

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Bank Syariah Indonesia KC Kudus

Nama : PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk

Alamat :

a. KC A. Yani 1 : Jl. Jendral A. Yani No. 9, Magersari, Panjunan, Kec. Kota, Kab, Kudus (59317)

b. KC A. Yani 2 : Jl. Ahmad Yani No. 23 A-B, Krajan, Panjunan, Kec. Kota, Kab. Kudus (59317) No. Telp : 0291-439272 (KC 1) dan 0291-444894 (KC2)

Call Center : BSI Call 14040

Whatsapp : +62815 8411 4040

Website : www.bankbsi.co.id⁵⁹

2. Sejarah Bank Syariah Indonesia

Keberadaan industri Perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan terhadap inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang di miliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.⁶⁰

Pada 1 Februari 2021 pukul 13:00 WIB yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Di dukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia di dorong untuk dapat bersaing di

⁵⁹ BSI, "Bank Syariah Indonesia Di Kudus," n.d., <https://www.bankbsi.co.id/jaringan>.

⁶⁰ Humaidy, "Inovasi Digital Membuat Bank Syariah Indonesia (BSI) Tumbuh Pesat."

tingkat global. Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang di harapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah Perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam.⁶¹

Berdirinya Bank Syariah Indonesia (BSI) di resmikan melalui surat yang di keluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Surat yang di rilis dengan Nomor: SR-3/PB.1/2021 tanggal 27 Januari 2021 perihal pemberian izin penggabungan PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah ke dalam PT Bank BRI syariah Tbk serta izin perubahan nama dengan menggunakan Izin Usaha PT Bank BRI syariah Tbk menjadi Izin Usaha atas nama PT Bank Syariah Indonesia Tbk sebagai Bank hasil penggabungan. Dengan di keluarkannya surat dari OJK ini maka semakin menguatkan posisi BSI untuk melakukan aktivitas perbankan berlandaskan konsep syariah dan penggabungan dari 3 Bank pembentuknya. Salah satu bentuk perkembangan BSI ialah turut hadirnya bank BSI KC Kudus yaitu KC Ahmad Yani 1 dan KC Ahmad Yani 2.⁶²

3. Produk Bank Syariah Indonesia

a. Individu

- 1) Tabungan, diantaranya: BSI Tabungan Bisnis, BSI Tabungan Classic, BSI Tabungan Easy Mudharabah, BSI Tabungan Easy Wadiah, BSI Tabungan Efek Syariah, BSI Tabungan Junior, BSI Tabungan Mahasiswa, BSI Tabungan Payroll, BSI Tabungan Pendidikan, BSI Tabungan Pensiun, BSI Tabungan Prima, BSI Tabungan Rencana, BSI Tabungan Simpanan Pelajar, BSI Tabungan Smart, BSI Tabungan Valas, BSI TabunganKu, BSI Tapenas Kolektif.
- 2) Haji dan Umroh, meliputi: BSI Tabungan Haji Indonesia, dan BSI Tabungan Haji Muda Indonesia.
- 3) Pembiayaan, diantaranya: Bilateral Financing, BSI Cash Collateral, BSI Distributor Financing, BSI Griya Hasanah, BSI Griya Konstruksi, BSI Griya Mabrur, BSI Griya

⁶¹ PT Bank Syariah Indonesia Tbk, "Informasi Lengkap Tentang Tentang Kami Perusahaan Bank Syariah Indonesia," n.d., <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>.

⁶² PT Bank Syariah Indonesia Tbk, "Informasi Lengkap Tentang Tentang Kami Perusahaan Bank Syariah Indonesia," n.d., <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>

Simuda, BSI Griya Swakarya, BSI KPR Sejahtera, BSI KUR Kecil, BSI KUR Mikro, BSI KUR Super Mikro, BSI Mitra Beragun Emas (Non Qardh), BSI Mitraguna Berkah, BSI Multiguna Hasanah, BSI Oto, BSI Pensiun Berkah, BSI Umrah, dan Mitraguna Online.

- 4) Investasi, diantaranya: Bancassurance, BSI Deposito Valas, BSI Reksa Dana Syariah, Cash Waqf Linked Sukuk Ritel (Sukuk Wakaf Ritel), Deposito Rupiah, Referral Retail Brokerage, dan SBSN Ritel.
 - 5) Transaksi, meliputi: BSI Giro Rupiah dan BSI Giro Valas
 - 6) Emas, diantaranya: BSI Cicil Emas, BSI Gadaai Emas.
 - 7) Bisnis, diperuntukkan bagi pelaku Usaha Kecil dan Mikro, diantaranya: Bank Guarantee Under Counter Guarantee, BSI Bank Garansi, BSI Cash Management, BSI Deposito Ekspor SDA, BSI Giro Ekspor SDA, BSI Giro Optima, BSI Giro Pemerintah, BSI Pembiayaan Investasi, Giro Vostro, Jasa Penagihan Transaksi Trade Finance Antar Bank, dan Pembiayaan Yang Diterima (PYD).
 - 8) Prioritas, diantaranya: BSI Prioritas, BSI Private, Safe Deposite Box (SDB).
- b. Perusahaan
- 1) Trade Finance & Services, meliputi: Pembiayaan Investasi, Penyelesaian Wesel Ekspor, LC Issuance/SKDBN, Buyer Financing, Distributor Financing, Supplier Financing, dan Bank Garansi.
 - 2) Pembiayaan, diantaranya: BSI Prioritas, BSI Private, dan Safe Deposite Box (SDB).
 - 3) Simpanan, diantaranya: Giro SBSN, Deposito DHE SDA, Giro DHE SDA, dan Giro Optima.
 - 4) Cash Management, meliputi: CMS dan OPBS (SO/DO) Pertamina
 - 5) Tresuri, diantaranya: Transaksi Sukuk, Deposito On Call (DOC), BSI Lindung Nilai Syariah, Transaksi Valuta Asing – Devisa Umum/Telegraphic Transfer, Transaksi Valuta Asing – Uang Kertas Asing (Banknotes).⁶³
- c. *Digital Banking*
- Meliputi: BSI Mobile, Buka Rekening Online, Solusi Emas, BSI QRIS, BSI Cardless Withdrawal, BSI Debit Card, BSI Debit OTP, BSI ATM CRM, BSI Aisyah, BSI Net, BSI

⁶³ BSI, “Produk Dan Layanan BSI Tipe Perusahaan,” n.d., <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/perusahaan>.

JadiBerkah.id, BSI Merchant Business, BSI API Platform, BSI Smart Agent, BSI Payment Point.⁶⁴

d. Kartu

Diantaranya: Kartu Pembiayaan, BSI Hasanah Card Classic, BSI Hasanah Card Gold, BSI Hasanah Card Platinum, Kartu Debit, BSI Debit GPN, BSI Debit OTP, BSI Debit Visa, Kartu BSI Debit Sabi, Kartu Debit BSI SimPel, dan Kartu Haji BSI Visa.⁶⁵

4. BSI Mobile

BSI Mobile adalah salah satu distribusi yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah dengan menggunakan teknologi 3G/4G dan Wifi melalui smartphone, sehingga layanan ini dinilai lebih praktis dan cepat karena tidak perlu ke bank atau ke Anjungan Tunai Mandiri (ATM).

Terdapat beberapa keunggulan dari BSI Mobile, antara lain: 1) sahabat finansial, lebih mudah atur keuangan mulai saat ini dengan berbagai fitur finansial BSI Mobile seperti Transaksi Terjadwal, Manajemen Kartu dan masih banyak lagi fitur menarik lainnya; 2) sahabat spiritual, layanan Islami seperti fitur Lokasi Masjid, Waktu Shalat, dan Arah Kiblat membuat ibadah lebih mudah, dan 3) sahabat sosial, berbagi dengan orang terdekat sekarang lebih mudah di BSI Mobile melalui fitur Berbagi-Ziswaf.⁶⁶

Fitur-fitur yang dimiliki oleh BSI Mobile, antara lain: Info rekening (informasi saldo, mutase, dan portofolio), Transfer (melalui pindah buku, online, SKN, QRIS), Pembayaran (PLN, telepon/HP, akademik, institusi, tiket, asuransi, zakat/infaq, BPJS, MPN, PDAM, Internet/TV Kabel, dan Ecommerce), Pembelian (voucher HP, PLN Prabayar, *E-money*, Paket Data, Top Up *E-Wallet*, Aqiqah, Streaming Video dan Musik, serta Kartu Debit OTP), Buka rekening online, Emas, Tarik tunai tanpa kartu, BSI keyboard, Transaksi terjadwal, Akses menu favorit, Update lokasi ATM dan Cabang, Penyimpan data transaksi favorit, Share aktivitas ke sosial media, Jadwal shalat dan kalimat inspiratif, Akses sosial media Bank Syariah Indonesia, Akses langsung bank syariah Indonesia call 14040, Informasi produk dan promo Bank

⁶⁴ BSI, "Produk Dan Layanan BSI Tipe Digital Banking," n.d., <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/digital-banking>.

⁶⁵ BSI, "Produk Dan Layanan BSI Tipe Kartu," n.d., <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/kartu>.

⁶⁶ BSI, "Fitur Dan Layanan BSI Mobile," n.d., <https://bsimobile.id/fitur-layanan/>.

Syariah Indonesia, Notifikasi detil transaksi ke email yang didaftarkan, Bukti transaksi otomatis tersimpan di kotak masuk, Penambahan biller pembayaran dan pembelian, Menu Rate Mata Uang Asing, Portofolio Nasabah, Permintaan ulang kode aktivasi, Digital Wakaf.⁶⁷

B. Deskriptif Responden

Data dari responden nasabah Bank Syariah Indonesia sudah didapat yaitu 130 orang, tetapi hanya 110 orang yang memenuhi kriteria yang sudah ditetapkan. Dari jumlah itu, 20 orang tidak memenuhi kriteria sebab mereka termasuk dalam dua kategori, diantaranya nasabah Bank Syariah Indonesia yang belum menggunakan BSI *Mobile* dan nasabah Bank Syariah Indonesia yang menggunakan BSI *Mobile* tetapi tidak berdomisili di Jawa Tengah serta tidak merasa kecewa dengan keamanan BSI. Data responden itu sudah diklasifikasikan ke dalam lima kategori, yakni jenis kelamin, usia, domisili, pekerjaan, dan jumlah pendapatan atau penghasilan.

1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	43	39%
Perempuan	67	61%
Total	110	100%

Sumber: *Data Primer Diolah (2024)*

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden didominasi oleh perempuan dengan frekuensi sejumlah 67 orang perempuan. Hal tersebut membuktikan bahwa perempuan di Jawa Tengah lebih tertarik dalam mengekspresikan kekecewaanya dalam menggunakan BSI *Mobile* dibandingkan dengan laki-laki dengan mengisi kuesioner tersebut.

⁶⁷ BSI. “Fitur Dan Layanan BSI Mobile,” n.d., <https://bsimobile.id/fitur-layanan/>.

2. Berdasarkan Usia

Tabel 4.2 Usia Responden

Usia	Frekuensi	Presentase
18-25 tahun	86	78%
26-33 tahun	14	13%
34-41 tahun	4	4%
> 41 tahun	6	5%
Total	110	100%

Sumber: *Data Primer Diolah (2024)*

Tabel diatas memperlihatkan bahwa responden didominasi berusia 18-25 tahun dengan frekuensi sejumlah 86 orang dan presentase sebanyak 78%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa generasi Z merupakan pengguna aplikasi BSI *Mobile* yang dominan dibandingkan generasi yang lainnya .

3. Berdasarkan Domisili

Tabel 4.3 Domisili Responden

Domisili	Frekuensi	Presentase
Kudus	39	35%
Pati	7	6%
Jepara	5	5%
Demak	10	9%
Grobogan	6	5%
Blora	3	3%
Semarang	10	9%
Surakarta	4	4%
Banyumas	3	3%
Purwokerto	5	5%
Purbalingga	2	2%
Magelang	2	2%
Brebes	1	1%
Klaten	1	1%
Salatiga	3	3%
Wonosobo	2	2%
Boyolali	1	1%
Tegal	2	2%
Cilacap	2	2%
Pekalongan	1	1%
Sragen	1	1%
Total	110	100%

Sumber: *Data Primer Diolah (2024)*

Tabel di atas memperlihatkan bahwa responden didominasi yang berdomisili Kudus dengan frekuensi sejumlah 39 orang dan presentase sebanyak 35%. Hal ini dikarenakan keterbatasan dari peneliti dalam penyebaran kuesioner. Kota Kudus memasuki kota yang dominan frekuensinya karena secara geografis kota Kudus merupakan kota asal peneliti jadi kota yang bisa dijangkau oleh peneliti.

4. Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4 Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
Pelajar/Mahasiswa	68	62%
Karyawan Swasta	25	23%
ASN	5	5%
Wiraswasta	5	5%
Guru	1	1%
Ibu Rumah Tangga	5	5%
Belum Bekerja	1	1%
Total	110	100%

Sumber: *Data Primer Diolah (2024)*

Tabel di atas memperlihatkan bahwa responden didominasi oleh Pelajar/Mahasiswa dengan frekuensi sejumlah 68 orang dan frekuensi sebanyak 62%. Hal ini dikarenakan jaringan yang dimiliki peneliti dalam penyebaran kuesioner lebih dominan pelajar/mahasiswa.

5. Berdasarkan Jumlah Pendapatan atau Penghasilan

Tabel 4.5 Jumlah Pendapatan atau Penghasilan

Jumlah Pendapatan	Frekuensi	Presentase
< Rp. 1.000.000	51	46%
Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	45	41%
Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	12	11%
> Rp. 5.000.000	2	2%
Total	110	100%

Sumber: *Data Primer Diolah (2024)*

Tabel di atas memperlihatkan bahwa responden didominasi oleh yang berpendapatan kurang dari Rp. 1.000.000 dengan frekuensi sejumlah 51 orang dan presentase sebanyak 46%. Hal ini dikarenakan pada deskriptif responden berdasarkan pekerjaan pengisian kuesioner lebih dominan Pelajar/Mahasiswa, jadi belum mendapat gaji/pendapatan secara tetap.

6. Berdasarkan lama menggunakan BSI *Mobile*

Tabel 4.6 Lama Penggunaan BSI *Mobile*

Lama Penggunaan	Frekuensi	Presentase
< 1 Tahun	45	40%
1-3 Tahun	55	50%
> 3 Tahun	10	10%
Total	110	100%

Sumber : *Data Primer Diolah (2024)*

Tabel di atas memperlihatkan bahwa responden didominasi oleh pengguna BSI *Mobile* yang lama menggunakan 1-3 tahun dengan frekuensi sejumlah 55 orang dan presentase sebanyak 50%.

7. Berdasarkan Jumlah Responden Pengguna BSI *Mobile* yang Kecewa Terhadap *Lockbit Ransomware*

Tabel 4.7 Reaksi Pengguna

Reaksi Pengguna	Frekuensi	Presentase
Kecewa	103	94%
Tidak kecewa	7	6%
Total	110	100%

Sumber : *Data Primer Diolah (2024)*

Tabel di atas memperlihatkan bahwa responden didominasi oleh pengguna BSI *Mobile* yang merasa kecewa terhadap BSI dengan frekuensi sejumlah 103 orang dan presentase sebanyak 110%. Hal ini disimpulkan bahwa permasalahan *Hacker Lockbit Ransomware* dapat memberikan dampak kekecewaan nasabah BSI pengguna BSI *Mobile*.

C. Deskriptif Hasil Penelitian

1. Variabel Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Tabel 4.8 Deskriptif Variabel Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Variabel	Indikator	Jawaban Responden	Frek.	%	Average
Persepsi Kegunaan (<i>Perceived Usefulness</i>)	Mempercepat Pekerjaan (<i>Work more quickly</i>)	Sangat Setuju	65	55 %	4,48
		Setuju	34	31 %	
		Netral	10	9%	
		Tidak Setuju	1	1%	
		Sangat Tidak Setuju	0	0%	

Variabel	Indikator	Jawaban Responden	Frek.	%	Average
	Berguna untuk pekerjaan (<i>Useful</i>)	Sangat Setuju	75	68 %	4,59
		Setuju	26	24 %	
		Netral	8	7%	
		Tidak Setuju	1	1%	
		Sangat Tidak Setuju	0	0%	
	Pekerjaan selesai secara efektif (<i>Effectiveness</i>)	Sangat Setuju	66	60 %	4,50
		Setuju	34	31 %	
		Netral	9	8%	
		Tidak Setuju	1	1%	
		Sangat Tidak Setuju	0	0%	
	Mempermudah pekerjaan (<i>Easier</i>)	Sangat Setuju	69	63 %	4,56
		Setuju	35	32 %	
		Netral	5	5%	
		Tidak Setuju	1	1%	
		Sangat Tidak Setuju	0	0%	
	Meningkatkan kinerja (<i>Performance</i>)	Sangat Setuju	62	56 %	4,39
		Setuju	31	28 %	
		Netral	15	14 %	
		Tidak Setuju	2	2%	
		Sangat Tidak Setuju	0	0%	

Sumber : *Data Primer Diolah (2024)*

Berdasarkan tabel jawaban diatas, yang menjadi dominan tentang pernyataan bahwa Persepsi Kegunaan pada *BSI Mobile* terdapat pada indikator berguna untuk pekerjaan. Hal ini dibuktikan dengan data pada tabel diatas bahwa indikator berguna untuk pekerjaan menghasilkan *Average* sejumlah 4,59. Sedangkan pernyataan terendah terdapat pada indikator meningkatkan kinerja yang menghasilkan *Average* sejumlah 4,39. Jadi, mayoritas

pengguna BSI *Mobile* menganggap bahwa BSI *Mobile* hanya berguna dan memberikan manfaat bagi penggunaanya dalam pekerjaannya seperti melakukan transaksi keuangan tetapi tidak beranggapan bahwa BSI *Mobile* dapat meningkatkan kinerja penggunaanya.

2. Variabel Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*)

Tabel 4.9 Deskriptif Variabel Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*)

Variabel	Indikator	Jawaban Responden	Frek.	%	Average
Persepsi Kemudahan (<i>Perceived Ease of Use</i>)	Mudah dipelajari (<i>Easy to learn</i>)	Sangat Setuju	72	65%	4,59
		Setuju	31	28%	
		Netral	7	6%	
		Tidak Setuju	0	0%	
		Sangat Tidak Setuju	0	0%	
	Mudah dipahami (<i>Easy to understand</i>)	Sangat Setuju	68	62%	4,54
		Setuju	34	31%	
		Netral	7	6%	
		Tidak Setuju	1	1%	
		Sangat Tidak Setuju	0	0%	
	Lebih cepat dan tidak membutuhkan waktu lama (<i>Effortless</i>)	Sangat Setuju	68	62%	4,48
		Setuju	29	26%	
		Netral	11	10%	
		Tidak Setuju	2	2%	
		Sangat Tidak Setuju	0	0%	
	Mudah digunakan (<i>Easy to use</i>)	Sangat Setuju	72	65%	4,59
		Setuju	32	29%	
		Netral	5	5%	
		Tidak Setuju	1	1%	
		Sangat Tidak Setuju	0	0%	

Sumber : Data Primer Diolah (2024)

Berdasarkan tabel jawaban diatas, yang menjadi dominan tentang pernyataan bahwa Persepsi Kemudahan pada BSI *Mobile* terdapat pada indikator mudah dipelajari dan mudah digunakan. Hal ini dibuktikan dengan data pada tabel diatas bahwa indikator mudah dipelajari dan mudah digunakan sama-sama menghasilkan *Average* sejumlah 4,59. Sedangkan pernyataan terendah terdapat pada indikator lebih cepat dan tidak membutuhkan waktu lama yang menghasilkan *Average* sejumlah 4,48. Jadi, mayoritas pengguna BSI *Mobile* menganggap bahwa BSI *Mobile* mempermudah penggunaanya dalam bertransaksi maupun dipelajari tetapi tidak beranggapan bahwa BSI *Mobile* dapat mempersingkat waktu dalam penggunaannya dan terkadang membutuhkan waktu yang lumayan lama waktu membuka aplikasinya.

3. Variabel Persepsi Keamanan (*Perceived Security*)

Tabel 4.10 Deskriptif Variabel Persepsi Keamanan (*Perceived Security*)

Variabel	Indikator	Jawaban Responden	Frek.	%	Average
Persepsi Keamanan (<i>Perceived Security</i>)	Keamanan pengguna (<i>Authentication</i>)	Sangat Setuju	56	51%	4,29
		Setuju	30	27%	
		Netral	24	22%	
		Tidak Setuju	0	0%	
		Sangat Tidak Setuju	0	0%	
	Keamanan Informasi (<i>Confidentially</i>)	Sangat Setuju	52	47%	4,19
		Setuju	28	25%	
		Netral	29	26%	
		Tidak Setuju	1	1%	
		Sangat Tidak Setuju	0	0%	
	Keamanan Transaksi (<i>Integrity</i>)	Sangat Setuju	56	51%	4,34
		Setuju	36	33%	
		Netral	17	15%	
		Tidak Setuju	1	1%	
		Sangat Tidak Setuju	0	0%	

Variabel	Indikator	Jawaban Responden	Frek.	%	Average
	Keamanan Validitas (Non-repudiation)	Setuju			4,20
		Sangat Setuju	51	46%	
		Setuju	35	32%	
		Netral	19	17%	
		Tidak Setuju	5	5%	
		Sangat Tidak Setuju	0	0%	

Sumber : Data Primer Diolah (2024)

Berdasarkan tabel jawaban diatas, yang menjadi dominan tentang pernyataan bahwa Persepsi Keamanan pada BSI *Mobile* terdapat pada indikator keamanan transaksi. Hal ini dibuktikan dengan data pada tabel diatas bahwa indikator keamanan transaksi menghasilkan *Average* sejumlah 4,34. Sedangkan pernyataan terendah terdapat pada indikator keamanan informasi yang menghasilkan *Average* sejumlah 4,19. Jadi, mayoritas pengguna BSI *Mobile* menganggap bahwa melakukan transaksi di BSI *Mobile* akan terjamin aman tetapi tidak menganggap bahwa keamanan informasi di BSI *Mobile* belum tentu aman.

4. Variabel Sikap Penggunaan (*Attitude Toward of Using*)

Tabel 4.11 Deskriptif Variabel Sikap Penggunaan (*Attitude Toward of Using*)

Variabel	Indikator	Jawaban Responden	Frek.	%	Average
Sikap Penggunaa n (<i>Attitude Toward of Using</i>)	Nyaman berinteraksi (<i>Comfortable interaction</i>)	Sangat Setuju	68	62%	4,49
		Setuju	30	27%	
		Netral	10	9%	
		Tidak Setuju	2	2%	
		Sangat Tidak Setuju	0	0%	
	Senang menggunak an (<i>Happy to use</i>)	Sangat Setuju	65	59%	4,44
		Setuju	31	28%	
		Netral	11	10%	
		Tidak Setuju	3	3%	
		Sangat Tidak Setuju	0	0%	
	Merasa	Sangat	61	55%	4,36

Variabel	Indikator	Jawaban Responden	Frek.	%	Average
	aman (<i>Feel safe</i>)	Setuju			4,38
		Setuju	28	25%	
		Netral	21	19%	
		Tidak Setuju	0	0%	
		Sangat Tidak Setuju	0	0%	
	Tidak merasa bosan (<i>Not boring</i>)	Sangat Setuju	62	56%	
		Setuju	29	26%	
		Netral	18	16%	
		Tidak Setuju	1	1%	
		Sangat Tidak Setuju	0	0%	

Sumber : *Data Primer Diolah (2024)*

Berdasarkan tabel jawaban diatas, yang menjadi dominan tentang pernyataan bahwa Sikap Penggunaan pada BSI *Mobile* terdapat pada indikator nyaman berinteraksi. Hal ini dibuktikan dengan data pada tabel diatas bahwa indikator nyaman berinteraksi menghasilkan *Average* sejumlah 4,49. Sedangkan pernyataan terendah terdapat pada indikator merasa aman yang menghasilkan *Average* sejumlah 4,36. Jadi, mayoritas pengguna BSI *Mobile* merasa bahwa BSI *Mobile* memberi kenyamanan dalam melakukan transaksi keuangan atau merasa nyaman dengan fitur BSI *Mobile* tetapi tidak beranggapan bahwa pengguna tidak merasa aman dalam penggunaannya.

5. Variabel Niat Penggunaan (*Behavioral Intention to Use*)

Tabel 4.12 Deskriptif Variabel Niat Penggunaan (*Behavioral Intention to Use*)

Variabel	Indikator	Jawaban Responden	Frek.	%	Average
Niat Pengguna an (<i>Behavior al Intention to Use</i>)	Ingin menggunakan (<i>Desire to use</i>)	Sangat Setuju	60	55%	4,45
		Setuju	40	36%	
		Netral	9	8%	
		Tidak Setuju	1	1%	
		Sangat Tidak Setuju	0	0%	
	Selalu mencoba mengguna	Sangat Setuju	60	55%	4,38
		Setuju	34	31%	

Variabel	Indikator	Jawaban Responden	Frek.	%	Average
	kan di masa depan (<i>Always try to use in future</i>)	Netral	14	13%	
		Tidak Setuju	2	2%	
		Sangat Tidak Setuju	0	0%	
	Menggunakan secara rutin (<i>Use regularly</i>)	Sangat Setuju	59	54%	4,31
		Setuju	29	26%	
		Netral	19	17%	
		Tidak Setuju	3	3%	
		Sangat Tidak Setuju	0	0%	
	Niat merekomendasikan (<i>Interest in recommending</i>)	Sangat Setuju	56	51%	4,25
		Setuju	27	25%	
		Netral	25	23%	
		Tidak Setuju	2	2%	
		Sangat Tidak Setuju	0	0%	

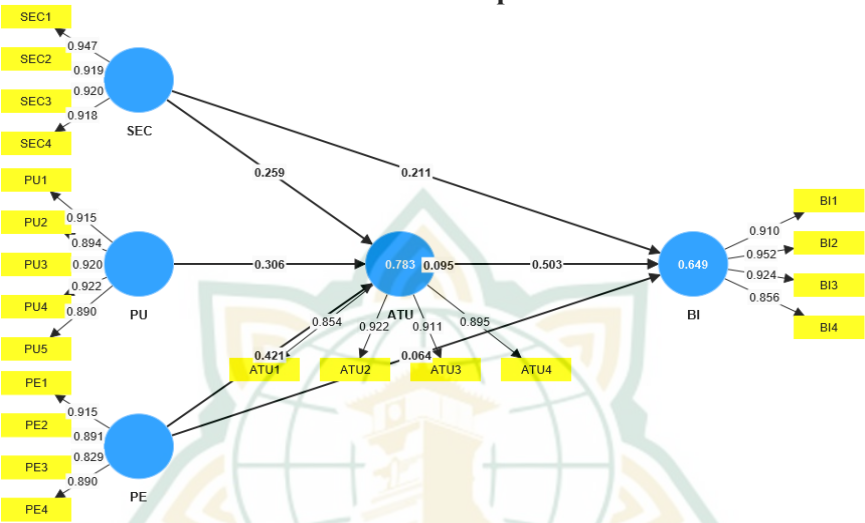
Sumber : *Data Primer Diolah (2024)*

Berdasarkan tabel jawaban diatas, yang menjadi dominan tentang pernyataan bahwa Niat Penggunaan pada BSI *Mobile* terdapat pada indikator ingin menggunakan. Hal ini dibuktikan dengan data pada tabel diatas bahwa indikator ingin menggunakan menghasilkan *Average* sejumlah 4,45. Sedangkan pernyataan terendah terdapat pada indikator niat merekomendasikan yang menghasilkan *Average* sejumlah 4,25. Jadi, mayoritas pengguna BSI *Mobile* memiliki minat dalam menggunakan BSI *Mobile* bahkan ingin menggunakan BSI *Mobile* dalam melakukan transaksi keuangan tetapi pengguna BSI *Mobile* tidak berniat dalam merekomendasikannya.

D. Analisis Data

Data diolah menggunakan aplikasi SmartPLS 4 dengan metode SEM. Berikut ini adalah grafik output menggunakan SEM-PLS.

Gambar 4.1 Grafik Output SEM-PLS



1. Analisis *Outer Model* (Model Pengukuran)

Pengujian *outer model* dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas data. Dalam studi ini, uji validitas dipakai untuk menilai apakah konstruk memenuhi kriteria yang diperlukan untuk melanjutkan penelitian atau tidak.

a. *Convergent validity*

Convergent validity atau validitas konvergen adalah suatu metode pengujian untuk korelasi antar skor indikator reflektif dengan skor variabel latennya. Jika nilai aspek *loading* dari suatu indikator $\leq 0,5$, maka indikator itu biasanya dieliminasi dari analisis. Meskipun aspek *loading* 0,5 secara umum diterima sebagai tolok ukur untuk menilai *convergent validity*, aspek *loading* 0,7 atau lebih tinggi lebih disukai.⁶⁸

⁶⁸ Ramadya, “Pengaruh Perceived Usefulness (PU) Dan Perceived Ease Of Use (PEOU) Terhadap Attitude Toward Using (ATU) Serta Dampaknya Terhadap Behavioral Intention To Use (BITU).”

Tabel 4.13 Pengujian *Outer Loading*

Variabel	Item Pengukuran	Indikator	<i>Outer Loading</i>
<i>Perceived Security</i>	SEC1	Keamanan pengguna (<i>Authentication</i>)	0.947
	SEC2	Keamanan Informasi (<i>Confidentiality</i>)	0.919
	SEC3	Keamanan Transaksi (<i>Integrity</i>)	0.920
	SEC4	Keamanan Validitas (<i>Non-repudiation</i>)	0.918
<i>Perceived Usefulness</i>	PU1	Mempercepat Pekerjaan (<i>Work more quickly</i>)	0.915
	PU2	Berguna untuk pekerjaan (<i>Useful</i>)	0.894
	PU3	Pekerjaan selesai secara efektif (<i>Effectiveness</i>)	0.920
	PU4	Mempermudah pekerjaan (<i>Easier</i>)	0.922
	PU5	Meningkatkan kinerja (<i>Performance</i>)	0.890
<i>Perceived Ease to Use</i>	PE1	Mudah dipelajari (<i>Easy to learn</i>)	0.915
	PE2	Mudah dipahami (<i>Easy to understand</i>)	0.891
	PE3	Lebih cepat dan tidak membutuhkan waktu lama (<i>Effortless</i>)	0.829
	PE4	Mudah dipakai (<i>Easy to use</i>)	0.890
<i>Attitude Toward of Using</i>	ATU1	Nyaman berinteraksi (<i>Comfortable interaction</i>)	0.854

Variabel	Item Pengukuran	Indikator	Outer Loading
	ATU2	Senang menggunakan (<i>Happy to use</i>)	0.922
	ATU3	Merasa aman (<i>Feel safe</i>)	0.911
	ATU4	Tidak merasa bosan (<i>Not boring</i>)	0.895
	BI1	Ingin menggunakan (<i>Desire to use</i>)	0.910
<i>Behavioral Intention to Use</i>	BI2	Senantiasa mencoba menggunakan di masa depan (<i>Always try to use in future</i>)	0.952
	BI3	Menggunakan secara rutin (<i>Use regularly</i>)	0.924
	BI4	Niat merekomendasikan (<i>Interest in recommending</i>)	0.856

Sumber: *Data Primer Diolah (2024)*

Hasil analisis dari *outer model* menunjukkan adanya model pengukuran atau hubungan secara konstruk dengan indikatornya. Pada penelitian ini menggunakan variabel eksogen diantaranya *Perceived Security*, *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Ease of Use*. Dan memiliki variabel Endogen yaitu *Behavioral Intention to Use*. Serta memiliki variabel mediasi yaitu *Attitude Toward of Using*.

Pada tabel *Outer Loading*, nilai setiap konstruknya berada diatas 0,7 sehingga data tersebut dapat dinyatakan valid. Pada variabel *Perceived Security* diukur oleh 4 item pengukuran dengan *outer loading* antara 0,918-0,947 yang berarti keempat item pengukuran tersebut valid mencerminkan pengukuran *Perceived Security*.

Pada variabel *Perceived Usefulness* diukur oleh 5 item pengukuran dengan *outer loading* antara 0,890-0,922 yang berarti kelima item pengukuran tersebut valid mencerminkan pengukuran *Perceived Usefulness*.

Pada variabel *Perceived Ease to Use* diukur oleh 4 item pengukuran dengan *outer loading* antara 0,829-0,915 yang berarti keempat item pengukuran tersebut valid mencerminkan pengukuran *Perceived Ease to Use*.

Pada variabel *Attitude Toward of Using* diukur oleh 4 item pengukuran dengan *outer loading* antara 0,854-0,922 yang berarti keempat item pengukuran tersebut valid mencerminkan pengukuran *Attitude Toward of Using*.

Pada variabel *Behavioral Intention to Use* diukur oleh 4 item pengukuran dengan *outer loading* antara 0,856-0,952 yang berarti keempat item pengukuran tersebut valid mencerminkan pengukuran *Behavioral Intention to Use*.

Tabel 4.14 Pengujian Cronbach’s Alpha dan Composite Reliability

Variabel	Item Pengukuran	Cronbach’s Alpha	Composite Reliability
<i>Perceived Security</i>	SEC	0.945	0.960
<i>Perceived Usefulness</i>	PU	0.947	0.959
<i>Perceived Ease to Use</i>	PE	0.905	0.933
<i>Attitude Toward of Using</i>	ATU	0.918	0.942
<i>Behavioral Intention to Use</i>	BI	0.931	0.951

Sumber: *Data Primer Diolah (2024)*

Pada variabel *Perceived Security*, tingkat reliabilitas variabel dapat diterima yang ditunjukkan oleh *Chronbach’s Alpha* 0,945 dan *Composite Reliability* 0,960 diatas 0,7 (reliabel).

Pada variabel *Perceived Usefulness*, tingkat reliabilitas variabel dapat diterima yang ditunjukkan oleh *Chronbach’s Alpha* 0,947 dan *Composite Reliability* 0,959 diatas 0,7 (reliabel).

Pada variabel *Perceived Ease of Use*, tingkat reliabilitas variabel dapat diterima yang ditunjukkan oleh *Chronbach’s Alpha* 0,905 dan *Composite Reliability* 0,933 diatas 0,7 (reliabel).

Pada variabel *Attitude Toward of Using*, tingkat reliabilitas variabel dapat diterima yang ditunjukkan oleh *Chronbach’s Alpha* 0,918 dan *Composite Reliability* 0,942 diatas 0,7 (reliabel).

Pada variabel *Behavioral Intention to Use*, tingkat reliabilitas variabel dapat diterima yang ditunjukkan oleh *Chronbach's Alpha* 0,931 dan *Composite Reliability* 0,951 diatas 0,7 (reliabel).

Tabel 4.15 Pengujian *Average Variance Extracted* (AVE)

Variabel	Item Pengukuran	<i>Average Variance Extracted</i> (AVE)
<i>Perceived Security</i>	SEC	0.858
<i>Perceived Usefulness</i>	PU	0.825
<i>Perceived Ease to Use</i>	PE	0.778
<i>Attitude Toward of Using</i>	ATU	0.802
<i>Behavioral Intention to Use</i>	BI	0.830

Pada variabel *Perceived Security*, tingkat validitas konvergen yang ditujukan oleh nilai AVE 0,858 > 0,5 telah memenuhi syarat validitas konvergen yang baik.

Pada variabel *Perceived Usefulness*, tingkat validitas konvergen yang ditujukan oleh nilai AVE 0,825 > 0,5 telah memenuhi syarat validitas konvergen yang baik.

Pada variabel *Perceived Ease to Use*, tingkat validitas konvergen yang ditujukan oleh nilai AVE 0,778 > 0,5 telah memenuhi syarat validitas konvergen yang baik.

Pada variabel *Attitude Toward of Using*, tingkat validitas konvergen yang ditujukan oleh nilai AVE 0,802 > 0,5 telah memenuhi syarat validitas konvergen yang baik.

Pada variabel *Behavioral Intention to Use*, tingkat validitas konvergen yang ditujukan oleh nilai AVE 0,830 > 0,5 telah memenuhi syarat validitas konvergen yang baik.

b. *Discriminant Validity*

Discriminant Validity atau Validitas Diskriminan merupakan proses evaluasi yang dipakai untuk memverifikasi bahwa secara teoritis dan secara empiris, variabel-variabel yang diuji benar-benar berbeda satu sama lain.

Tabel 4.16 Kriteria *Fornell-Larcker*

	ATU	BI	PE	PU	SEC
ATU	0,896				
BI	0,786	0.911			
PE	0,817	0.673	0.882		
PU	0,830	0.714	0.808	0.908	
SEC	0,717	0.676	0.573	0.709	0.926

Sumber: *Data Primer Diolah (2024)*

Evaluasi validitas diskriminan perlu dilakukan dengan melihat kriteria *fornell-lacker*. Kriteria *fornell-lacker* berarti bahwa akar AVE variabel lebih besar dari korelasi variabel. Pada variabel *Attitude Toward of Using* mempunyai akar AVE 0,896 lebih besar korelasinya dengan *Behavioral Intention to Use* (0,786) dan lebih besar dari *Perceived Ease to Use* (0,817) dan lebih besar dari *Perceived Usefulness* (0,830) dan lebih besar dari *Perceived Security* (0,717).

Pada variabel dengan *Behavioral Intention to Use* mempunyai akar AVE 0,911 lebih besar korelasinya dengan *Perceived Ease to Use* (0,673) dan lebih besar dari *Perceived Usefulness* (0,714) dan lebih besar dari *Perceived Security* (0,676).

Pada variabel *Perceived Ease to Use* dengan mempunyai akar AVE 0,882 lebih besar korelasinya dengan *Perceived Usefulness* (0,808) dan lebih besar dari *Perceived Security* (0,573).

Pada variabel *Perceived Usefulness* dengan mempunyai akar AVE 0,908 lebih besar korelasinya dengan *Perceived Security* (0,709). Dan variabel *Perceived Security* mempunyai akar AVE 0,926.

Hasil menunjukkan bahwa kelima variabel tersebut nilai akar AVE melebihi dari nilai korelasi yang berarti bahwa validitas diskriminan variabel *Attitude Toward of Using* telah terpenuhi. Demikian dengan validitas *Behavioral Intention to Use*, *Perceived Ease to Use*, *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Security* Dimana akar AVE lebih besar daripada korelasi antar variabel.

2. Analisis Inner Model (Model Struktural)

Model struktural yang dikenal sebagai *Inner Model* dipakai untuk memperkirakan hubungan sebab akibat atau sebab-akibat

antara variabel laten, atau variabel yang tidak bisa diukur secara langsung.

a. Uji Hipotesis

Dengan mengambil 5000 subsampel, metode *bootstrapping* dipakai untuk menganalisis model struktural. Dengan membandingkan nilai t-statistik dengan nilai t-tabel pada taraf signifikansi 5% atau 1,983 maka bisa diketahui signifikansi koefisien jalur. Jika nilai t-statistik melebihi nilai t tabel sebesar 1,983, maka koefisien jalur dianggap memiliki pengaruh yang cukup besar.⁶⁹

Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Path Coefficient	T-statistic	P-values	Keterangan
H1. SEC=>ATU	0.259	3.649	0.000	H1 diterima
H2. PU=>ATU	0.306	2.032	0.042	H2 diterima
H3. PE=>ATU	0.421	3.031	0.000	H3 diterima
H4. ATU=>BI	0.503	2.641	0.008	H4 diterima

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

b. Uji Mediasi

Tabel 4.18 Hasil Uji Mediasi

Hipotesis	Indirect Effect Path Coefficient	T-statistic	P-values	Mediasi	Keterangan
H5 SEC=>ATU=>BI	0.130	2.253	0.024	Mediasi Parsial	H5 diterima
H6 PU=>ATU>BI	0.154	1.411	0.158	Tidak ada Mediasi	H6 tidak diterima
H7 PE=>ATU=>BI	0.212	1.971	0.049	Tidak ada Mediasi	H7 tidak diterima

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

⁶⁹ Junaidi, Titik Persentase Distribusi T.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh antara variabel *Perceived Security* dengan *Attitude Toward of Using*. Hasil analisis terlihat bahwa nilai *T-statistic Perceived Security* dengan *Attitude Toward of Using* adalah positif dengan nilai $3,649 > t$ tabel 1,98. Penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Security* berpengaruh pada *Attitude Toward of Using*. Hasil ini juga didukung oleh banyaknya *average* indikator keamanan transaksi yang dominan dalam pernyataan responden pada kuesioner yang telah dibagikan yaitu sejumlah 4,34. Hal ini dapat mengidentifikasi bahwa faktor keamanan merupakan faktor terbesar untuk mempengaruhi sikap nasabah Bank Syariah Indonesia pada penggunaan BSI *Mobile*.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh antara variabel *Perceived Usefulness* dengan *Attitude Toward of Using*. Hasil analisis terlihat bahwa nilai *T-statistic Perceived Usefulness* dengan *Attitude Toward of Using* adalah positif dengan nilai $2,032 > t$ tabel 1,98. Penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh pada *Attitude Toward of Using*. Hasil ini juga didukung oleh banyaknya *average* indikator berguna untuk pekerjaan yang dominan dalam pernyataan responden pada kuesioner yang telah dibagikan yaitu sejumlah 4,59. Hal ini dapat mengidentifikasi bahwa pengguna BSI *Mobile* telah menerima benefit yang sangat besar terhadap penggunaan BSI *Mobile* dalam pekerjaannya seperti melakukan transaksi keuangan.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh antara variabel *Perceived Ease of Use* dengan *Attitude Toward of Using*. Hasil analisis terlihat bahwa nilai *T-statistic Perceived Ease of Use* dengan *Attitude Toward of Using* adalah positif dengan nilai $3,031 > t$ tabel 1,98. Penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh pada *Attitude Toward of Using*. Hasil ini juga didukung oleh banyaknya *average* indikator mudah dipelajari dan mudah digunakan yang dominan dalam pernyataan responden pada kuesioner yang telah dibagikan yaitu sama-sama sejumlah 4,59. Hal ini dapat mengidentifikasi bahwa kemudahan penggunaan dan kemudahan dalam mempelajari dapat mempengaruhi sikap nasabah Bank Syariah Indonesia pada penggunaan BSI *Mobile*.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh antara variabel *Attitude Toward of Using* dengan *Behavioral Intention to Use*. Hasil analisis terlihat bahwa nilai *T-statistic Attitude Toward of Using* dengan *Behavioral Intention to Use* adalah positif dengan nilai $2,641 > t$ tabel $1,98$. Penelitian ini menunjukkan bahwa *Attitude Toward of Using* berpengaruh pada *Behavioral Intention to Use*. Hasil ini juga didukung oleh banyaknya *average* indikator nyaman berinteraksi yang dominan dalam pernyataan responden pada kuesioner yang telah dibagikan yaitu sejumlah $4,49$. Hal ini dapat mengidentifikasi bahwa sikap berpengaruh penting terhadap keinginan nasabah Bank Syariah Indonesia misalnya nyaman berinteraksi dalam menggunakan *BSI Mobile*.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh antara variabel *Perceived Security* dengan *Behavioral Intention to Use* melalui *Attitude Toward of Using*. Hasil analisis terlihat bahwa nilai *T-statistic Perceived Security* dengan *Behavioral Intention to Use* melalui *Attitude Toward of Using* adalah positif dengan nilai $2,253 > t$ tabel $1,98$. Penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Security* berpengaruh pada *Behavioral Intention to Use* melalui *Attitude Toward of Using*. Hasil ini juga didukung oleh banyaknya *average* indikator keamanan transaksi yang dominan dalam pernyataan responden pada kuesioner yang telah dibagikan yaitu sejumlah $4,34$. Hal ini dapat mengidentifikasi bahwa faktor keamanan transaksi mempengaruhi minat nasabah Bank Syariah Indonesia jika di mediasi oleh sikap dalam menggunakan *BSI Mobile*.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel *Perceived Usefulness* dengan *Behavioral Intention to Use* melalui *Attitude Toward of Using*. Hasil analisis terlihat bahwa nilai *T-statistic Perceived Usefulness* dengan *Behavioral Intention to Use* melalui *Attitude Toward of Using* adalah negatif dengan nilai $1,411 < t$ tabel $1,98$. Penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* tidak berpengaruh pada *Behavioral Intention to Use* melalui *Attitude Toward of Using*. Hal ini didukung dengan rendahnya indikator meningkatkan kinerja yang menghasilkan *Average* sejumlah $4,39$. Akan tetapi, tanpa melalui *Attitude Toward of Using*, *Perceived Usefulness* berpengaruh pada *Behavioral Intention to*

Use. Hasil ini juga didukung oleh banyaknya *average* indikator berguna untuk pekerjaan yang dominan dalam pernyataan responden pada kuesioner yang telah dibagikan yaitu sejumlah 4,59. Hal ini dapat mengidentifikasi bahwa responden memiliki niat menggunakan tanpa menyikapinya terlebih dahulu dalam manfaat atau kegunaan pada aplikasi tersebut.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel *Perceived Ease of Use* dengan *Behavioral Intention to Use* melalui *Attitude Toward of Using*. Hasil analisis terlihat bahwa nilai *T-statistic Perceived Ease of Use* dengan *Behavioral Intention to Use* melalui *Attitude Toward of Using* adalah negatif dengan nilai $1,971 < t \text{ tabel } 1,98$. Penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* tidak berpengaruh pada *Behavioral Intention to Use* melalui *Attitude Toward of Using*. Hal ini didukung dengan rendahnya indikator lebih cepat dan tidak membutuhkan waktu lama yang menghasilkan *Average* sejumlah 4,48. Akan tetapi, tanpa melalui *Attitude Toward of Using*, *Perceived Ease of Use* berpengaruh pada *Behavioral Intention to Use*. Hasil ini juga didukung oleh banyaknya *average* indikator mudah dipelajari dan mudah digunakan yang dominan dalam pernyataan responden pada kuesioner yang telah dibagikan yaitu sama-sama sejumlah 4,59. Hal ini dapat mengidentifikasi bahwa responden memiliki niat menggunakan tanpa menyikapinya terlebih dahulu misalnya penggunaan *BSI Mobile* mudah untuk dipelajari dan mudah digunakan.

Dalam pengujian mediasi ditemukan bahwa variabel *Attitude Towards of Using* memiliki pengaruh mediasi antara *Perceived Security* terhadap *Behavioral Intention Use*. Hasil ini dapat mengidentifikasikan bahwa sikap memiliki pengaruh mediasi untuk menimbulkan niat nasabah Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan *BSI Mobile*.

E. Pembahasan

1. H1: Pengaruh *Perceived Security* pada *Attitude Toward of Using*

Berdasarkan hasil analisis dari *inner model* atau model struktural yang telah dilakukan, pada pengujian *t-statistic* diketahui bahwa H1 **diterima**. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa *Perceived Security* berpengaruh signifikan positif terhadap *Attitude Toward of Using*.

Hasil ini sesuai dengan penelitian Hadikusuma tahun 2019⁷⁰, Asmara tahun 2022⁷¹ dan Ni'mah tahun 2023⁷², bahwa keamanan dapat mempengaruhi sikap penggunaan suatu sistem informasi. Selain itu, berdasarkan perhitungan dari *path coefficient* jalur SEC=>ATU juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap model yang digunakan. Karena nilai *p-value* sesuai standar signifikansi yang akan memberikan pengaruh besar.

Hasil ini didukung oleh banyaknya *average* indikator keamanan transaksi yang dominan dalam pernyataan responden pada kuesioner yang telah dibagikan yaitu sejumlah 4,34. Hal ini dikarenakan BSI *Mobile* menerapkan 2 sistem keamanan, yaitu password untuk mengakses rekening berserta PIN untuk melakukan transaksi dan hanya pengguna yang bisa mengaksesnya. Oleh karena itu keamanan dapat mempengaruhi sikap penggunaan BSI *Mobile*. Hal ini juga terbukti dari hasil *t-statistic* yang nilainya melebihi standar signifikansi. Maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima dalam penelitian ini.

2. H2: Pengaruh *Perceived Usefulness* pada *Attitude Toward of Using*

Berdasarkan hasil analisis dari *inner model* atau model struktural yang telah dilakukan, pada pengujian *t-statistic* diketahui bahwa H2 **diterima**. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan positif terhadap *Attitude Toward of Using*.

Hasil ini sesuai dengan penelitian Ramadya tahun 2022⁷³, Oktania tahun 2022⁷⁴ dan Mnif tahun 2023⁷⁵, bahwa kegunaan

⁷⁰ Program Manajemen Bisnis et al., "Pengaruh Social Influence , Perceived Usefulness , Dan Perceived Security Terhadap Continue Use Intention Aplikasi Mobile Payment OVO Melalui Attitude Towards Using Mobile Payment Sebagai Variabel Intervening" 7, no. 2 (2019).

⁷¹ Asmara and Kusumadewi, "Peran Kepercayaan Memediasi Kemudahan Penggunaan Dan Security Terhadap Niat Menggunakan Bca Mobile Banking."

⁷² Arini Nafisatun Ni'mah, "Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Manfaat Dan Pengetahuan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah Pada Mahasiswa Di Kudus," *Skripsi*, 2023.

⁷³ Ramadya, "Pengaruh *Perceived Usefulness* (PU) Dan *Perceived Ease Of Use* (PEOU) Terhadap *Attitude Toward Using* (ATU) Serta Dampaknya Terhadap *Behavioral Intention To Use* (BITU)."

⁷⁴ Dyan Erlyn Oktania and Tias Andarini Indarwati, "Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* Dan *Compatibility with Lifestyle* Terhadap Niat Beli Di *Social Commerce*," *Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya* 10, no. 1 (2022): 255–67.

dapat mempengaruhi sikap penggunaan suatu sistem informasi. Selain itu, berdasarkan perhitungan dari *path coefficient* jalur $PU \Rightarrow ATU$ juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap model yang digunakan. Karena nilai *p-value* sesuai standar signifikansi yang akan memberikan pengaruh besar.

Hasil ini didukung oleh banyaknya *average* indikator berguna untuk pekerjaan yang dominan dalam pernyataan responden pada kuesioner yang telah dibagikan yaitu sejumlah 4,59. Hal ini dikarenakan pada fitur BSI *Mobile* terdapat fitur cek saldo rekening, transfer antar-rekening BSI, transfer antar-bank, pembayaran tagihan, pembayaran QRIS, tarik tunai tanpa kartu, hingga top up dompet digital serta bisa digunakan untuk membayar Uang Kuliah Tunggal di PTKIN guna mempermudah mahasiswa atau mahasiswi. Oleh karena itu kegunaan dapat mempengaruhi sikap penggunaan BSI *Mobile*. Hal ini juga terbukti dari hasil *t-statistic* yang nilainya melebihi standar signifikansi. Maka dapat disimpulkan bahwa H2 diterima dalam penelitian ini.

3. H3: Pengaruh *Perceived Ease of Use* pada *Attitude Toward of Using*

Berdasarkan hasil analisis dari *inner model* atau model struktural yang telah dilakukan, pada pengujian *t-statistic* diketahui bahwa H3 **diterima**. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh signifikan positif terhadap *Attitude Toward of Using*.

Hasil ini sesuai dengan penelitian Ramadya tahun 2022⁷⁶, Ariningsih tahun 2022⁷⁷ dan Wati tahun 2022⁷⁸, bahwa kemudahan dapat mempengaruhi sikap penggunaan suatu sistem informasi. Selain itu, berdasarkan perhitungan dari *path coefficient* jalur $PE \Rightarrow ATU$ juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap model yang digunakan. Karena nilai *p-value* sesuai standar signifikansi yang akan memberikan pengaruh besar.

⁷⁵ Emna Mnif, Nahed Zghidi, and Anis Jarboui, "The Influence of Religiosity on Cryptocurrency Users' Acceptance Using Search Engines," *Arab Gulf Journal of Scientific Research*, 2023, <https://doi.org/10.1108/AGJSR-02-2023-0062>.

⁷⁶ Ramadya, "Pengaruh *Perceived Usefulness* (PU) Dan *Perceived Ease Of Use* (PEOU) Terhadap *Attitude Toward Using* (ATU) Serta Dampaknya Terhadap *Behavioral Intention To Use* (BITU)."

⁷⁷ Ariningsih, Wijayanti, and Prasaja, "Intention to Use E-Wallet Dilihat Dari *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Security*, Dan Trust."

⁷⁸ Nursetia Wati, "Analisis Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) Pada Penggunaan TikTok," *Jurnal Teknologi Informasi Indonesia* 7, no. 1 (2022): 23–31.

Hasil ini didukung oleh banyaknya *average* indikator mudah dipelajari dan mudah digunakan yang dominan dalam pernyataan responden pada kuesioner yang telah dibagikan yaitu sama-sama sejumlah 4,59. Hal ini dikarenakan BSI *Mobile* termasuk aplikasi yang praktis dan simpel sehingga mudah digunakan oleh penggunanya serta fitur pada pengoperasiannya tidak terlalu rumit sehingga mudah dipelajari oleh penggunanya. Oleh karena itu kemudahan dapat mempengaruhi sikap penggunaan BSI *Mobile*. Hal ini juga terbukti dari hasil *t-statistic* yang nilainya melebihi standar signifikansi. Maka dapat disimpulkan bahwa H3 diterima dalam penelitian ini.

4. H4: Pengaruh *Attitude Toward of Using* pada *behavioral Intention Use*

Berdasarkan hasil analisis dari *inner model* atau model struktural yang telah dilakukan, pada pengujian *t-statistic* diketahui bahwa H4 **diterima**. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa *Attitude Toward of Using* berpengaruh signifikan positif terhadap *Behavioral Intention Use*.

Hasil ini sesuai dengan penelitian Sukmawati tahun 2021⁷⁹, Ramadya tahun 2022⁸⁰ dan Wati tahun 2022⁸¹, bahwa sikap penggunaan dapat mempengaruhi niat penggunaan suatu sistem informasi. Selain itu, berdasarkan perhitungan dari *path coefficient* jalur ATU=>BI juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap model yang digunakan. Karena nilai *p-value* sesuai standar signifikansi yang akan memberikan pengaruh besar.

Hasil ini didukung oleh banyaknya *average* indikator nyaman berinteraksi yang dominan dalam pernyataan responden pada kuesioner yang telah dibagikan yaitu sejumlah 4,49. Hal ini dikarenakan pengguna merasa nyaman dalam menggunakan BSI *Mobile* karena fiturnya yang lengkap dan desainnya yang bagus. Oleh karena itu sikap penggunaan dapat mempengaruhi niat penggunaan BSI *Mobile*. Hal ini juga terbukti dari hasil *t-statistic* yang nilainya melebihi standar signifikansi. Maka dapat disimpulkan bahwa H4 diterima dalam penelitian ini.

⁷⁹ Sukmawati et al., “Penerimaan Dan Penggunaan Layanan Mobile Banking Perbankan Syariah: Ekstensi Technology Acceptance Model.”

⁸⁰ Ramadya, “Pengaruh Perceived Usefulness (PU) Dan Perceived Ease Of Use (PEOU) Terhadap Attitude Toward Using (ATU) Serta Dampaknya Terhadap Behavioral Intention To Use (BITU).”

⁸¹ Wati, “Analisis Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Penggunaan TikTok.”

5. H5: Pengaruh *Perceived Security* pada *Behavioral Intention Use* melalui *Attitude Toward of Using*

Berdasarkan hasil analisis dari *inner model* atau model struktural yang telah dilakukan, pada pengujian *t-statistic* diketahui bahwa H5 **diterima**. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa *Perceived Security* berpengaruh signifikan positif terhadap *Behavioral Intention Use* melalui *Attitude Toward of Using*.

Hasil ini sesuai dengan penelitian Sodiqin tahun 2021⁸², Asmara tahun 2022⁸³ dan Ni'mah tahun 2023⁸⁴, bahwa keamanan penggunaan dapat mempengaruhi niat penggunaan melalui sikap suatu sistem informasi. Selain itu, berdasarkan perhitungan dari *path coefficient* jalur SEC=>ATU=>BI juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap model yang digunakan. Karena nilai *p-value* sesuai standar signifikansi yang akan memberikan pengaruh besar.

Hasil ini didukung oleh banyaknya *average* indikator keamanan transaksi yang dominan dalam pernyataan responden pada kuesioner yang telah dibagikan yaitu sejumlah 4,34. Hal ini dikarenakan BSI *Mobile* menerapkan 2 sistem keamanan, yaitu password untuk mengakses rekening berserta PIN untuk melakukan transaksi dan hanya nasabah yang bisa mengaksesnya. Oleh karena itu keamanan dapat mempengaruhi niat penggunaan BSI *Mobile* melalui sikap penggunaan. Hal ini juga terbukti dari hasil *t-statistic* yang nilainya melebihi standar signifikansi. Maka dapat disimpulkan bahwa H5 diterima dalam penelitian ini.

6. H6: Pengaruh *Perceived Usefulness* pada *Behavioral Intention Use* melalui *Attitude Toward of Using*

Berdasarkan hasil analisis dari *inner model* atau model struktural yang telah dilakukan, pada pengujian *t-statistic* diketahui bahwa H6 **ditolak**. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa *Perceived Usefulness* tidak berpengaruh terhadap *Behavioral Intention Use* melalui *Attitude Toward of Using*.

⁸² Muhammad Shodiqin, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat, dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BSI Semarang)," *Skripsi*, 2021.

⁸³ Asmara and Kusumadewi, "Peran Kepercayaan Memediasi Kemudahan Penggunaan Dan Security Terhadap Niat Menggunakan Bca *Mobile Banking*."

⁸⁴ Ni'mah, "Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Manfaat Dan Pengetahuan Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Syariah Pada Mahasiswa Di Kudus."

Hasil ini tidak sesuai dengan penelitian Renaldi tahun 2021⁸⁵ dan Ariningsih tahun 2022⁸⁶. Tetapi sesuai dengan penelitian Wati tahun 2022⁸⁷ yang menyatakan bahwa kegunaan tidak dapat mempengaruhi niat penggunaan melalui sikap suatu sistem informasi. Berdasarkan perhitungan dari *p-value* jalur $PU \Rightarrow ATU \Rightarrow BI$ tidak memiliki pengaruh terhadap model yang digunakan. Karena nilai *p-value* tidak sesuai standar signifikansi dan tidak memberikan pengaruh yang besar.

Jika tanpa adanya mediasi dari *Attitude Toward of Using, Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention Use*. Hasil ini juga didukung oleh rendahnya *Average* pada indikator meningkatkan kinerja yang menghasilkan *Average* sejumlah 4,39. Pengguna beranggapan bahwa BSI *Mobile* belum meningkatkan kinerja mereka karena peningkatan kinerja tidak hanya bertransaksi menggunakan BSI *Mobile* tetapi juga dengan kualitas kerja, kuantitas, ketepatan waktu, efektifitas dan kemandirian. Jika adanya mediasi *Attitude Toward of Using* kegunaan tidak dapat mempengaruhi niat penggunaan BSI *Mobile*. Hal ini dapat mengidentifikasi bahwa responden memiliki niat menggunakan tanpa menyikapinya terlebih dahulu dalam manfaat atau kegunaan pada aplikasi tersebut. Secara tidak langsung tidak berpengaruh terbukti dari hasil *t-statistic* yang nilainya tidak melebihi standar signifikansi. Maka dapat disimpulkan bahwa H6 ditolak dalam penelitian ini.

7. H7: Pengaruh *Perceived Ease of Use* pada *behavioral Intention Use* melalui *Attitude Toward of Using*

Berdasarkan hasil analisis dari *inner model* atau model struktural yang telah dilakukan, pada pengujian *t-statistic* diketahui bahwa H7 **ditolak**. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa *Perceived Ease of Use* tidak berpengaruh terhadap *Behavioral Intention Use* melalui *Attitude Toward of Using*.

Hasil ini tidak sesuai dengan penelitian Renaldi tahun 2021⁸⁸ dan Ariningsih tahun 2022⁸⁹. Tetapi sesuai dengan penelitian Wati

⁸⁵ Renaldi, *Pengaruh Kegunaan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking BNI Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi*.

⁸⁶ Ariningsih, Wijayanti, and Prasaja, "Intention to Use E-Wallet Dilihat Dari Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Security, Dan Trust."

⁸⁷ Wati, "Analisis Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Penggunaan TikTok."

⁸⁸ Renaldi, *Pengaruh Kegunaan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking BNI Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi*.

tahun 2022⁹⁰ yang menyatakan bahwa kemudahan tidak dapat mempengaruhi niat penggunaan melalui sikap suatu sistem informasi. Berdasarkan perhitungan dari *p-value* jalur $PE \Rightarrow ATU \Rightarrow BI$ tidak memiliki pengaruh terhadap model yang digunakan. Karena nilai *p-value* tidak sesuai standar signifikansi dan tidak memberikan pengaruh yang besar.

Hasil ini juga didukung oleh rendahnya *average* pada indikator lebih cepat dan tidak membutuhkan waktu lama yang menghasilkan *Average* sejumlah 4,48. Pengguna beranggapan bahwa BSI *Mobile* belum begitu cepat dan masih tergolong aplikasi yang cukup lambat ketika dibuka. Apalagi ketika terkendala sinyal membutuhkan waktu yang lama dalam menggunakannya. Jika tanpa adanya mediasi dari *Attitude Toward of Using*, *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention Use*. Hal ini dapat mengidentifikasi bahwa responden memiliki niat menggunakan tanpa menyikapinya terlebih dahul. Jadi, jika adanya mediasi kemudahan tidak dapat mempengaruhi niat penggunaan BSI *Mobile* melalui sikap penggunaan. Secara tidak langsung tidak berpengaruh terbukti dari hasil *t-statistic* yang nilainya tidak melebihi standar signifikansi. Maka dapat disimpulkan bahwa H7 ditolak dalam penelitian ini.

⁸⁹ Ariningsih, Wijayanti, and Prasaja, "Intention to Use E-Wallet Dilihat Dari Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Security, Dan Trust."

⁹⁰ Wati, "Analisis Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Penggunaan TikTok."