

Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Sumut Kcp Syariah Marelana Raya

Customer Decision to Use Bank Sumut KCP Syariah Marelana Raya Mobile Banking

Fitri Angreani Daulay^{a,1}, Alim Murtani^{b,2}

^aprogram Studi Ekonomi Syariah, Universitas Potensi Utama

^b Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Potensi Utama

^{a,b}Universitas Potensi Utama, K.L. Yos Sudarso KM 6,5 No.3A Tj. Mulia – Medan
akun.tamaraananda@gmail.com¹, santiarafah@gmail.com²

ABSTRAK

Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh variabel faktor kemanfaatan, kemudahan penggunaan, dan kepromosian terhadap variabel penggunaan. Metode Penelitian menggunakan penelitian kuantitatif, sumber data yang digunakan data primer. Teknik pengumpulan datanya adalah angket/kuesioner, jumlah sampel 84 nasabah dengan teknik aksidental sampling (pengambilan sampel secara kebetulan). Jumlah sampel dan populasi berdasarkan perhitungan data dengan jumlah populasi 517 nasabah, dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 83,79 dibulatkan menjadi (84). Secara simultan Hasil uji Parsial T Dari kemanfaatan (X1) bahwa Sig adalah $0.003 < 0.05$ maka H_0 ditolak Untuk t hitung = -3.060 dan t.tabel= 1.989, jadi -3.060 > 1.989 maka H_0 ditolak. Kemudahan Penggunaan (X2) terhadap Keputusan nasabah menggunakan mobile banking Dari penelitian di atas bahwa Sig adalah $0.000 < 0.05$ maka H_0 ditolak Untuk t hitung = 31.632 dan t tabel 1.989, jadi 31.632 > 1.989 maka H_0 diterima secara parsial. Kepromosian (X3) terhadap keputusan nasabah menggunakan mobile banking Dari penelitian di atas bahwa Sig adalah $0.001 < 0.05$ maka H_0 ditolak Untuk t hitung = 3.537 dan t tabel 1.989, jadi 3.537 > 1.989 maka H_0 diterima.

Kata Kunci : Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Promosi.

ABSTRACT

The development of E-Banking has made great progress, bank transactions have become easy, fast and real time without any time and place restrictions. One of the service products issued by derivative banks from E-Banking is mobile banking. Although there are many advantages of using mobile banking, the reality is that customers are still less interested. The purpose of the study was to determine the effect of the variables of usefulness, ease of use, and promotion on the variables of use. The research uses quantitative research, the data sources used are primary data. Research methods using quantitative research, data sources used primary data. The data collection technique is a questionnaire/questionnaire, the sample size is 84 customers with accidental sampling technique (accidental sampling). The number of samples and population based on data calculations with a population of 517 customers, and the sample in this study totaled 83.79 rounded up to (84). Partially, the regression coefficient for the influence of mobile banking usage (Y) is 3.505, the regression coefficient for usefulness (X1) is 0.209, the regression coefficient for ease of use (X2) is 0.366, the regression coefficient for promotions (X3) is 0.341. Partially, the value of Adjusted R Square is 0.682. While the remaining 32.8% is influenced by other factors not examined or outside the model.

Keywords : Benefit, Ease of Use, Promotion

Info Artikel :

Disubmit: 24 Juni 2023

Direview: 26 Juli 2023

Diterima : 28 Agustus 2023

Copyright © 2023 - Journal UPU. All rights reserved.

1. PENDAHULUAN

Layanan Mobile Banking diberikan oleh bank dengan tujuan utama memberikan kemudahan kepada nasabah. Pelayanan ini berupa situs dari suatu bank tertentu yang menyediakan pelayanan perbankan langsung tanpa perlu datang ke bank yang bersangkutan. Nasabah suatu bank akan semakin mudah untuk melakukan kegiatan perbankan karena mereka dapat mengakses fasilitas dan menggunakan fitur-fitur yang ada di dalamnya seperti cek saldo, mutasi rekening sampai transfer, melakukan pembayaran

tagihan, pembelian voucher prabayar, dan lain-lain, di mana saja dan kapan saja, asalkan memiliki koneksi ke jaringan internet. Selain bermanfaat bagi nasabah, nasabahan mobile banking juga bermanfaat bagi pihak bank untuk mengurangi biaya investasi outlet dan nasabahan uang tunai.

2. TINJAUAN PUSTAKA

A. Bank Syariah

- 1) Pengertian Bank Syariah
Perbankan syariah ialah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya
- 2) Tujuan Bank Syariah
Bank syariah memiliki tujuan yang lebih luas dibandingkan dengan bank konvensional, berkaitan dengan keberadaannya sebagai Institusi komersial dan kewajiban moral yang disandangnya.
- 3) Karakteristik Bank Syariah
Karakteristik fundamental bank syariah yaitu:
 - a) Penghapusan riba.
 - b) Pelayanan kepada kepentingan publik dan merealisasikan sasaran Sosio-ekonomi Islam.
 - c) Bank Syariah bersifat universal yang merupakan gabungan dari Bank komersial dan bank investasi.
 - d) Bank syariah akan melakukan evaluasi yang lebih berhati-hati terhadap permohonan pembiayaan yang berorientasi kepada penyertaan modal karena bank komersial syariah menerapkan Profit list sharing dalam konsinyasi, ventura, bisnis atau industri.

B. Kemudahan Penggunaan

- 1) Pengertian Kemudahan
Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kemudahan berasal dari kata mudah yang berarti tidak memerlukan banyak tenaga atau pikiran dalam mengerjakan. Kemudahan penggunaan di definisikan sebagai suatu kepercayaan individu menggunakan teknologi akan membawa mereka terbebas dari usaha secara fisik dan mental. Dari penjelasan diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa kemudahan adalah suatu pekerjaan yang dilakukan tanpa usaha lebih untuk melakukannya.
- 2) Mudah dimengerti
Nasabah pengguna mobile banking dapat dengan mudah mengerti cara penggunaan mobile banking tanpa melakukan kesalahan pada saat bertransaksi menggunakan produk ini dengan fitur transaksi yang jelas telah disediakan oleh bank pada aplikasi mobile banking yang telah tersedia.
- 3) Bebas Usaha
Bebas usaha artinya nasabah tidak harus melakukan usaha lebih untuk mempelajari cara penggunaannya dan nasabah sudah dapat bertransaksi menggunakan mobile banking tersebut.

C. Manfaat

- 1) Pengertian manfaat
Pengertian Manfaat adalah sebuah keuntungan, pertolongan atau yang membantu dari sebuah sesuatu.
Manfaat.
 - a. guna, faedah sumbangan itu banyak — nya bagi orang-orang miskin
 - b. laba untung — penjualan ternaknya berlipat ganda — dan mudarat untung dan rugi baik dan buruk
- 2) Macam-Macam Manfaat
 - a. Manfaat Secara Umum
Keuntungan, hak istimewa, penggantian biaya, atau keuangan (seperti yang dibuat berdasarkan polis asuransi, rencana medis, atau program pensiun).
 - b. Dalam Keuangan

Hasil atau hasil yang diinginkan dan dapat diukur dari suatu tindakan, investasi, proyek, sumber daya, atau teknologi

c. Dalam Pemasaran

Atribut yang diinginkan dari suatu barang atau jasa, yang menurut pelanggan akan didapatnya dari pembelian. Sedangkan vendor menjual fitur (“bor kecepatan tinggi dengan ujung tungsten-karbida”), pembeli mencari keuntungan (lubang).

D. Promosi

1) Pengertian Promosi

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/ membujuk, atau meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan serta produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

2) Tujuan Promosi

Dalam prakteknya tujuan promosi adalah sebagai berikut:

a) Modifikasi Tingkah Laku

Orang-orang yang melakukan komunikasi itu mempunyai beberapa alasan, seperti: mencari kesenangan, mencari bantuan, memberikan pertolongan atau instruksi, memberikan informasi, mengemukakan ide dan pendapat. Sedangkan promosi dari segi lain berusaha merubah tingkah laku dan pendapat, dan memperkuat tingkah laku yang ada untuk memberikan kesan baik sehingga mendorong pembelian barang dan jasa perusahaan.

b) Memberitahukan

Kegiatan promosi dapat ditujukan untuk memberitahu pasar yang dituju tentang penawaran perusahaan. Promosi yang bersifat informasi umumnya lebih sesuai dilakukan pada tahap-tahap awal di dalam siklus kehidupan produk.

c) Membujuk

Promosi yang bersifat membujuk (persuasif) umumnya kurang disenangi oleh sebagimasyarakat. Namun kenyataannya sekarang ini justru yang banyak muncul adalah promosi yang bersifat persuasif.

3) Fungsi Promosi

Tiga fungsi promosi antara lain:

a) Mencari dan mendapatkan perhatian dari calon pelanggan/ pembeli. Perhatian calon pelanggan/ pembeli harus diperoleh karena ini akan menjadi titik awal proses pengambilan keputusan di dalam membeli suatu barang dan jasa.

b) Menciptakan dan menumbuhkan ketertarikan pada diri calon pembeli.

c) Pengembangan rasa ingin tahu (*desire*) calon pembeli untuk memiliki barang yang ditawarkan.

3. METODE

Jenis penelitian ini dilakukan adalah penelitian kuantitatif. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Kuantitatif ialah kegiatan pengumpulan, pengolahan, analisis, dan penyajian data yang dilakukan secara sistematis dan objektif untuk memecahkan suatu persoalan atau menguji suatu hipotesis untuk mengembangkan prinsip-prinsip umum. Penelitian Kuantitatif ialah kegiatan pengumpulan, pengolahan, analisis, dan penyajian data berdasarkan jumlah atau banyaknya yang dilakukan secara objektif untuk memecahkan suatu persoalan atau menguji suatu hipotesis untuk mengembangkan prinsip-prinsip umum.

Cohen dan Manion mengatakan bahwa penelitian kuantitatif ialah penelitian sosial yang menggunakan metode-metode dan pernyataan-pernyataan empiris.

a. Populasi

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) populasi ialah jumlah orang atau penduduk di suatu daerah, jumlah orang atau pribadi yang mempunyai ciri-ciri yang sama, atau hal yang menjadi

sumber pengambilan sampel, atau suatu perkumpulan yang memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian.

b. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi. Kalimat ini mempunyai dua makna, yaitu, (1) semua unit populasi harus memiliki peluang untuk terambil sebagai unit sampel, dan (2) sampel dipandang sebagai penduga populasinya atau sebagai populasi dalam bentuk kecil (miniatur populasi). Artinya besar sampel harus mencukupi untuk menggambarkan populasinya.

Pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini ialah incidental / accidental sampling yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/ insidental bertemu dengan peneliti yang dianggap dapat digunakan sebagai sampel. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Taro Yamane* dengan tingkat presisi 10% maka sampel pada penelitian ini adalah

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = jumlah anggota sampel

N = jumlah anggota populasi

e = Presisi (berdasarkan α yang diinginkan)

Dengan mengikuti perhitungan diatas maka perhitungannya sebagai berikut :

$$n = \frac{517}{1 + 517 \cdot (0,1)^2}$$

$$n = \frac{517}{1 + 517 \cdot 0,01}$$

$$n = \frac{517}{1 + 517 \cdot 0,01}$$

$$n = 83,79$$

Berdasarkan perhitungan data dengan jumlah populasi 517 nasabah maka sampel dalam penelitian ini berjumlah 83,79 namun karena subjeknya bukan bilangan pecahan maka dibulatkan menjadi 84 responden yang menggunakan mobile banking.

c. Uji Validitas Dan Reabilitas Instrumen

1) Pengumpulan Data Quisioner / Angket

Quisioner/ Angket merupakan cara pengumpulan data melalui pemberian Angket atau kuisisioner dengan beberapa pertanyaan kepada responden. Alat ukur ini digunakan apabila responden jumlahnya besar dan dapat membaca dengan baik yang dapat mengungkapkan hal-hal yang bersifat rahasia. Pembuatan quisioner ini dapat mengacu pada parameter yang sudah dibuat oleh peneliti terhadap penelitian yang akan dilakukan.

2) Pengumpulan Data Wawancara

Wawancara merupakan metode dalam pengumpulan data dengan mewawancarai secara langsung dari responden yang di teliti, metode ini memberikan hasil secara langsung, dan dapat dilakukan apalagi ingin mengetahui hal-hal dari responden secara mendalam serta responden sedikit. Dalam metode wawancara ini dapat digunakan instrumen, seperti pedoman wawancara kemudian daftar periksa atau checklist.

3) Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan atau transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya.

d. Teknik Analisis Data

1) Uji Validitas

- 2) Uji Reliabilitas
- e. Analisis Deskriptif
 - 1) Uji Normalitas
 - 2) Uji Asumsi Klasik
 - 3) Uji Multikolinearitas
 - 4) Uji Heteroskedastisitas
 - 5) Koefisien Determinan ($Uji R^2$)
- f. Analisis Regresi Berganda
 - 1) Uji Hipotesis
 - 2) Uji Parsial (uji t)
 - 3) Uji Simultan (Uji F)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1) Pengujian Instrumen Penelitian

a) Hasil Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu alat yang dapat digunakan untuk menentukan tingkat keabsahan suatu alat yang telah diakui sah penggunaannya. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan derajat kebebasan (df) = nilai numerik $n-2$ rtabel dengannya, dimana n adalah jumlah sampel. Data dinyatakan valid jika hitungannya lebih besar dari yang tertera pada tabel. Memanfaatkan Person Product Moment, penulis penelitian ini melakukan pengecekan validitas. Dalam hal ini terdapat 84 responden dalam sampel, maka DF adalah $84 - 2$, yang menghasilkan $DF = 82$ jika menggunakan metode alpha 0,1 didapatkan r tabel sebesar 0,1807

Variabel pengaruh penggunaan mobile banking (Y)

Dengan menggunakan responden sebanyak 84, maka nilai r tabel dapat diperoleh melalui tabel r product moment person dengan df (*degree of freedom*) = $n - 2$, jadi $df = 84 - 2 = 82$, maka r tabel = 0,1807. Butir pernyataan dikatakan valid jika nilai r hitung > r tabel. Dapat dilihat dari Corrected Item Total Correlation, analisis output bisa dilihat dibawah ini :

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	23.85	25.361	.500	.794
P2	23.87	25.513	.527	.790
P3	23.79	23.809	.677	.764
P4	24.00	23.952	.596	.777
P5	23.95	26.552	.387	.813
P6	24.00	22.482	.603	.777
P7	23.76	24.617	.558	.784

Sumber : Data diolah SPSS 21 (2022)

Maka dapat dilihat bahwa seluruh butir pernyataan untuk variabel Pengaruh Penggunaan Mobile Banking dinyatakan valid, karena r hitung > r tabel sebesar 0,1807.

Variabel Kemanfaatan (X_1)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted

P1	23.81	24.542	.498	.784
P2	23.67	24.056	.511	.781
P3	23.90	24.714	.446	.792
P4	23.94	22.177	.589	.767
P5	23.74	23.521	.585	.769
P6	24.00	20.795	.631	.758
P7	23.87	23.802	.492	.785

Sumber : Data diolah SPSS 21 (2022)

Dengan menggunakan responden sebanyak 84, maka nilai r tabel dapat diperoleh melalui tabel r product moment person dengan df (*degree of freedom*) = $n - 2$, jadi $df = 84 - 2 = 82$, maka r tabel = 0,1807. Butir pernyataan dikatakan valid jika nilai r hitung > r tabel. Dapat dilihat dari Corrected Item Total Correlation, bahwa seluruh butir pernyataan untuk variabel harga dinyatakan valid, karena r hitung > r tabel sebesar 0,1807.

Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan Penggunaan (X2)

Dengan menggunakan responden sebanyak 84, maka nilai r tabel dapat diperoleh melalui tabel r product moment person dengan df (*degree of freedom*) = $n - 2$, jadi $df = 84 - 2 = 82$, maka r tabel = 0,1807. Butir pernyataan dikatakan valid jika nilai r hitung > r tabel. Dapat dilihat dari *Corrected Item Total Correlation*,

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	22.32	37.040	.527	.859
P2	22.00	35.831	.607	.848
P3	22.17	35.707	.621	.846
P4	21.98	34.216	.685	.837
P5	21.93	36.236	.678	.839
P6	22.05	33.564	.690	.836
P7	21.99	36.349	.638	.844

Sumber : Data diolah SPSS 21 (2022)

maka dapat dilihat bahwa seluruh butir pernyataan untuk variabel harga dinyatakan valid, karena r hitung > r tabel sebesar 0,1807.

Hasil Uji Validitas Variabel Kepromosian (X3)

Dengan menggunakan responden sebanyak 84, maka nilai r tabel dapat diperoleh melalui tabel r product moment person dengan df (*degree of freedom*) = $n - 2$, jadi $df = 84 - 2 = 82$, maka r tabel = 0,1807. Butir pernyataan dikatakan valid jika nilai r hitung > r tabel. Dapat dilihat dari Corrected Item Total Correlation.

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	23.81	24.542	.498	.784
P2	23.67	24.056	.511	.781
P3	23.90	24.714	.446	.792
P4	23.94	22.177	.589	.767
P5	23.74	23.521	.585	.769
P6	24.00	20.795	.631	.758
P7	23.87	23.802	.492	.785

Sumber : Data diolah SPSS 21 (2022)

maka dapat dilihat bahwa seluruh butir pernyataan untuk variabel promosi dinyatakan valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ sebesar 0,1807.

b) Hasil Uji Reliabilitas

Uji ini berkaitan dengan keterandalan dan konsistensi suatu indikator. Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Suatu variable dikatakan reliable jika nilai coefficients cronbach's alpha $> 0,60$.

No	Variabel	Nilai r Alpha	Keterangan
1	Kemanfaatan (X1)	0,675	Diterima/ Reliabel
2	Kemudahan Penggunaan	0,863	Diterima/ Reliabel
3	Promosi	0,803	Diterima/ Reliabel
4	Pengaruh Penggunaan	0,811	Diterima/ Reliabel

Dijelaskan bahwa nilai cronbach alpha dari variabel kemanfaatan (X1) sebesar 0,675, selanjutnya nilai variabel Kemudahan penggunaan (X2) sebesar, 0,863. Nilai variabel Kepromosian (X3) sebesar 0,803, dan nilai variabel pengaruh penggunaan (Y) sebesar 0,811. ini menunjukkan bahwa nilai cronbach alpha tiap variabel lebih dari standar minimal cronbach alpha atau $> 0,60$. Oleh karena itu, dapat dilihat bahwa indikator yang digunakan bersama dengan Variabel X dan Variabel Y merupakan indikator yang reliabel atau bergandengan tangan yang digunakan dalam proses evaluasi.

c) Persamaan Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Model analisis data dalam penelitian ini merupakan analisis regresi berganda (*multiple regression*)

Persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.505	1.999		1.753	.083
	X1	.209	.082	.186	2.567	.012
	X2	.366	.077	.442	4.768	.000
	X3	.341	.097	.332	3.524	.001
a. Dependent Variable: Y						

Sumber : Data diolah SPSS 21 (2022)

$$Y = a + b_1.x_1 + b_2.x_2 + b_3.x_3 + e$$

$$\text{Keterangan : } Y = 3.505 + 0,209 + 0,366 + 0,341 + e$$

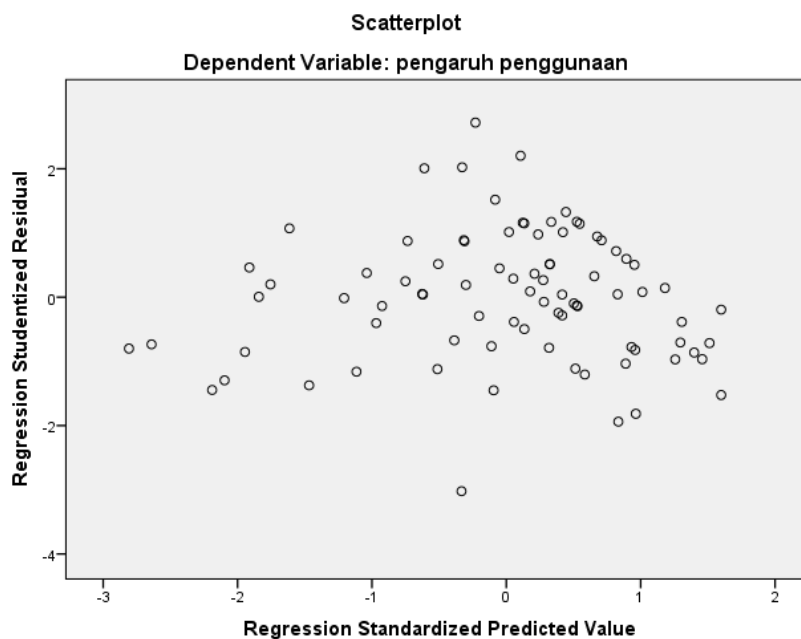
Koefisien regresi pengaruh penggunaan mobile banking (Y) adalah 3.505 yang artinya apabila nilai dari variabel lainnya tetap constant, maka pengaruh pengguna mobile banking adalah sebesar 3.505 satuan

Sumber : Data diolah SPSS 21 (2022)

dapat diketahui bahwa nilai tolerance variabel kemanfaatan (X1) adalah 0,958 , nilai variabel Kemudahan Penggunaan (X2) adalah -.087 , nilai variabel Kepromosian (X3) adalah 0,127. Sedangkan nilai VIF variabel Kemanfaatan (X1) adalah 1,491, nilai VIF variabel Kemudahan Penggunaan (X2) adalah 2,430 , nilai VIF variabel promosi (X3) adalah 2,503 dimana kurang dari 10. Karena masing-masing variabel memiliki toleransi kurang dari 0,10 dan VIF lebih besar dari 10, maka model Uji Multikolinearitas tidak termasuk Multikolinearitas.

g) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Cara pengambilan keputusan dengan melihat grafik scatterplot dan uji glejser. gambar *Scatterplot* diatas dapat dilihat bahwa :



- 1) Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0
- 2) Titik-titik data tidak mengumpul hanya dibawah atau diatas saja.
- 3) Penyebaran titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali
- 4) Penyebaran titik-titik data tidak berpola

Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi.

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.201	.605		1.986	.050		
	kemanfaatan	.024	.025	.128	.983	.329	.671	1.491
	kemudahan	.037	.023	.269	1.612	.111	.412	2.430
	promosi	-.079	.029	-.460	-2.717	.008	.400	2.503
a. Dependent Variable: Abs RES								

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber : Data diolah SPSS 21 (2022)

Apabila nilai Sig > 0,05 maka tidak terjadi gejala heterokedastisitas. Hasil pada tabel diatas menunjukan nilai Sig variable kemanfaatan 0,126 > 0,05 kemudahan penggunaan 0,30 > 0,05 dan kepromosian 0,50 > 0,05 sehingga tidak ada gejala heterokedastisitas.

h) Uji Hipotesis

Uji T (Uji Parsial)

Uji T menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara parsial dalam menerangkan variabel dependen. Pengambilan keputusan terhadap uji t dapat dilakukan dengan dua cara, sebagai berikut:

- 1) Jika sig > 0,05 maka Ho diterima
Jika sig < 0,05 maka Ho ditolak
- 2) Jika $-t_{hitung} < t_{tabel}$ maka Ho diterima
Jika $t_{hitung} < -t_{tabel}$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka ho ditolak

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-. 252	. 742		-. 340	.735		
	Kemudahan penggunaan	.958	.030	.957	31.632	.000	.671	1.491
	Kemanfaatan	-. 087	.029	-. 118	-3. 060	.003	.412	2.430
	Promosi	.127	.036	.139	3.537	.001	.400	2.503
a. Dependent Variable: pengaruh penggunaan								

Sumber : Data diolah SPSS 21 (2022)

Dalam melihat pengaruh secara parsial atau secara sendiri-sendiri antara X1, X2, dan X3 terhadap Y.

- 1) Kemanfaatan (X1) terhadap Keputusan nasabah dalam menggunakan mobile banking
Dari penelitian di atas bahwa Sig adalah $0.003 < 0.05$ maka Ho ditolak
Untuk t hitung = -3.060 dan t.tabel= 1.989, jadi $-3.060 > 1.989$ maka Ho ditolak.
Secara parsial Kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan mobile banking
- 2) Kemudahan Penggunaan (X2) terhadap Keputusan nasabah menggunakan mobile banking
Dari penelitian di atas bahwa Sig adalah $0.000 < 0.05$ maka Ho ditolak
Untuk t hitung = 31. 632 dan t tabel 1.989, jadi $-3. 632 > 1.989$ maka Ho diterima
Secara parsial kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan mobile banking.
- 3) Promosian (X3) terhadap keputusan nasabah menggunakan mobile banking
Dari penelitian di atas bahwa Sig adalah $0.001 < 0.05$ maka Ho ditolak
Untuk t hitung = 3.537 dan t tabel 1.989, jadi $3.537 > 1.989$ maka Ho ditolak.
Secara parsial Kepromosian berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan mobile banking

i) Uji F (Uji Simultan)

Uji F bertujuan untuk menguji apakah variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen.

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1931.808	3	678.579	515.781	.000 ^b
	Residual	763.751	80	1.316		
	Total	2695.560	83			
a. Dependent Variable: pengaruh penggunaan						
b. Predictors: (Constant), kepromosian, Kemudahan penggunaan, kemanfaatan						

Sumber : Data diolah SPSS 21 (2022)

Untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan atau secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan menggunakan dua cara, yaitu :

- 1) Jika Sig > 0,05 maka Ho diterima
Jika Sig < 0,05 maka Ho ditolak.
Berdasarkan tabel di atas nilai Sig adalah $0,000 < 0,05$, maka Ho ditolak atau dengan kata lain terdapat pengaruh antara Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Kepromosian terhadap keputusan nasabah menggunakan mobile banking secara simultan.
- 2) F hitung < F tabel maka Ho diterima
Jika F hitung > F tabel maka Ho ditolak.
F table $V_1 = K$, $V_2 = n-k-1$ sehingga F tabelnya adalah 2.48. F hitung > F tabel yaitu $515.781 > 2.48$ maka Ho ditolak sehingga terdapat pengaruh antara Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan promosi terhadap pengaruh penggunaan menggunakan mobile banking secara simultan.

Uji Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa besar kemampuan pengaruh variabel independen (X) dapat menjelaskan variabel (Y). Semakin besar nilai determinasi, maka semakin baik kemampuan varian dan variabel independen menerangkan variabel dependen.

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.836 ^a	.700	.682	2.670
a. Predictors: (Constant), kemanfaatan, kemudahan penggunaan, kepromosian				
b. Dependent Variable: pengaruh penggunaan mobile banking				

Sumber : Data diolah SPSS 21 (2022)

nilai Adjusted R Square adalah 0,682. hal tersebut berarti 68,2% antara Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Kepromosian terhadap pengaruh penggunaan menggunakan mobile banking. Sedangkan sisanya 32,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti atau di luar model.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Pada variabel kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan mobile banking bank sumut syariah dengan nilai t hitung 31.632 dan t tabel 1.989, jadi $31.632 > 1.989$ maka Ho ditolak. Hasil analisis yang telah diolah pada spss 2021 diperoleh manfaat mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan mobile banking bank sumut. Hal ini karena semakin besar manfaat suatu teknologi yang diterima oleh seseorang maka akan semakin besar pula keputusan mereka untuk menggunakan mobile banking .

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Tajuddin Naqib tahun 2019 di mana dalam hasil penelitian yang ia lakukan menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan Mobile banking

Pada variabel kemudahan penggunaan memiliki nilai t hitung sebesar -3.060 dan untuk nilai t tabel sebesar 1,989. Maka t hitung $> t$ tabel ($-3.060 > 1,989$) yang berarti H_0 diterima secara parsial. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat adanya pengaruh kemudahan terhadap keputusan nasabah Bank Sumut Cabang Syariah Marelan Raya menggunakan mobile banking bank sumut syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikembangkan oleh Davis berupa Technology Acceptance Model (TAM) yang mengasumsikan bahwa penerimaan seseorang atas teknologi informasi dipengaruhi oleh variabel kemudahan penggunaan.

Pada variabel promosi berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Bank Sumut Syariah, terlihat dari nilai t hitung $> t$ tabel ($3.537 > 1.989$) artinya kepromosian berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Bank Sumut Syariah dan taraf signifikan yang bernilai $0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak, artinya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penarikan nasabah Bank .

Promosi adalah salah satu faktor penentu dalam pemilihan merek yang berkaitan dengan Keputusan Nasabah oleh konsumen. Ketika memilih di antara merek-merek yang ada, nasabah akan mengevaluasi promosi secara tidak terbatas akan tetapi dengan membandingkan beberapa standart promosi sebagai referensi untuk melakukan transaksi pembelian. Penelitian ini menerima hipotesis bahwa promosi berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah dan sejalan dengan penelitian oleh Rina Fitriani (2017) yang menyimpulkan bahwa promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Nasabah.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian ini maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Secara parsial Kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan mobile banking. Untuk t hitung = 31.632 dan t .tabel= 1.989, jadi $31.632 > 1.989$ maka H_0 ditolak.
- 2) Secara parsial kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan mobile banking. Untuk t hitung = -3.060 dan t tabel 1.989, jadi $-3.060 > 1.989$ maka H_0 diterima.
- 3) Secara parsial promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan mobile banking. Untuk t hitung = 3.537 dan t tabel 1.989, jadi $3.537 > 1.989$ maka H_0 diterima.
- 4) Secara Simultan (Uji F) nilai Sig adalah $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak atau dengan kata lain terdapat pengaruh antara Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap keputusan nasabah menggunakan mobile banking secara simultan

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak/Ibu dosen Universitas Potensi Utama terutama Bapak Alim Murtani, M.A yang telah membimbing serta memberikan masukan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah ini dengan tepat waktu.

REFERENSI

- [1] Jeffry Z. C. Nelpn., et. Al., (2021) Layanan Internet Banking dan Mobile Banking di Bank KB Bukopin. Bandung: Jawa Barat.
- [2] Wangsawidjaja Z., (2012) Pembiayaan perbankan syariah. Jakarta: PT. Gramedia

- [3] Didin dan Anang, Pemasaran Jasa, Yogyakarta : CV. Budi Utama, 2019
- [4] Murtani Alim, (2021) ,ANALISIS STRATEGI PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN KENYAMANAN BIRO PERJALANAN UMRAH (STUDI KASUS PADA PT. GADIKA EXPRESSINDO MEDAN), *JURNAL AL-QASD ISLAMIC ECONOMIC ALTERNATIVE* 2 (1), (40-48)
- [5] Murtani Alim, (2020), Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Laundry Syar'i (Studi Kasus Pada Konsumen Laundry Syar'i Di Kota Medan), *Jurnal Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis* 1 (1), (367-376)
- [6] Murtani Alim, (2020), Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia. Tbk Cabang Balai Kota Medan, *Jurnal Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis* 1 (1),(355-366)
- [7] Kasmin Hutagalung Abrar, (2021), PENGARUH PEMANFAATAN E-COMMERCE, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA GERAJ ALFATIH, *JURNAL AL-QASD ISLAMIC ECONOMIC ALTERNATIVE* 2 (2), (105-116)
- [8] Ita Wahyuni Siregar, (2021).: Skripsi" Determinan Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Sumut Syariah" PadangSidempuan : Institut Agama Islam Negeri Padang Sidempuan,
- [9] Santu Siyoto , (2019). Dasar Metodologi Penelitian, (Publishing Karanganyar: Literasi Media Punlishing,
- [10] Budi Darma, (2021),Statistika Penelitian Menggunakan SPSS, Dki Jakarta: Guepedia.