengadopsi layanan tersebut. Dalam lingkup kalangan generasi milenial hal tersebut sangat jarang terjadi karena seperti yang sudah diketahui pada era digital ini penggunaan teknologi dalam aspek kehidupan manusia bukan merupakan hal yang baru bahkan dari kalangan generasi yang tumbuh berdampingan dengan perkembangan teknologi, bahkan jika risiko sosial tersebut terjadi, kalangan generasi milenial akan tetap memanfaatkan teknologi dalam segala aspek kehidupannya karena telah terlanjur akrab dengan teknologi dan sudah menjadi suatu kebiasaan. Hal tersebut juga sejalan dengan *Theory Planed of Behavior* (TPB) yang termasuk ke dalam aspek *subjective norm* (norma subjektif) yaitu pengaruh eksternal dalam hal ini yaitu pendapat orang lain atau tekanan dari lingkungan sosial yang mengakibatkan adanya risiko sosial sehingga mempengaruhi individu untuk melakukan suatu perilaku tertentu yang sedang dipertimbangkan.

Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa H_3 yang menyatakan bahwa *perceived risk* berpengaruh terhadap *intention of use* generasi milenial pada layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia dalam transaksi *e-commerce* di Kabupaten Kudus dapat diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh F. Muñoz-Leiva, S.

Climent-Climent. dan F. Liébana-Cabanillas (2017)¹¹ yang menyatakan bahwa *perceived risk* memiliki pengaruh terhadap penggunaan mobile banking. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian oleh Zuliani dan Nisa Ayu Pruwati (2021)¹² yang menunjukkan bahwa *perceived risk* berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking* Bank Syariah.



¹¹ F. Muñoz-Leiva,S. Climent-Climent, and F. Liébana-Cabanillas, "Determinants of Intention to Use The Mobile Banking Apps: An Extension of The Classic TAM Model," *Spanish Journal of Marketing - ESIC* 21, no. 1 (2017): 25-38.

¹² Zuliani and Nisa Ayu Purwati, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah," *Serambi Konstruktivis* 3, no. 4 (2021): 243-249.