

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Bank Syariah Indonesia

PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI), resmi berdiri pada 1 Februari 2021 atau 19 Jumadil Akhir 1442 H. Presiden Joko Widodo telah meresmikan bank syariah terbesar di Indonesia. BSI merupakan bank hasil penggabungan PT Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara resmi memberikan persetujuan penggabungan ketiga bank syariah melalui Surat No. SR-3/PB.1/2021 pada 27 Januari 2021. Selain itu, Presiden Joko Widodo meresmikan kehadiran BSI. Komposisi pemegang saham BSI adalah: PT Bank Mandiri (Persero) Tbk 50,83%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk 24,85%, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk 17,25%.

Sisanya pemegang saham dengan masing-masing kurang dari 5%. Penggabungan ini akan menggabungkan keunggulan ketiga bank syariah, menawarkan layanan yang lebih komprehensif, jangkauan yang lebih luas, dan kapasitas permodalan yang lebih besar. Didukung sinergi korporasi dan keterlibatan pemerintah melalui Kementerian Badan Usaha Milik Negara, Bank Syariah Indonesia didorong untuk mampu bersaing dalam skala global. Keberadaan Bank Syariah Indonesia mencerminkan wajah perbankan syariah Indonesia yang modern, universal dan natural (Rahmatan Lil `Aalamiin).

Besar kemungkinan BSI akan terus tumbuh dan menjadi bagian dari grup perbankan syariah terkemuka di skala global. Selain kinerja pertumbuhan yang positif, iklim mendukung pemerintah Indonesia untuk memiliki bank syariah nasional yang besar dan kuat dengan misi menciptakan ekosistem industri halal. Fakta bahwa Indonesia memiliki populasi Muslim terbesar di dunia juga memberikan peluang. Dalam konteks ini, keberadaan BSI menjadi sangat penting. Tidak hanya berperan penting sebagai perantara seluruh kegiatan ekonomi dalam ekosistem industri halal, tetapi juga berupaya memenuhi harapan negara.¹⁰⁷

2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia KC Palembang Simpang Patal

a. Visi

Top 10 Global Islamic Bank

b. Misi

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.
- 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham. Top 5 bank yang paling *profitable* di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).
- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia. Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan

¹⁰⁷ Bank Syariah Indonesia, (diakses pada, 23 April 2022)

masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.¹⁰⁸

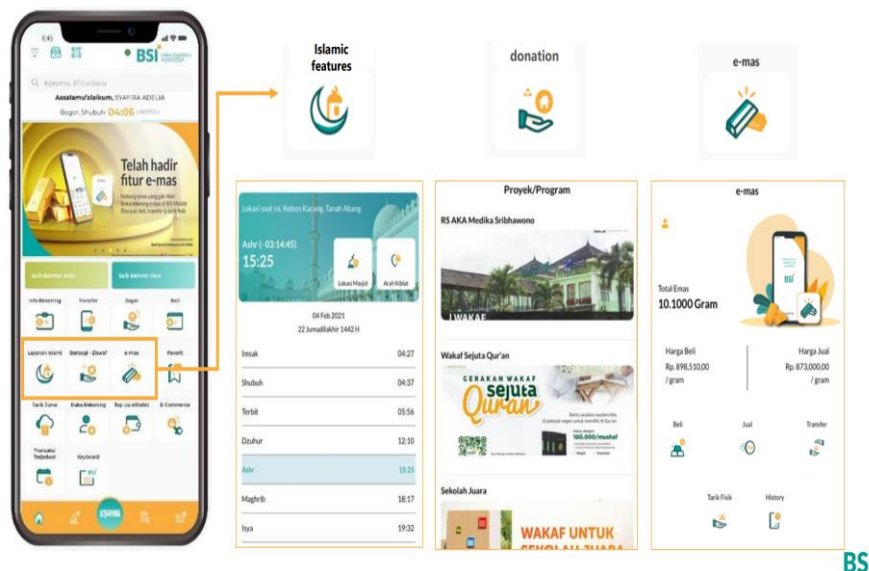
3. BSI Mobile

BSI Mobile merupakan salah satu saluran distribusi yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah dengan menggunakan teknologi 3G/4G serta WIFI pada *smartphone*. Lebih dari sekedar aplikasi yang menjamin kemudahan bagi penggunanya, layanan BSI Mobile hadir dengan menawarkan fitur lengkap dan inovasi. Dalam hal kemudahan, BSI Mobile dapat digunakan untuk calon nasabah dalam membuka rekening secara *online* kemudian pihak bank mengakses BSI Mobile untuk mendapatkan informasi lengkap terkait (saldo, mutasi dan portofolio), lokasi ATM maupun cabang BSI. Selain itu BSI Mobile juga dapat digunakan untuk melakukan berbagai transaksi online seperti transaksi QRIS; membayar tiket, asuransi, BPJS, internet/TV kabel, hingga *e-commerce*. BSI Mobile juga dapat digunakan untuk melakukan tarik tunai tanpa menggunakan kartu di 17.800 outlet indomaret dan lebih dari 1.800 ATM BSI, membeli voucher pulsa, PLN Prabayar, *e-money* dan menjadwalkan segala transaksi penting lainnya.¹⁰⁹ Berikut merupakan tampilan fitur pada Aplikasi BSI Mobile:

¹⁰⁸ https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html. (diakses pada 25 April 2022)

¹⁰⁹ Bank Syariah Indonesia, <https://bsimobile.co.id/>. (diakses pada, 23 April 2022)

Gambar 4.1
Tampilan Fitur Aplikasi BSI Mobile



Sebagaimana Gambar 4.1 terlihat bahwasanya, fitur yang tersedia dalam aplikasi BSI Mobile sangat lengkap selain itu, aplikasi BSI Mobile memiliki keunggulan yang membedakannya dengan aplikasi sejenis lainnya yaitu terdapat fitur Sahabat finansial yang memudahkan pengguna dalam mengatur keuangan yang tersedia, seperti transaksi terjadwal, manajemen kartu dan banyak lagi fitur menarik lainnya. Selain itu pada aplikasi BSI Mobile juga tersedia fitur sahabat spiritual, yang memberikan layanan islami seperti menunjukkan lokasi masjid, waktu sholat, dan arah kiblat yang menjadikan ibadah lebih mudah. Kemudian pada aplikasi BSI Mobile juga terdapat fitur Sahabat Sosial, yang menyediakan fitur berbagi dengan orang terdekat melalui berbagi ziswaf.¹¹⁰

¹¹⁰ <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/produk/bsi-mobile>. (Diakses pada 14 November 2022)

B. Karakteristik Responden

1. Jenis Kelamin Responden

Tabel berikut mencantumkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	40	32,8%
Perempuan	82	67,2%
Total	122	100%

Sumber: data diolah peneliti, 2022.

Berdasarkan karakteristik responden pada Tabel 4.1, responden laki-laki sebanyak 32,8%, dan responden perempuan sebanyak 67,2%.

2. Usia Responden

Karakteristik usia responden ditunjukkan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Umur	Frekuensi	Presentase
18-25	77	63,1%
26-30	22	18,0%
31-40	10	8,2%
41-50	6	4,9%
>50	7	5,7%
Total	122	100%

Sumber: data diolah peneliti, 2022.

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat diketahui terdapat 122 responden. Dengan rata-rata usia responden yang terbagi menjadi lima tingkatan, yaitu kelompok usia 18-25 tahun sebanyak 77 orang atau 63,1%, kelompok usia 26-30 sebanyak 22 orang atau 18,0%, kelompok usia 31-40 sebanyak 10

orang atau 8,2%, kelompok 41-50 sebanyak 6 orang atau 4,9%, dan kelompok usia >50 sebanyak 7 orang atau 5,7%.

3. Pendidikan Terakhir Responden

Berikut ini menunjukkan karakteristik berdasarkan pendidikan terakhir dari responden:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Presentase
SMA	52	42,6%
Diploma	16	13,1%
S1	47	38,5%
S2	7	5,7%
Total	122	100%

Sumber: data diolah peneliti, 2022.

Pada Tabel 4.3 menunjukkan karakteristik pendidikan terakhir dari responden lulusan SMA yaitu 52 orang atau 42,6%, lulusan Diploma yaitu 16 orang atau 13,1%, lulusan S1 yaitu 47 orang atau 38,5%, lulusan S2 yaitu 7 orang atau 5,7%.

4. Penghasilan Responden

Karakteristik penghasilan responden ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Penghasilan	Frekuensi	Presentase
<Rp 1.000.000	39	32,0%
Rp 1.000.000-Rp 2.999.999	37	30,3%
Rp 3.999.999-Rp 4.999.999	35	28,7%
> Rp 5.000.000	11	9,0%
Total	122	100%

Sumber: data diolah peneliti, 2022.

Berdasarkan karakteristik responden pada tabel 4.4 dapat diketahui yang berpenghasilan <Rp 1.000.000 sebanyak 39 orang atau 32,0%, yang

berpenghasilan Rp 1.000.000-Rp 2.999.999 sebanyak 37 orang atau 30,3%, yang berpenghasilan Rp 3.000.000-Rp 4.999.999 sebanyak 35 orang atau 28,7%, kemudian yang berpenghasilan >Rp 5.000.000 sebanyak 11 orang atau 9,0%.

5. Berdasarkan Pekerjaan

Berikut merupakan data yang menunjukkan karakteristik responden berdasarkan pekerjaan:

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
Wiraswasta	18	14,8%
Pegawai Swasta	33	27,0%
PNS	11	9,0%
Lainnya	60	49,2%
Total	122	100%

Sumber: data diolah peneliti, 2022.

Berdasarkan Tabel 4.5 diketahui responden yang memiliki pekerjaan Wiraswasta sebanyak 18 orang atau 14,8%, kemudian responden yang memiliki pekerjaan sebagai Pegawai swasta sebanyak 33 orang atau 27,0%, selanjutnya responden yang memiliki pekerjaan PNS sebanyak 11 orang atau 9,0%, terakhir pekerjaan lainnya sebanyak 60 responden atau senilai 49,2%.

C. Deskripsi Data

Berikut merupakan tabel yang berisi deskripsi tanggapan responden terhadap variabel *perceived usefulness*, variabel *perceived ease of use* dan variabel *perceived credibility* terhadap penggunaan aplikasi BSI Mobile:

Tabel 4.6
Distribusi Jawaban Responden
Variabel *Perceived Usefulness* (X1)

Indikator	Karakteristik	Jawaban Responden					Total
		1 (STS)	2 (TS)	3 (N)	4 (S)	5 (SS)	
X1.1	Frekuensi	0	0	2	44	76	122
	%	0%	0%	1,6%	36,1%	62,3%	100%
X1.2	Frekuensi	0	0	3	46	73	122
	%	0%	0%	2,5%	37,7%	59,8%	100%
X1.3	Frekuensi	0	0	9	47	66	122
	%	0%	0%	7,4%	38,5%	54,1%	100%
X1.4	Frekuensi	0	0	21	51	50	122
	%	0%	0%	17,2%	41,8%	41,0%	100%

Sumber: data diolah peneliti, 2022.

Berdasarkan Tabel 4.6 diatas, dapat diketahui jawaban dari responden mengenai pertanyaan dari indikator X1.1 berjumlah 122 responden dengan frekuensi 2 atau 1,6% jawaban netral, frekuensi 44 atau 36,1% setuju, frekuensi 76 atau 62,3% menjawab sangat setuju. Kemudian indikator X1.2 berjumlah 122 responden dengan frekuensi 3 atau 2,5% menjawab netral, frekuensi 46 atau 37,7% setuju, selanjutnya frekuensi 73 atau 58,9% menjawab sangat setuju. Selanjutnya indikator X1.3 dengan 122 responden, frekuensi 9 atau 7,4% menjawab netral, frekuensi 47 atau 38,5% menjawab setuju, dan frekuensi 66 atau 54,1% menjawab sangat setuju. Kemudian indikator X1.4

dengan frekuensi 21 atau 17,2% menjawab netral, frekuensi 52 atau 41,8% menjawab setuju dan frekuensi 50 atau 41,0% menjawab sangat setuju.

Tabel 4.7
Distribusi Jawaban Responden
Variabel *Perceived Ease of Use* (X2)

Indikator	Karakteristik	Jawaban Responden					Total
		1 (STS)	2 (TS)	3 (N)	4 (S)	5 (SS)	
X2.1	Frekuensi	0	0	10	50	62	122
	%	0%	0%	8,2%	41,0%	50,8%	100%
X2.2	Frekuensi	0	1	8	56	57	122
	%	0%	0,8%	6,6%	45,9%	46,7%	100%
X2.3	Frekuensi	0	0	9	48	65	122
	%	0%	0	7,4%	39,3%	53,3%	100%

Sumber: data diolah peneliti, 2022.

Berdasarkan Tabel 4.7 diatas, dapat diketahui jawaban dari responden mengenai pertanyaan dari indikator X2.1 dengan 122 responden dengan frekuensi 10 atau 8,2% jawaban netral, frekuensi 50 atau 41,0% setuju, frekuensi 62 atau 50,8% menjawab sangat setuju. Kemudian indikator X2.2 berjumlah 122 responden dengan frekuensi 1 atau 0,8% menjawab tidak setuju, frekuensi 8 atau 6,6% menjawab netral, frekuensi 56 atau 45,9% setuju, selanjutnya frekuensi 65 atau 53,3% menjawab sangat setuju. Selanjutnya indikator X2.3 dengan 122 responden frekuensi 9 atau 7,4% menjawab netral, frekuensi 48 atau 39,3% menjawab setuju, dan frekuensi 65 atau 53,3% menjawab sangat setuju.

Tabel 4.8
Distribusi Jawaban Responden
Variabel *Perceived Credibility* (X3)

Indikator	Karakteristik	Jawaban Responden					Total
		1 (STS)	2 (TS)	3 (N)	4 (S)	5 (SS)	
X3.1	Frekuensi	0	0	15	56	51	122
	%	0%	0%	12,3%	45,9%	41,8%	100%
X3.2	Frekuensi	1	0	11	62	48	122
	%	0,8%	0%	9,0%	50,8%	39,3%	100%

Sumber: data diolah peneliti, 2022.

Berdasarkan Tabel 4.8 diatas, dapat diketahui jawaban dari responden mengenai pertanyaan dari indikator X3.1 dengan 122 responden, frekuensi 15 atau 8,2% jawaban netral, frekuensi 56 atau 45,9% setuju, frekuensi 51 atau 41,8% menjawab sangat setuju. Kemudian indikator X2.2 berjumlah 122 responden dengan frekuensi 1 atau 0,8% menjawab sangat tidak setuju, frekuensi 11 atau 9,0% menjawab netral, frekuensi 62 atau 50,8% setuju, selanjutnya frekuensi 48 atau 39,3% menjawab sangat setuju.

Tabel 4.9
Distribusi Jawaban Responden
Variabel Penggunaan (Y)

Indikator	Karakteristik	Jawaban Responden					Total
		1 (STS)	2 (TS)	3 (N)	4 (S)	5 (SS)	
Y1	Frekuensi	0	0	18	48	56	122
	%	0%	0%	14,8%	39,3%	45,9%	100%
Y2	Frekuensi	0	0	12	51	59	122
	%	0%	0%	9,8%	41,8%	48,4%	100%
Y3	Frekuensi	0	1	19	43	59	122
	%	0%	0,8%	15,6%	35,2%	48,4%	100%

Sumber: data diolah peneliti, 2022

Berdasarkan Tabel 4.9 diatas, dapat diketahui jawaban dari responden mengenai pertanyaan dari indikator Y1 dengan 122 responden dengan

frekuensi 18 atau 14,8% jawaban netral, frekuensi 48 atau 39,3% setuju, frekuensi 56 atau 45,9% menjawab sangat setuju. Kemudian indikator Y2 berjumlah 122 responden dengan frekuensi 12 atau 9,8% menjawab netral, frekuensi 51 atau 41,8% setuju, selanjutnya frekuensi 59 atau 48,4% menjawab sangat setuju. Selanjutnya indikator Y3 dengan 122 responden frekuensi 1 atau 0,8% menjawab tidak setuju, frekuensi 19 atau 15,6% menjawab netral, frekuensi 43 atau 35,2% menjawab setuju, dan frekuensi 95 atau 48,4% menjawab sangat setuju.

D. Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ini telah dilakukan pengujian dengan melakukan *pretest* kepada 36 responden untuk mengetahui apakah instrumen tersebut dapat dijadikan sebagai alat uji statistik atau tidak dengan menguji validitas dan reliabilitasnya. Setelah semua alat pengujian valid dan reliabel, kuisisioner disebar ke 122 responden yang terpilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya.

1. Uji Validitas

Saat menguji tingkat validitas, uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Untuk derajat kebebasan (df) = $n - k$, dimana n merupakan bilangan atau jumlah responden dan k adalah bilangan struktur. Dalam hal ini ukuran df adalah $122 - 2$ atau $df = 120$ dengan $\alpha = 0,05$, maka nilai r tabelnya adalah 0,1779, jika r hitung (untuk setiap item kalimat pernyataan dapat dilihat derajat korelasi total dari koreksi item) lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka item pernyataan tersebut dikatakan valid.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Variabel *Perceived Usefulness* (X1)

Variabel	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1.1	0,831	0,1779	Valid
X1.2	0,780	0,1779	Valid
X1.3	0,834	0,1779	Valid
X1.4	0,798	0,1779	Valid

Sumber: data diolah SPSS 25, 2022.

Berdasarkan data yang dapat dilihat pada Tabel 4.10 diatas bahwa masing-masing indikator dari variabel *perceived usefulness* (X1) memiliki nilai r hitung $>$ r tabel (0,1779). Maka dapat disimpulkan, pernyataan pada variabel X1 dinyatakan valid.

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Variabel *Perceived Ease Of Use* (X2)

Variabel	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X2.1	0,873	0,1779	Valid
X2.2	0,866	0,1779	Valid
X2.3	0,886	0,1779	Valid

Sumber: data diolah SPSS 25, 2022.

Berdasarkan data pada Tabel 4.11 diatas bahwa masing-masing indikator dari variabel *perceived ease of use* (X2) memiliki nilai r hitung $>$ r tabel (0,1779). Maka dapat disimpulkan, pernyataan pada variabel X2 dinyatakan valid.

Tabel 4.12
Hasil Uji Validitas Variabel *Perceived Credibility* (X3)

Variabel	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X3.1	0,895	0,1779	Valid
X3.2	0,901	0,1779	Valid

Sumber: data diolah SPSS 25, 2022.

Berdasarkan data pada Tabel 4.12 diatas bahwa masing-masing indikator dari variabel *perceived credibility* (X3) memiliki nilai r hitung $>$

r tabel (0,1779). Maka dapat disimpulkan, pernyataan pada variabel X3 dinyatakan valid.

Tabel 4.13
Hasil Uji Validitas Variabel Penggunaan (Y)

Variabel	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Y1	0,860	0,1779	Valid
Y2	0,899	0,1779	Valid
Y3	0,906	0,1779	Valid

Sumber: data diolah SPSS 25, 2022.

Berdasarkan data pada Tabel 4.13 diatas bahwa masing-masing indikator dari variabel penggunaan (Y) memiliki nilai r hitung > r tabel (0,1779). Maka dapat disimpulkan, pernyataan pada variabel Y dinyatakan valid.

Tabel 4.14
Rekapitulasi Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
<i>Perceived Usefulness (X2)</i>	X1.1	0,831	0,1779	Valid
	X1.2	0,780	0,1779	Valid
	X1.3	0,834	0,1779	Valid
	X1.4	0,798	0,1779	Valid
<i>Perceived Ease Of Use (X2)</i>	X2.1	0,873	0,1779	Valid
	X2.2	0,866	0,1779	Valid
	X2.3	0,886	0,1779	Valid
<i>Perceived Credibility (X3)</i>	X3.1	0,895	0,1779	Valid
	X3.2	0,901	0,1779	Valid
Penggunaan (Y)	Y1	0,860	0,1779	Valid
	Y2	0,899	0,1779	Valid
	Y3	0,906	0,1779	Valid

Sumber: data diolah SPSS 25, 2022

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran teknik *Cronbach's Alpha*, dimana alat ukur dikatakan reliabel bila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$.

Tabel 4.15
Hasil Uji Reliabilitas X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.817	4

Sumber: data SPSS 25, 2022.

Berdasarkan data pada Tabel 4.15 diatas, diketahui variabel *perceived usefulness* (X1) memiliki nilai *Cronbach Alpha* 0,817 yang berarti lebih besar dari 0,6. Maka dari itu, dapat disimpulkan alat ukur atau instrumen dalam penelitian ini adalah reliabel.

Tabel 4.16
Hasil Uji Reliabilitas X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.847	3

Sumber: data SPSS 25, 2022.

Berdasarkan data pada Tabel 4.16 diatas, dapat diketahui bahwa variabel *perceived usefulness* (X2) memiliki nilai *Cronbach Alpha* 0,847 yang berarti lebih besar dari 0,6. Maka dari itu, disimpulkan alat ukur atau instrumen dalam penelitian ini adalah reliabel.

Tabel 4.17
Hasil Uji Reliabilitas X3

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.761	2

Sumber: data SPSS 25, 2022.

Berdasarkan data pada Tabel 4.17 diatas, dapat diketahui bahwa variabel *perceived usefulness* (X3) memiliki nilai *Cronbach Alpha* 0,761 yang berarti lebih besar dari 0,6. Maka dari itu, disimpulkan alat ukur atau instrumen dalam penelitian ini adalah reliabel.

Tabel 4.18
Hasil Uji Reliabilitas Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.864	3

Sumber: data SPSS 25, 2022.

Berdasarkan data dari Tabel 4.18 diatas, dapat diketahui bahwa variabel *perceived usefulness* (X1) memiliki nilai *Cronbach Alpha* 0,864 yang berarti lebih besar dari 0,6. Maka dari itu, dapat disimpulkan alat ukur atau instrumen dalam penelitian ini adalah reliabel.

Tabel 4.19
Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Reliabilitas Coefficient</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Alpha	Keterangan
<i>Perceived Usefulness</i> (X1)	4 item pernyataan	0,817	0,60	Reliabel
<i>Perceived Ease of Use</i> (X2)	3 item pernyataan	0,874	0,60	Reliabel
<i>Perceived Credibility</i> (X3)	2 item Pernyataan	0,761	0,60	Reliabel
<i>Penggunaan</i> (Y)	3 item Pernyataan	0,864	0,60	Reliabel

Sumber: data diolah peneliti, 2022

Berdasarkan Tabel 4.19 menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* dari setiap variabel $> 0,60$. Oleh sebab itu, *variabel perceived usefulness* (X1), *perceived ease of use* (X1), dan *perceived credibility* (X3) dikatakan reliabel.

E. Hasil Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis data deskriptif digunakan untuk menggambarkan pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *perceived credibility* terhadap penggunaan aplikasi BSI Mobile pada Bank Syariah Indonesia KC Palembang Simpang Patal (Studi Pada Masa Covid-19).

Tabel 4. 20
Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
X1_Total	122	12	20	2182	17.89	1.967
X2_Total	122	9	15	1619	13.27	1.681
X3_Total	122	6	10	1046	8.57	1.233
Y_Total	122	8	15	1587	13.01	1.900
Valid N (listwise)	122					

Sumber: data diolah SPSS 25, 2022.

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 4.20 diketahui N setiap variabel yaitu 122 yang merupakan jumlah dari responden yang dijadikan sebagai sampel penelitian. Adapun berdasarkan tabel diatas, variabel *Perceived Usefulness* (X1) memiliki nilai minimum 12 dan nilai maksimum 20, dengan nilai mean 17,89, sedangkan untuk standar deviasi 1,967.

Variabel *Perceived Ease of Use* (X2) memiliki nilai minimum 9 dan nilai maksimum 15, dengan nilai standar deviasi 1,681. Variabel *Perceived Credibility* (X3) memiliki nilai minimum 6 dan nilai maksimum 10, adapun nilai standar deviasinya 1,233. Variabel Penggunaan (Y) memiliki nilai minimum 8 dan nilai maksimum 15, sedangkan nilai standar deviasinya 1,900.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah uji prasyarat yang dilakukan sebelum menganalisis data. Hal ini bertujuan mengetahui bagaimana data yang akan digunakan dalam penelitian. Berikut merupakan bagian-bagian dari uji asumsi klasik:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah variabel yang digunakan dalam model regresi berdistribusi normal. Model regresi yang baik ialah yang berdistribusi normal ataupun mendekati normal. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas data dengan uji Kolmogorov-Smirnov, jika hasil sig > 0,05 maka data dikatakan berdistribusi normal. Sebagaimana yang tersaji pada tabel berikut:

Tabel 4.21
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		122
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.29928827
Most Extreme Differences	Absolute	.144
	Positive	.132
	Negative	-.144
Test Statistic		.144
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.011
Point Probability		.000

Sumber: data SPSS 25, 2022

Berdasarkan uji Kolmogorof-Smirnov pada Tabel 4.21 menunjukkan hasil bahwa data dalam persamaan berdistribusi normal, dimana hasil output yang didapatkan nilai Exact Sig. (2-tailed) > 0,05, data residual berdistribusi normal dan model regresi memenuhi asumsi normalitas.

d. Uji Heterokedasitas

Uji heterokedasitas digunakan untuk menguji apakah dalam regresi terdapat ketidaksamaan varians. Jika nilai signifikansi (sig) antara variabel bebas dengan absolut residual > 0,05 maka tidak terdapat masalah heterokedasitas. Uji heterokedasitas pada regresi ini menggunakan uji glejser, seperti berikut ini:

Tabel 4.22
Hasil Uji Heterokedasitas

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.159	.755		4.183	.000
Perceived Usefulness	.040	.056	.090	.717	.475
Perceived Ease of Use	-.130	.064	-.249	-2.026	.045
Perceived Credibility	-.140	.071	-.196	-1.969	.051

Sumber : data SPSS 25, 2022

Berdasarkan perhitungan pada Tabel 4.22 diatas, diketahui hasil uji heterokedasitas dengan metode Glejser memiliki nilai signifikan $> 0,05$. Nilai signifikansi variabel *perceived usefulness* (X1) sebesar $0,475 > 0,05$, nilai signifikansi variabel *perceived ease of use* (X2) sebesar $0,045 > 0,05$, kemudian nilai signifikansi dari variabel *perceived credibility* (X3) sebesar $0,051 > 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat tanda-tanda heterokdasitas pada model regresi.

e. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara variabel independen dalam model regresi. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factore* (VIF). Jika nilai *tolerance* $> 0,01$ dan $VIF < 10$ maka disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4. 23
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.159	.755		4.183	.000		
	Perceived Usefulness	.040	.056	.090	.717	.475	.485	2.062
	Perceived Ease of Use	-.130	.064	-.249	-2.026	.045	.505	1.979
	Perceived Credibility	-.140	.071	-.196	-1.969	.051	.771	1.297

Sumber : data SPSS 25, 2022

Berdasarkan Tabel 4.22 menunjukkan nilai tolerance variabel X1, X2 dan X3 masing-masing memiliki 0,485, 0,505, 0,771 > 0,10. Adapun nilai dari VIF X1, X2, dan X3 adalah 2,062, 1,979, dan 1,297 < 10. Hal ini disimpulkan tidak terdapat multikolinieritas antara variabel bebas.

f. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah data yang dianalisis berhubungan atau linier. Uji linieritas dapat diketahui dari nilai *sig. linearity* dan *sig. Deviation From Linierity* > 0,05 maka model regresi bersifat linier, begitupun sebaliknya jika nilai *sig. Linierity* > 0,05, dan nilai *sig. Deviation From Linierity* < 0,05 maka model regresi tidak linier.

Tabel 4. 24
Hasil Uji Linieritas Penggunaan dan *Perceived Usefulness*

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Penggunaan * Perceived Usefulness	Between Groups	(Combined)	230.176	7	32.882	18.125	.000
		Linearity	200.059	1	200.059	110.275	.000
		Deviation from Linearity	30.117	6	5.020	2.767	.015
	Within Groups		206.816	114	1.814		
	Total		436.992	121			

Sumber: data SPSS 25, 2022.

Berdasarkan Tabel 4.23, nilai sig. $0,000 < 0,05$ linieritas dan nilai Sig. Deviasi liniernya adalah 0,015. Hal ini menjelaskan bahwa regresi linier dapat digunakan untuk menjelaskan dampak antara *perceived usefulness* dan penggunaan.

Tabel 4. 25
Hasil Uji Linieritas Penggunaan dan *Perceived Ease of Use*

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Penggunaan * Perceived Ease of Use	Between Groups	(Combined)	199.275	6	33.213	16.067	.000
		Linearity	163.827	1	163.827	79.254	.000
		Deviation from Linearity	35.449	5	7.090	3.430	.006
	Within Groups		237.716	115	2.067		
	Total		436.992	121			

Sumber: data SPSS 25, 2022.

Berdasarkan Tabel 4.24, nilai sig. $0,000 < 0,05$ linieritas dan nilai Sig. Deviasi liniernya adalah 0,006. Hal ini menjelaskan bahwa regresi

linier dapat digunakan untuk menjelaskan dampak antara *perceived ease of use* dan penggunaan.

Tabel 4. 26
Hasil Uji Linieritas Penggunaan dan *Perceived Credibility*

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Penggunaan * Perceived Credibility	Between Groups	(Combined)	125.957	4	31.489	11.845	.000
		Linearity	110.344	1	110.344	41.507	.000
		Deviation from Linearity	15.613	3	5.204	1.958	.124
	Within Groups		311.035	117	2.658		
	Total		436.992	121			

Sumber: data SPSS 25, 2022.

Berdasarkan Tabel 4.25, nilai sig. 0,000 < 0,05 linieritas dan nilai Sig. Deviasi liniernya adalah 0,124. Hal ini menjelaskan bahwa regresi linier dapat digunakan untuk menjelaskan dampak antara *perceived credibility* dan penggunaan.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh *perceived usefulness* (X1), *perceived ease of use* (X2), *perceived credibility* (X3) terhadap penggunaan (Y) aplikasi BSI Mobile pada Bank Syariah Indonesia KC Palembang Simpang Patal (studi pada masa Covid-19). Hasil analisis ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4. 27
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.525	1.175		-.447	.656
	Perceived Usefulness	.403	.087	.417	4.613	.000
	Perceived Ease of Use	.264	.100	.233	2.633	.010
	Perceived Credibility	.331	.110	.214	2.992	.003

Sumber: data SPSS 25, 2022

Berdasarkan perhitungan pada Tabel 4.26 diatas diperoleh nilai konstanta (nilai α) sebesar -0,525 dan untuk *Perceived Usefulness* (nilai β) sebesar 0,403 adapun *Perceived Ease of Use* (nilai β) sebesar 0,264 serta *Perceived Credibility* (nilai β) sebesar 0,331. Sehingga diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Di mana :

Y = Penggunaan

$$a = -0,525$$

$$b_1 = 0,403$$

$$b_2 = 0,264$$

$$b_3 = 0,331$$

$X_1 = \textit{Perceived Usefulness}$

$X_2 = \textit{Perceived Ease of Use}$

$X_3 = \textit{Perceived Credibility}$

e = Tingkat error/ tingkat kesalahan

Berdasarkan rumus tersebut maka mendapatkan hasil berikut:

$$Y = -0,525 + 0,403X_1 + 0,264X_2 + 0,331X_3 + e$$

- a. Berdasarkan hasil konstanta *unstandardized coefficient* diatas memiliki nilai $-0,525$ (negatif), hal ini berarti nilai variabel penggunaan (Y) tanpa adanya *perceived usefulness* (X1), *perceived ease of use* (X2), dan *perceived credibility* (X3) adalah $-0,525$. Hal ini menunjukkan jika nilai dari penggunaan aplikasi BSI Mobile sebesar $-0,525$ maka nilai X1, X2, dan X3 menjadi nol (0) relatif terhadap Y.
- b. Koefisien X1 sebesar $0,264$. Hal ini berarti bahwa jika terjadi peningkatan variabel *perceived usefulness* (X1) sebesar satu satuan maka penggunaan aplikasi BSI Mobile meningkat sebesar $0,264$ satuan. Begitupun sebaliknya jika terjadi penurunan variabel X1 sebesar satu satuan, maka penggunaan aplikasi BSI Mobile menurun sebesar $0,264$.
- c. Koefisien X2 sebesar $0,403$, hal ini berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel *perceived ease of use* (X2) sebesar satu satuan, maka penggunaan aplikasi BSI Mobile meningkat sebesar $0,403$ satuan. Begitupun sebaliknya jika terjadi penurunan variabel X2 sebesar satu satuan, maka penggunaan aplikasi BSI Mobile menurun sebesar $0,403$.
- d. Koefisien X3 sebesar $0,331$, hal ini berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel *perceived credibility* (X3) sebesar satu satuan, maka penggunaan aplikasi BSI Mobile meningkat sebesar $0,331$ satuan. Begitupun sebaliknya jika terjadi

penurunan variabel X1 sebesar satu atuan maka penggunaan aplikasi BSI Mobile menurun sebesar 0,331.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Uji t (parsial) bertujuan untuk mengetahui apakah variabel *perceived usefulness* (X1), *perceived ease of use* (X2), dan *perceived credibility* (X3) secara parsial berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi BSI Mobile (Y). Berikut merupakan hasil dari uji t (parsial):

Tabel 4. 28
Hasil Uji t (parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	-.525	1.175		
Perceived Usefulness	.403	.087	.417	4.613	.000
Perceived Ease of Use	.264	.100	.233	2.633	.010
Perceived Credibility	.331	.110	.214	2.992	.003

Sumber: data SPSS 25, 2022

Berdasarkan data perhitungan pada Tabel 4.27 diatas, diketahui bahwa besaran t tabel diperoleh melalui ketentuan $t (\alpha/2 ; n-k-1) = t (0,025 ; 118)$ sehingga diperoleh t tabel 1,980, maka dalam hal ini diketahui masing-masing dari variabel sebagai berikut:

1) Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Variabel *perceived usefulness* (X1) memiliki t hitung $4.613 > t$ tabel 1,980 kemudian nilai sig. $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh *perceived usefulness* terhadap penggunaan aplikasi BSI Mobile.

2) Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Variabel *perceived ease of use* (X2) memiliki t hitung 2,633 > t tabel 1,980 kemudian nilai sig. 0,010 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh *perceived ease of use* terhadap penggunaan aplikasi BSI Mobile.

3) Pengujian Hipotesis Ketiga (H3)

Variabel *perceived credibility* (X3) memiliki t hitung 2.992 > t tabel 1,980, kemudian nilai sig. 0,003 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh *perceived credibility* terhadap penggunaan aplikasi BSI Mobile.

b. Uji F (Simultan)

Uji F (simultan) berfungsi untuk mengetahui apakah variabel *perceived usefulness* (X1), *perceived ease of use* (X2), dan *perceived credibility* (X3) berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi BSI Mobile (Y) secara bersamaan (simultan). Uji F merupakan langkah pertama dalam menentukan apakah model estimasi dapat digunakan atau layak dalam menjelaskan pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). berikut merupakan hasil dari uji F :

Tabel 4. 29
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	232.726	3	77.575	44.813	.000 ^b
	Residual	204.266	118	1.731		
	Total	436.992	121			

Sumber: data SPSS 25, 2022.

Jika nilai F hitung lebih besar dari F tabel (2,68) maka uji F berpengaruh, adapun jika nilai F hitung lebih kecil dari F tabel (2,68) maka uji F tidak berpengaruh.

Pengujian Hipotesis Keempat (H4)

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 4.28 diatas, dapat diketahui (nilai F hitung $44.813 > F$ tabel 2,68), kemudian nilai sig. $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan H4 diterima yang berarti terdapat pengaruh positif antara ketiga variabel independen yaitu *perceived usefulness* (X1), *perceived ease of use* (X2), dan *perceived credibility* (X3) terhadap variabel dependen yaitu variabel Penggunaan aplikasi BSI Mobile (Y).

c. Uji R2 (Koefisien Determinasi)

Uji koefisien determinasi (*adjusted R-squared*) bertujuan untuk mengetahui bagian atau presentase variasi total yang dijelaskan oleh variabel bebas (X) dalam variabel terkait (Y). berikut merupakan perhitungan dari uji koefisien determinasi:

Tabel 4. 30
Hasil Uji *Adjusted R Square*

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.730 ^a	.533	.521	1.316

Sumber: data SPSS 25, 2022.

Berdasarkan Tabel 4.29, diketahui bahwa pada kolom Adjusted R-square presentase variasi total variabel dependen (Y) yang dijelaskan variabel independen (X) 0,521 atau 52,1%. Hal ini berarti variabel bebas

(*perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *perceived credibility*) memiliki pengaruh sebesar 52,1% terhadap variabel terikat (penggunaan), sedangkan sisanya 0,479 atau 47,9% dijelaskan oleh variabel lainnya yang belum diteliti ataupun tidak termasuk kedalam regresi penelitian ini.

F. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap Penggunaan Aplikasi BSI Mobile

Berdasarkan hasil uji t (parsial), diperoleh nilai t hitung $4,613 > t$ tabel 1,980 kemudian nilai sig. $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap penggunaan aplikasi BSI Mobile pada Bank Syariah Indonesia. Kemudian hasil analisis regresi linier berganda, diperoleh persamaan berikut ini:

$$Y = -0,525 + 0,403X_1 + 0,264X_2 + 0,331X_3 + e.$$

Nilai konstanta *unstandardized coefficient* memiliki nilai -0,525 (negatif), hal ini berarti nilai variabel penggunaan (Y) tanpa adanya *perceived usefulness* (X1), adalah -0,525. Hal ini menunjukkan jika nilai dari penggunaan aplikasi BSI Mobile sebesar -0,525 diperoleh nilai koefisien X1 sebesar 0,264 hal ini berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel *perceived usefulness* (X1) sebesar satuan nilai maka penggunaan aplikasi BSI Mobile meningkat sebesar 0,264 satuan. Begitupun sebaliknya jika terjadi penurunan variabel X1 sebesar satuan nilai maka penggunaan aplikasi BSI Mobile menurun sebesar 0,264 satuan. Disimpulkan bahwa, semakin tinggi persepsi manfaat terhadap aplikasi BSI

Mobile maka akan berpengaruh pada sikap nasabah terhadap meningkatnya penggunaan aplikasi BSI Mobile.

Sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis bahwa, individu akan menerima dan menggunakan sebuah sistem karena dipengaruhi oleh persepsi manfaat (*perceived usefulness*).¹¹¹ Manfaat ataupun kegunaan yang dirasakan dapat diartikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya.¹¹²

Adanya persepsi manfaat (*perceived usefulness*) terhadap suatu teknologi akan mempengaruhi penggunaan teknologi itu sendiri. Sehingga dapat dijelaskan bahwa *perceived usefulness* yang terdiri dari empat indikator yaitu bekerja lebih cepat, memudahkan pekerjaan, bermanfaat, dan meningkatkan produktivitas berpengaruh positif terhadap penggunaan aplikasi BSI Mobile.

Oleh karena itu, semakin tinggi persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dari aplikasi BSI mobile, maka akan semakin tinggi pula nasabah yang menggunakan aplikasi BSI Mobile pada Bank Syariah Indonesia KC Palembang Simpang Patal dalam melakukan transaksi perbankan, terlebih lagi pada masa pandemi yang mengharuskan masyarakat untuk mengurangi transaksi secara tunai (*cashless*).

Selain itu, penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Tjuk Indarsin & Hapzi Ali : 2017), (Maria Loki : 2017), (Fadhilah afifah

¹¹¹ Sukmawati, H., Joni, Farizal Rasyid, A., & Kurniaputri, M. R. (2021). *Penerimaan dan Penggunaan Layanan Mobile Banking Perbankan Syariah: Ekstensi Technology Acceptance Model*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(3), h.1845-1857.

¹¹² Luarn, P., & Lin, H. H. (2005). *Toward an understanding of the behavioral intention to use mobile banking*. *Computers in Human Behavior*, 21(6), 873–891.

& Sri Widyanesti : 2017), (Azizah Putri et al : 2020), (Heni Sukmawati et al : 2021) yang menyimpulkan bahwa persepsi manfaat (*perceived usefulness*) berpengaruh positif terhadap penggunaan layanan *mobile banking*.

2. Pengaruh *Perceived Ease Of Use* terhadap Penggunaan Aplikasi BSI Mobile

Berdasarkan hasil uji t (parsial) diperoleh nilai t hitung 2,633 > t tabel 1,980 kemudian nilai sig. 0,010 < 0,05, maka dapat disimpulkan *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap penggunaan aplikasi BSI Mobile. Selain itu, Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diperoleh persamaan berikut ini:

$$Y = -0,525 + 0,403X_1 + 0,264X_2 + 0,331X_3 + e.$$
 Nilai konstanta *unstandardized coefficient* memiliki nilai -0,525 (negatif), hal ini berarti nilai variabel penggunaan (Y) tanpa adanya *perceived usefulness* (X1), adalah -0,525. Hal ini menunjukkan jika nilai dari penggunaan aplikasi BSI Mobile sebesar -0,525. Nilai Koefisien X2 sebesar 0,403 hal ini berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel *perceived ease of use* (X2) sebesar satuan nilai, maka penggunaan aplikasi BSI Mobile meningkat sebesar 0,403 satuan. Begitupun sebaliknya jika terjadi penurunan variabel X2 sebesar satuan nilai, maka penggunaan aplikasi BSI Mobile menurun sebesar 0,403 satuan. Dengan kata lain, semakin tinggi persepsi individu bahwa aplikasi BSI Mobile mudah untuk digunakan maka sikap individu terhadap penggunaan semakin meningkat.

Hal ini didukung dengan adanya teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1998, yang mengatakan bahwa individu percaya menggunakan suatu sistem tertentu akan terbebas dari upaya fisik ataupun mental.¹¹³ Hal ini mengindikasikan, semakin tinggi persepsi individu terhadap kemudahan penggunaan maka akan semakin banyak individu yang menggunakan aplikasi digital perbankan atau *mobile banking*.

Adanya persepsi kemudahan dalam menggunakan (*perceived ease of use*) terhadap suatu teknologi akan mempengaruhi penggunaan dari teknologi itu sendiri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived ease of use* yang terdiri dari tiga indikator yaitu teknologi mudah dipelajari, mudah terampil dalam menggunakan teknologi informasi, dan teknologi mudah untuk dioperasikan. Sehingga seseorang akan menggunakan suatu teknologi, jika teknologi tersebut mudah untuk dioperasikan dan pengguna terbebas dari usaha.

Oleh karena itu, semakin tinggi *Perceived ease of use* dari aplikasi BSI mobile, maka akan semakin tinggi pula nasabah yang menggunakan aplikasi BSI Mobile pada Bank Syariah Indonesia KC Palembang Simpang Patal dalam melakukan transaksi perbankan, terutama pada masa pandemi yang mengharuskan masyarakat untuk tidak melakukan transaksi secara tunai (*cashless*).

¹¹³ Widyanesti S, Afifah F. (2017). Analisis Penggunaan Mobile Banking dengan Mengadopsi Technology Acceptan Model (TAM). *E-Proceeding of Management*, 4(1), h.46-52.

Selain itu, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Panggih Rizki : 2014), (Irwan Tirtana dan Shinta Permata Sari : 2014), (Abi Fadlan : 2018), (Muhammad Mufarikh et al : 2020), bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap penggunaan layanan *mobile banking*.

3. Pengaruh *Perceived Credibility* terhadap Penggunaan Aplikasi BSI Mobile

Berdasarkan hasil uji t (parsial) diperoleh nilai t hitung $2,992 > t$ tabel $1,980$, kemudian nilai sig. $0,003 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh *perceived credibility* terhadap penggunaan aplikasi BSI Mobile. Adanya persepsi kredibilitas (*perceived credibility*) terhadap suatu teknologi akan mempengaruhi penggunaan dari teknologi itu sendiri. Selanjutnya berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diperoleh persamaan berikut ini:

$$Y = -0,525 + 0,403X_1 + 0,264X_2 + 0,331X_3 + e.$$
 Nilai konstanta *unstandardized coefficient* memiliki nilai $-0,525$ (negatif), hal ini berarti nilai variabel penggunaan (Y) tanpa adanya *perceived usefulness* (X_1), adalah $-0,525$. Hal ini menunjukkan jika nilai dari penggunaan aplikasi BSI Mobile sebesar $-0,525$. Nilai Koefisien X_3 sebesar $0,331$ hal ini berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel *perceived credibility* (X_3) sebesar satuan nilai, maka penggunaan aplikasi BSI Mobile meningkat sebesar $0,331$ satuan. Begitupun sebaliknya jika terjadi penurunan variabel X_3 sebesar satuan nilai, maka penggunaan aplikasi BSI Mobile menurun sebesar $0,331$ satuan.

Dengan kata lain, semakin tinggi persepsi individu bahwa aplikasi BSI Mobile diyakini dapat melindungi privasi serta dapat dipercaya untuk melakukan transaksi, maka sikap nasabah terhadap penggunaan akan semakin meningkat. Selain itu, (Wang et al 2003) mengatakan bahwa persepsi kredibilitas (*perceived credibility*) merupakan bentuk dari penilaian terhadap kepercayaan pengguna terhadap teknologi yang dapat menjamin keamanan dan privasinya terhadap segala bentuk kejahatan.¹¹⁴ *Perceived credibility* terdiri dari dua indikator yaitu perlindungan keamanan dan perlindungan privasi, didukung dengan adanya teori *technology acceptance model* (TAM) dari Luarn (2005) seorang individu percaya bahwa setiap data dan privasi pengguna dijamin aman serta kredibilitas oleh sistem *mobile banking*.

Adapun BSI *mobile* memberikan keamanan kepada nasabah setiap melakukan transaksi perbankan pada era digital ini, masing-masing akun BSI *mobile* terhubung dengan nomor aktivasi dan *toch id* dengan sidik jari. Oleh karena itu, *perceived credibility* nasabah terhadap aplikasi BSI *mobile* semakin meningkat. Sehingga berpengaruh terhadap tingkat penggunaan dari aplikasi BSI Mobile pada Bank Syariah Indonesia KC Palembang Simpang Patal dalam melakukan transaksi perbankan, terutama pada masa pandemi yang mengharuskan masyarakat untuk tidak melakukan transaksi secara tunai (*cashless*) sehingga mengurangi nasabah melakukan kontak secara langsung dengan datang ke bank.

¹¹⁴ Wang, Y. S., Wang, Y. M., Lin, H. H., & Tang, T. I. (2003). Determinants of user acceptance of Internet banking: An empirical study. In *International Journal of Service Industry Management* (Vol. 14, Issue 5), p. 501-519.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Sri Maharsih dan Yuliani Mulyadi : 2007), (Imam Sugih : 2015), (Azizah Putri et al : 2020). Bahwa *perceived credibility* berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*.

4. Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use*, dan *Perceived Credibility* terhadap Penggunaan Aplikasi BSI Mobile

Dapat diketahui (nilai F hitung 44,813 > F tabel 2,68), kemudian nilai sig. 0,000 < 0,05. Sehingga hal ini menunjukkan pengaruh positif antara ketiga variabel independen yaitu *perceived usefulness* (X1), *perceived ease of use* (X2), dan *perceived credibility* (X3) terhadap variabel dependen yaitu variabel Penggunaan aplikasi BSI Mobile (Y).

Kemudian berdasarkan hasil pengujian Adjusted R-square presentase variasi total variabel dependen (Y) yang dijelaskan variabel independen (X) 0,521 atau 52,1%. Hal ini berarti variabel bebas (*perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *perceived credibility*) memiliki pengaruh sebesar 52,1% terhadap variabel terikat (penggunaan), sedangkan sisanya 0,479 atau 47,9% dijelaskan oleh variabel lainnya yang belum diteliti ataupun tidak termasuk kedalam regresi penelitian ini.

Perceived usefulness akan mempengaruhi penggunaan teknologi. *Perceived usefulness* yang terdiri dari empat dimensi yaitu bekerja lebih cepat, memudahkan pekerjaan, bermanfaat, dan meningkatkan produktivitas (Davis, 1989), akan mempengaruhi seseorang untuk menggunakan teknologi

karena manfaat yang dimiliki oleh teknologi tersebut sehingga akan mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi.

Perceived ease of use akan mempengaruhi penggunaan. Hasil penelitian menunjukkan *perceived ease of use* yang terdiri dari tiga dimensi yaitu teknologi mudah dipelajari, mudah terampil dalam penggunaan teknologi informasi, dan teknologi mudah untuk dioperasikan (Davis, 1989), akan mempengaruhi seseorang dalam menggunakan suatu teknologi karena mudah untuk digunakan atau dioperasikan sehingga nasabah tidak perlu melakukan upaya lebih dalam melakukan transaksi perbankan.

Perceived credibility merupakan bentuk dari penilaian kepercayaan pengguna atau individu terhadap teknologi yang dapat menjamin keamanan dan privasinya terhadap segala bentuk kejahatan. *Perceived credibility* terdiri dari dua dimensi yaitu perlindungan keamanan dan perlindungan privasi.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi persepsi individu terhadap manfaat aplikasi BSI Mobile, serta aplikasi mudah untuk digunakan, dan aplikasi BSI Mobile diyakini dapat melindungi privasi nasabah dari segala macam gangguan keamanan dalam bertransaksi perbankan, maka akan mempengaruhi sikap nasabah terhadap penggunaan Aplikasi BSI Mobile pada Bank Syariah Indonesia KC Palembang Simpang Patal. Hal ini sejalan dengan teori *technology acceptance model* (TAM) yang dikembangkan Davis pada tahun 1989 kemudian dimodifikasi oleh Luarn pada tahun 2005 yang menyatakan *perceived usefulness, perceived ease of*

use dan *perceived credibility* berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam menggunakan suatu sistem teknologi.

Selain itu, hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh (Fadhilah Afifah dan Sri Widyanesti, 2017), (Azizah Putri et al, 2020), dan (Adela, 2020), yang menyimpulkan bahwa *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *perceived credibility* berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*.

G. Rekapitulasi Hasil Penelitian

Tabel 4. 31
Rekapitulasi Hasil Penelitian

No.	Hipotesis	Hasil Penelitian
1	H1 = <i>Perceived Usefulness</i> berpengaruh positif terhadap Penggunaan aplikasi BSI Mobile	Variabel <i>Perceived Usefulness</i> berpengaruh positif terhadap Penggunaan Aplikasi BSI Mobile. Dengan t hitung 4.613 > 1,980 t tabel, kemudian nilai signifikansi 0,000 < 0,05.
2	H2 = <i>Perceived Ease Of Use</i> berpengaruh positif terhadap Penggunaan Aplikasi BSI Mobile.	Variabel <i>Perceived Ease Of Use</i> berpengaruh positif terhadap Penggunaan Aplikasi BSI Mobile, dengan t hitung 2.633 > t tabel 1,980 kemudian nilai signifikan 0,010 < 0,05.
3	H3 = <i>Perceived Credibility</i> berpengaruh positif terhadap Penggunaan Aplikasi BSI Mobile	Variabel <i>Perceived Credibility</i> berpengaruh positif terhadap Penggunaan Aplikasi BSI Mobile, dengan nilai t hitung 2.992 > t tabel 1,980, kemudian nilai signifikan 0,003 < 0,05.

4	<p>H4 = <i>Perceived Usefulness</i>, <i>Perceived Ease Of Use</i>, dan <i>Perceived Credibility</i> berpengaruh positif terhadap Penggunaan Aplikasi BSI Mobile.</p>	<p><i>Perceived Usefulness</i>, <i>Perceived Ease Of Use</i>, dan <i>Perceived Credibility</i> berpengaruh positif terhadap Penggunaan Aplikasi BSI Mobile. Dengan nilai F hitung 44.813 > F tabel 2,68, kemudian nilai signifikan 0,000 < 0,05.</p>
---	--	--