

Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Dan Kenyamanan Mobile Banking Syariah Terhadap *Customer Intention* (Minat Nasabah) Dengan *Lifestyle* Sebagai *Variabel Moderating*

Anita Pramadani Lubis¹, Sri Ramadhani², Nurul Inayah³

¹²³ Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Negeri, Universitas Islam Negeri
Sumatera Utara Medan

Email : anitapramadani1@gmail.com

Abstract: *This study aims to determine and analyze the influence of Convenience (X1), Security (X2), Comfort (X3) on Customer Intention (Y) with Lifestyle (Z) (Study on UINSU Students). The type of research conducted is quantitative, with the data source being primary data. The method used to collect data is by distributing statement questionnaires to UINSU students. The sample used in this study is 100 respondents using purposive sampling technique. Then the data obtained is processed using SPSS Version 26. The data analysis technique used in this study is instrument testing, classical assumption testing, statistical testing, and Medorate Regression Analysis. The results of this study indicate that the t-test shows that the influence of convenience does not affect customer intention, security significantly affects customer intention, comfort does not affect customer intention, lifestyle significantly affects customer intention, lifestyle cannot moderate between convenience and customer intention, lifestyle cannot moderate between security and customer intention, lifestyle can moderate between comfort and customer intention.*

Keywords: *Convenience; Security; Comfort; Customer Intention; Lifestyle.*

Abstrak: Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kemudahan (X1), Keamanan (X2), Kenyamanan (X3) terhadap Customer Intention (Y) dengan Lifestyle (Z) (Studi Pada Mahasiswa UINSU). Jenis penelitian yang dilakukan adalah kuantitatif yang sumber datanya adalah data primer. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan membagikan kuesioner pernyataan kepada mahasiswa UINSU. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan teknik pengambilan purposive sampling. Kemudian data yang diperoleh diolah dengan SPSS Versi 26. Teknik Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrumen, uji asumsi klasik, uji statistik dan uji Medorate Regresion Analysis. Hasil penelitian ini menyatakan pada uji t menunjukkan hasil bahwa pengaruh kemudahan tidak berpengaruh terhadap customer intention, keamanan berpengaruh signifikan terhadap customer intention, kenyamanan tidak berpengaruh terhadap customer intention, lifestyle berpengaruh signifikan terhadap customer intention, lifestyle tidak mampu memoderasi antara kemudahan terhadap customer intention, lifestyle tidak mampu memoderasi antara keamanan terhadap customer intention, lifestyle mampu memoderasi antara kenyamanan terhadap customer intention.

Kata kunci: *Kemudahan; Keamanan; Kenyamanan; Customer Intention; Lifestyle*

PENDAHULUAN

Kesibukan setiap orang tidak dapat dipisahkan dengan teknologi. Semakin hari semakin canggih nya kemajuan teknologi, kondisi ini diketahui dengan perkembangan dan modifikasi teknologi yang pesat serta sangat cepat, soal yang kompleks bisa terasa mudah dilakukan karena dibantu dengan teknologi saat ini. Nyaris semua perusahaan di Indonesia tidak bisa terlepas dengan kemajuan teknologi, yang saling berinovasi serta bersaing dengan cara memperbaharui prosedur perusahaan dengan dibantu teknologi. Teknologi informasi adalah salah satu teknologi yang perkembangannya sangat terasa, yang mana sebelumnya informasi sangat sulit untuk diperoleh tapi saat ini bisa sangat mudah didapatkan untuk seluruh masyarakat dan juga didorong oleh *gagdet*. Perpaduan *gadget* dan teknologi informasi saat ini sering dikatakan dengan internet memungkinkan semua masyarakat dapat membuka informasi yang mereka butuhkan kapan saja dan dimana saja masyarakat berada.

Internet adalah teknologi yang bertumbuh pesat dan diperlukan oleh seluruh negara guna memudahkan kegiatan sehari-hari, begitu juga Indonesia. Nyaris setiap masyarakat bisa dengan mudah membuka internet menggunakan komputer atau dalam pegangan dua tangan menggunakan ponsel (Sherly et al., 2013).

Pertumbuhan teknologi internet bukan cuma bermanfaat untuk rekreasi saja, publik memanfaatkan internet untuk memajukan bisnis juga usahanya, seperti perbankan/lembaga keuangan. Yang mana kehadiran internet sudah mendukung efisiensi serta efektivitas prosedur kerja perusahaan, terpenting fungsinya untuk jalannya sebuah komunikasi, pemberitahuani, dan juga alat untuk memperoleh berbagai informasi penting yang diperlukan. Yang sudah lulus pada perusahaan perbankan, begitu juga perbankan syariah merupakan pertumbuhan teknologi dan integritas. Contoh kegiatan perbankan yang menggunakan teknologi ini ialah *internet banking* ataupun *mobile banking* (Ismail, 2011).

Transaksi yang bisa dijalankan muncul dengan daftar transaksi atau menu transaksi, selain menu ini tidak bisa dijalankan. Transaksi *mobile banking* bisa dilakukan dimana saja, di belahan bumi mana saja, asalkan ada jaringan layanan data dan bisa diakses. Transaksi dapat dilakukan 24 jam dan nyata (Maryanto, 2011). Pesatnya pertumbuhan pesat perbankan digital direspon oleh perbankan dengan meningkatkan penggunaan teknologi digital dengan mempersiapkan produk dan fasilitas yang sangat banyak jenisnya, dan juga membangkitkan daya guna dan persaingan perusahaan perbankan (Chandra et al., 2019). Yang wajib dibidik perbankan syariah yaitu adanya pemasaran *digital fintech* yang saat ini menyusul pertumbuhan bank syariah saat ini. Kita menjadi orang Muslim terbanyak di seluruh dunia, Indonesia memiliki kemampuan tinggi dalam bisnis perbankan syariah untuk menjadi kepala dalam mengembangkan pendapatan negara.

Akomodasi *mobile banking* bisa menanggapi aduan nasabah yang mengharapkan pelayanan yang murah, mudah, aman, nyaman dan selalu ada serta bisa dipakai dimanapun kita berada, hanya menggunakan ponsel. Walaupun banyak kelebihan yang bisa didapat oleh nasabah, tapi faktanya pelayanan masih kurang dipakai oleh nasabah dan sedikit diingikan. Nasabah masih memilih bertransaksi melalui ATM juga dengan mengantri di bank. Faktanya, pemakai *mobile banking* di Indonesia masih kecil daripada pemakai internet. *Mobile banking* mempromosikan kemudahan menjalankan transaksi perbankan. Kelebihan menyiapkan pelayanan *mobile banking* untuk bank yaitu mengirit

pengeluaran cetak kertas formulir yang wajib ditulis nasabah untuk menjalankan transaksi, katalog, brosur, dan mengubahnya memakai elektronik. Kepada nasabah yang memakai *mobile banking* nanti pasti mengetahui informasi seputar industri perbankan dengan online yang efisien, cepat, dan efektif, juga bisa meminimalisir jam antrian nasabah saat menjalankan semua transaksi. Kemudahan ini mengajak orang dalam menyetujui dan memakai sistem kegiatan perbankan yang lancar dan mudah. Efektivitas dan efisiensi nasabah dalam menjalankan banyak transaksi *mobile banking* pasti tidak bisa, kalau tidak ada internet dan telepon.

Berdasarkan kesimpulan tanya jawab yang dikerjakan penulis dengan sejumlah mahasiswa ternyata terdapat sedikit protes yang disampaikan dari mahasiswa. Tanya jawab ke satu dilakukan dengan mahasiswa atas nama Muhammad Arif mengutarakan bahwa “sebetulnya transaksi memakai *mobile banking* syariah benar gampang diakses dan bisa juga dipakai kapanpun, namun masih sedikit kurang aman sebab sesekali terganggu dengan jaringan internet sampai saya masih mending langsung ke bank dan menjalankan transaksi secara langsung”. Tanya jawab kedua bersama mahasiswa atas nama Siti Mayang Sari mengatakan “transaksi memakai aplikasi *mobile banking* syariah justru saya nyaman serta betah disituasi pandemi saat ini sebab tidak harus ke bank langsung buat menjalankan transaksi hanya dengan memakai *handphone* saya dirumah, namun saya ragu dan merasa tidak aman dengan layanan *mobile banking* syariah yang tidak dapat menanggung keamanan data sampai saat ini ada terjadi data yang dibobol”. Wawancara ketiga dengan narasumber bernama Annisa Lestari Ritonga yang mengutarakan bahwa “belum lama memakai *mobile banking* syariah, yang saya rasa setelah saya memakai *mobile banking* syariah adalah mempermudah dalam melakukan transaksi tanpa harus ke bank langsung dan harus mengantri, tentunya aman juga jika kita melakukan transaksi yang jumlahnya besar, kalau ke bank langsung pasti takut terjadi hal hal yang tidak diinginkan”. Wawancara yang keempat dengan narasumber yang bernama Lena Mardiana Silaen yang menyatakan bahwa “saya sudah cukup lama menggunakan *mobile banking* syariah karena saya mempunyai usaha online shop yang mengharuskan banyak melakukan transaksi secara cepat, itulah kenapa saya sudah lama memakai aplikasi *mobile banking* syariah dan saya merasa sangat diuntungkan dengan kemudahan yang saya rasakan saat menggunakan aplikasi ini, saya juga merasa lebih nyaman karena saya tidak harus banyak membuang waktu untuk sering datang ke bank langsung”. Wawancara kelima bersama narasumber yang bernama Juliana Pratiwi Situmorang mengatakan bahwa “aplikasi *mobile banking* syariah membuat saya mudah untuk melakukan transaksi apapun, tapi saya sedikit merasa waspada karena belakangan ini banyak berita bocor nya data pribadi dari *mobile banking*, dari situ saya sedikit kurang nyaman”. Wawancara keenam bersama narasumber yang bernama Nurhasanah Sibarani yang menyatakan bahwa “saya lebih memilih untuk datang ke bank langsung karena saya masih ragu dengan keamanan data dari *mobile banking*”, wawancara ketujuh bersama narasumber bernama Dian Sari yang mengatakan bahwa “saya memakai *mobile banking* tetapi jarang digunakan karena saya merasa tidak terlalu membutuhkannya dan juga saya mendengar keamanan yang diberikan masih kurang sehingga banyak data yang bocor, itu membuat saya sedikit takut”. Dari wawancara yang sudah dilakukan memiliki kesimpulan jika nasabah masih ada yang menilai *mobile banking* syariah sangat mempermudah kegiatan dalam bertransaksi tanpa harus ke bank langsung, dan kenyamanan juga dirasakan oleh nasabah karena pelayanan yang baik dari *mobile banking*, sedangkan

keamanan masih sangat sedikit membuat nasabah takut akan kemungkinan pembobolan data yang mungkin terjadi.

Berlandaskan paparan wawancara yang ada, penulis terdorong untuk melaksanakan penelitian Pengaruh Kemudahan, Keamanan dan Kenyamanan *Mobile Banking* terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking*. Judul dalam penelitian ini adalah **“Pengaruh Kemudahan, Keamanan Dan Kenyamanan *Mobile Banking* Syariah Terhadap *Customer Intention* Dengan *Lifestyle* Sebagai Variabel *Moderating* (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)”**.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Teori UTAUT

Penelitian *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) sudah sering digunakan untuk mengidentifikasi faktor yang berpengaruh terhadap penggunaan teknologi informasi. Model UTAUT adalah model penerimaan dan penggunaan teknologi yang dikemukakan oleh Venkatesh et al. (2013). Tersusun atas teori-teori dasar mengenai penerimaan dan perilaku penggunaan teknologi, UTAUT menyatukan karakteristik terbaik yang berasal dari delapan teori penerimaan teknologi lainnya sehingga model tersebut telah dikembangkan sedemikian rupa oleh Venkatesh et al. (2013) dengan *review* dan konsolidasi model-model sebelumnya yang telah ada. Berikut kedelapan teori terkemuka yang disatukan di dalam UTAUT yaitu, *Theory of Reasoned Action (TRA)*, *Technology Acceptance of Model (TAM)*, *Motivational Model (MM)*, *Theory of Planned Behavior (TPB)*, *Combined TAM and TPB (C-TAM-TPB)*, *Model of PC Utilization (MPCU)*, *Innovation Diffusion Theory (IDT)*, dan *Social Cognitive Theory (SCT)*.

B. Pengertian Teori TAM

Technology Acceptance of Model (TAM) ialah gambaran untuk menelaah serta memahami penyebab pengaruh diterimanya penggunaan sebuah teknologi komputer. Model TAM pertama kali dikembangkan pada tahun 1986 oleh seorang bernama Davis. TAM saat ini menjadi salah satu kontribusi teoritis terhadap penggunaan dan penerimaan sistem informasi (Nidyahmah, 2017). Jogiyanto (2007: 113) mengemukakan bahwa terdapat lima konstruksi TAM, antara :

- a. Persepsi Kegunaan
- b. Persepsi Kemudahan Penggunaan
- c. Sikap terhadap perilaku atau sikap menggunakan teknologi
- d. Minat perilaku dalam menggunakan teknologi
- e. Penggunaan teknologi sesungguhnya

C. Pengertian Teori TPB

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan suatu perilaku terhadap rasa yang dapat mempengaruhi perilaku dan minat seseorang, menurut Ajzen dalam Rahayu, 2015. Teori TPB memiliki dua faktor yang dapat mempengaruhi minat, yaitu sikap dimana seseorang memiliki sebuah pembandingan antara suka atau tidak dalam melakukan tindakan. Kemudian faktor kedua yaitu sosial atau norma subyektif dimana faktor

D. Pengertian Bank Syariah

Pengaturan tentang bank syariah di Indonesia tertulis di UU No.21 Tahun 2008 membahas Perbankan Syariah. Bank syariah merupakan bank yang melakukan kegiatan bisnisnya berlandaskan syariah Islam dan berdasarkan macamnya ada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), Unit Usaha Syariah dan Bank Umum Syariah (Soemitra, 2018). Berlandaskan pasal 2 UU nomor 21 tahun 2008, menyebutkan jika perbankan syariah menjalankan aktivitas bisnisnya berlandaskan syariah Islam, prinsip kehati-hatian dan demokrasi ekonomi. Selain itu, menyangkut maksud bank syariah, yang terdapat di pasal 3 disebutkan bahwa perbankan syariah mempunyai tujuan untuk mendukung implementasi pembentukan nasional dengan rangka menaikkan tingkat kebersamaan, keadilan dan pemerataan kebersamaan rakyat (Yaya 2016).

E. Pengertian *Customer Intention* (Minat Nasabah)

Customer Intention adalah kemauan seseorang untuk melaksanakan suatu aktivitas. Perbuatan tersebut bisa diperkirakan melalui sifat serta cara berpikir seseorang bahwasanya seseorang yang lain dapat menarik individunya bila melaksanakan perbuatan itu (Jogiyanto, 2007). Minat pasti berhubungan bersama keinginan. Keinginan itu bisa didefinisikan menjadi suatu paham dengan memvisualkan dorongan yang muncul didalam diri seseorang yang mengarahkan dan menggerakkan sikapnya (Harahap, 2016).

F. Pengertian Kemudahan

Perceived ease of use atau kemudahan penggunaan yang dirasakan ialah respon orang dengan bertugas dengan metode yang dapat meringankan dan mempermudah pekerjaan mereka. Definisi kemudahan menggunakan dan juga kemudahan pengelolaan (*perceived easy of use*) bisa diartikan jika individu yakin untuk memakai sebuah teknologi bisa terlepas dari bisnis. kemudahan (*perceived easy of use*) adalah keyakinan individu bahwa dengan memakai sebuah teknologi bisa lebih gampang dipakai dan dimengerti (Baridwan & Tjini, 2014).

G. Pengertian Keamanan

Keamanan adalah keahlian untuk mengontrol data informasi kepada sebuah kejadian yang tidak baik. Sebagian nasabah sudah pasti enggan untuk memakai pelayanan *e-banking* sebab transaksi menggunakan cara online mudah sekali terhadap kemungkinan disalahgunakannya informasi yang sangat berbahaya. Oleh karena itu, sebuah bank harus terus melakukan inovasi supaya pemakaian transaksi secara online bisa semakin aman sampai bisa mencuri kepekaan nasabah untuk melakukan transaksi dengan memakai pelayanan *e-banking*.

Keamanan informasi merupakan mencari cara agar tidak terjadi penyalahgunaan (*cheating*) atau dengan, menemukan penyalahgunaan dalam suatu sistem berbasis informasi, dimana informasi tersebut tidak memiliki arti fisik. Keamanan merupakan upaya mengamankan aset informasi terhadap ancaman yang mungkin timbul, sehingga keamanan secara tidak langsung dapat menjamin kelangsungan bisnis dan mengurangi risiko yang terjadi (Pambudi, 2014).

H. Pengertian Kenyamanan

Kenyamanan dan perasaan nyaman didefinisikan sebagai nilai menyeluruh dari sesuatu. Pada aplikasi *Mobile banking* kenyamanan pengguna lebih tinggi yang memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan kapanpun dan dimanapun. Jika dibandingkan dengan transaksi *interpersonal*, *mobile banking* lebih memberikan keuntungan dan kemudahan (Poon, 2015). Kenyamanan dapat diciptakan melalui persepsi konsumen terhadap waktu, tenaga dan biaya dalam membuat keputusan.

I. Pengertian Lifestyle

Lifestyle adalah bagaimana seseorang hidup dalam kehidupan sehari-harinya. *Lifestyle* seseorang dapat dilihat dari produk apa yang dibelinya dan bagaimana seseorang menggunakan dan berfikir dalam merasakan semua hal tersebut. *Lifestyle* adalah ekspresi seseorang yang menggambarkan bagaimana dia hidup dan menggunakan waktu dan uangnya untuk tujuan apapun. *Lifestyle* juga dapat diartikan sebagai pola hidup seseorang dalam mengungkapkan sesuatu seperti kegiatan, minat dan pendapat.

J. Pengertian Mobile Banking

Mobile banking adalah salah satu layanan perbankan yang disediakan oleh bank termasuk bank syariah sehingga nasabah dapat bertransaksi kapan saja, tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan. *Mobile banking* adalah layanan perbankan yang menggunakan teknologi canggih, layanan ini berbasis teknologi seluler yang memberikan kemudahan dalam melakukan aktivitas transaksi perbankan. *Mobile banking* bertujuan untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah, memenuhi keinginan pasar, memberi kemudahan kepada nasabah untuk bertransaksi (Al-Arif, 2010).

Melalui layanan *mobile banking* melalui *handphone* pengguna, transaksi perbankan biasa oleh nasabah dengan mendatangi bank, artinya aktivitas yang sebelumnya yang biasanya dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, kini dapat dilakukan dengan mudah tanpa harus mengunjungi outlet bank, hanya dengan menggunakan *handphone* nasabah dapat menghemat biaya dan waktu, selain untuk menghemat waktu *mobile banking* juga bertujuan agar nasabah tidak ketinggalan zaman dalam menggunakan media elektronik yang modern dan juga lebih dapat memanfaatkan media elektronik seperti *handphone* yang biasanya hanya digunakan untuk komunikasi tetapi juga dapat bertransaksi dan melakukan bisnis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dimana populasi atau sampel diambil dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Data Primer merupakan metode pengumpulan data yang diperoleh langsung di lapangan, sedangkan data sekunder merupakan metode pengumpulan data yang pengumpulan datanya tidak langsung memberikan data secara langsung. Data penelitian ini meliputi penyebaran data kuesioner pada variabel Kemudahan, Keamanan, Kenyamanan, *Customer Intention* dan *Lifestyle*.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Non Probability Sampling* dengan teknik *convenience sampling*. jumlah sampel penelitian yang digunakan adalah 100 responden. Untuk memperoleh data dan pengolahan dalam penelitian ini, teknik yang digunakan adalah menyebar kuesioner dalam bentuk *google form* yang

dibagikan kepada Mahasiswa UINSU Medan Didalam penelitian ini, skala pengukuran yang digunakan adalah skala *likert*.

Penelitian ini dilakukan di Kota Medan, Khususnya Mahasiswa UIN Sumatera Utara di Jl. William Iskandar Ps. V, Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara dan di Jl. IAIN No. 1, Gaharu, Kec. Medan Timur, Kota Medan, Sumatera Utara dengan menyebarkan kuesioner kepada Mahasiswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk menguji pengaruh seluruh variabel independen yang terdiri dari Kemudahan (X1), Keamanan (X2), dan Kenyamanan (X3) terhadap variabel dependen yaitu *Customer Intention* (Y) dan untuk melihat hubungan masing-masing variabel bebas dan variabel *Lifestyle* (Z) sebagai variabel moderating.

Tabel 1. Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,184	1,621		,731	,467
	Kemudahan	,159	,092	,164	1,722	,088
	Keamanan	,341	,104	,298	3,263	,002
	Kenyamanan	-,001	,096	-,001	,006	,995
	Lifestyle	,412	,091	,401	4,531	,000
a. Dependent Variable: Customer Intention						

Sumber : Data diolah dengan SPSS Versi 26, 2022

Berdasarkan hasil perhitungan tabel 1 diperoleh besarnya angka t tabel dengan ketentuan $t_{\text{tabel}} = t(\alpha/2 : n-k-1)$ $t = (0,05/2 : 100-4-1)$ $t = (0,025 : 95) = 1,985$. Maka dapat diketahui masing-masing variabel sebagai berikut :

1. Diketahui nilai signifikansi kemudahan (X1) menunjukkan $0,088 > 0,05$, dan nilai t hitung $1,722 < t_{\text{tabel}} 1,985$, sehingga dapat dinyatakan bahwa H_a ditolak dan H_o diterima, berarti kemudahan (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Customer Intention* (Y).
2. Diketahui nilai signifikansi keamanan (X2) menunjukkan $0,002 < 0,05$, dan nilai t hitung $3,263 > t_{\text{tabel}} 1,985$, sehingga dapat dinyatakan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak, berarti keamanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap *Customer Intention* (Y).

3. Diketahui nilai signifikansi kenyamanan (X3) menunjukkan $0,995 > 0,05$, dan nilai t hitung $0,006 < t$ tabel 1,985, sehingga dapat dinyatakan bahwa H_a ditolak dan H_o diterima, berarti kenyamanan (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Customer Intention* (Y).
4. Diketahui nilai signifikansi *Lifestyle* (Z) menunjukkan $0,000 < 0,05$, dan nilai t hitung $4,531 > t$ tabel 1,985, sehingga dapat dinyatakan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak, berarti *Lifestyle* (Z) berpengaruh signifikan terhadap *Customer Intention* (Y).

2. Uji Simultsn (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen memiliki pengaruh bersama terhadap variabel dependen atau tidak. Bentuk pengujian uji F adalah melalui apa yang dikatakan tabel ANOVA dengan menguji nilai signifikan $< 0,05$ (Ghozali, 2011).

Tabel 2. Hasil Uji Simultsn (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	185,637	4	46,409	22,755	,000 ^b
	Residual	193,753	95	2,040		
	Total	379,390	99			

Sumber : Data diolah dengan SPSS Versi 26, 2022

Berdasarkan output diatas diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1, X2, X3 dan Z secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $22,755 > F$ tabel 2,47 (nilai F tabel yaitu $F = (k : n-k) F (4 : 100-4) F (4 : 96) = 2,47$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kemudahan (X1), Keamanan (X2), Kenyamanan (X3) dan *Lifestyle* (Z) secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap *Customer Intention* (Y).

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) adalah nilai yang berkisar dari nol hingga satu. Hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen kecil bila R^2 mendekati atau hampir nol (Bawono, 2006).

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,700 ^a	,489	,468	1,42811
a. Predictors: (Constant), <i>Lifestyle</i> , Keamanan, Kemudahan, Kenyamanan				

Sumber : Data diolah dengan SPSS Versi 26, 2022

Dari tabel 4. diatas dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R-square) sebesar 0,489, hal ini mengandung arti bahwa variabel independen menjelaskan atau mempengaruhi variabel dependen sebesar 48,9% sedangkan sisanya 51,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam model ini.

B. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh antara variabel bebas yaitu kemudahan (X1), keamanan (X2), dan Kenyamanan (X3) terhadap variabel terikat yaitu *customer intention* (Y). Persamaan ini digunakan untuk mengetahui bentuk hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat dengan bantuan IBM SPSS versi 26. Berikut hasil perhitungan uji regresi linear berganda terlihat pada tabel berikut :

Tabel 4. Hasil Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,184	1,621		,731	,467
	Kemudahan	,159	,092	,164	1,722	,088
	Keamanan	,341	,104	,298	3,263	,002
	Kenyamanan	-,001	,096	-,001	,006	,995
	Lifestyle	,412	,091	,401	4,531	,000
a. Dependent Variable: Customer Intention						

Sumber : Data diolah dengan SPSS Versi 26, 2022

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat disimpulkan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 1,184 (a) + 0,159 (X1) + 0,341 (X2) + -0,001(X3) + e$$

Dari Persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil persamaan regresi diatas, diperoleh nilai konstanta sebesar 1,184. Hal ini berarti, apabila kondisi kemudahan (X1), keamanan (X2), dan kenyamanan (X3) dianggap konstan (nol), maka variabel *customer intention* (Y) yang dihasilkan adalah sebesar 1,184.
2. Nilai koefisien regresi pada kemudahan (X1) sebesar 0,159 menunjukkan apabila terjadi peningkatan kemudahan (X1) sebesar 1% maka akan mengakibatkan peningkatan variabel *customer intention* (Y) sebesar 1,159% dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan atau tidak berubah. Hal ini berarti semakin tinggi aspek-aspek kemudahan dalam menggunakan mobile banking syariah maka akan dapat meningkatkan *customer intention*.
3. Nilai koefisien regresi pada keamanan (X2) sebesar 0,341 menunjukkan apabila terjadi peningkatan keamanan (X2) sebesar 1% maka akan mengakibatkan

peningkatan variabel *customer intention* (Y) sebesar 0,341% dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan atau tidak berubah. Hal ini berarti semakin tinggi aspek-aspek kemudahan dalam menggunakan mobile banking syariah maka akan dapat meningkatkan *customer intention*.

4. Kenyamanan (X3) tidak berpengaruh terhadap *customer intention* (Y).

Pembahasan

1. Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Dan Kenyamanan Mobile Banking Syariah Terhadap Customer Intention Dengan Lifestyle Sebagai Variable Moderating.

a. Pengaruh Kemudahan (X1) Terhadap Customer Intention (Y)

Pengaruh variabel kemudahan terhadap *customer intention* kemudahan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,088 > 0,05$ dan nilai t hitung $1,722 < t$ tabel 1,985. Maka dapat dikatakan bahwa kemudahan (X1) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *customer intention* (Y). Sehingga dapat disimpulkan H_{a1} ditolak dan H_{o1} diterima. Hal ini menunjukkan bahwa ketika kemudahan penggunaan *mobile banking* syariah meningkat atau menurun, hal tersebut tidak akan mempengaruhi tingkat minat dalam menggunakan layanan *mobile banking* syariah.

Secara teori penelitian ini sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* yang merupakan salah satu faktor dalam mempengaruhi minat menggunakan seseorang. Persepsi kontrol perilaku merupakan persepsi orang-orang terhadap kemudahan atau kesulitan untuk menunjukkan sikap yang diminati. Jadi, seseorang akan memiliki niat untuk melakukan suatu perilaku apabila mereka memiliki persepsi bahwa suatu perilaku tersebut mudah untuk ditunjukkan atau dilakukan. Seseorang akan menggunakan sistem teknologi informasi apabila orang tersebut mempercayai bahwa sistem teknologi informasi mudah untuk digunakan dan sebaliknya apabila seseorang percaya bahwa sistem teknologi informasi tidak mudah digunakan maka orang tersebut tidak akan menggunakan sistem teknologi informasi (Jogiyanto, 2007).

Tidak signifikannya variabel kemudahan terhadap *customer intention* dikarenakan mahasiswa tidak terlalu tergiur dengan kemudahan dalam penggunaan *mobile banking*. Hal ini terjadi karena eksistensi dari Bank Syariah masih kalah dengan Bank Konvensional, yang mana kedua sistem bank ini sama-sama menggunakan *mobile banking*. Dengan begitu, masih banyak masyarakat yang lebih berminat di Bank Konvensional.

Penelitian ini diperkuat dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nila Erina (2021) yang menyatakan bahwa kemudahan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah, Namun berbeda dengan penelitian Yulia Saptawati (2018) yang menjelaskan bahwa kemudahan secara parsial dan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

b. Pengaruh Keamanan (X2) Terhadap Customer Intention (Y)

Pengujian variabel keamanan terhadap *customer intention* memiliki nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,263 > t$ tabel 1,985. Maka dapat dikatakan bahwa keamanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer intention* (Y). Sehingga dapat disimpulkan H_{a2} diterima dan H_{o2} ditolak.

Hal ini sesuai dengan teori UTAUT2. Teori UTAUT2 mempelajari tentang penerimaan dan penggunaan dari sebuah teknologi dalam konteks konsumen (Venkatesh et al., 2012). Dalam hal ini dapat dipahami bahwa dalam sisi nasabah, keamanan menjadi sebuah hal yang penting yang harus ada untuk penggunaan *mobile banking*. Adanya persepsi keamanan membuat nasabah yakin atas keamanan layanan *mobile banking*. Hal ini menjadikan keamanan sebagai faktor utama dalam menentukan minat.

Penelitian ini diperkuat dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Istiqomah (2021) yang menyatakan bahwa variabel keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *mobile banking*.

c. Pengaruh Kenyamanan (X3) Terhadap *Customer Intention* (Y)

Pengujian variabel kenyamanan terhadap *customer intention* memiliki nilai signifikansi sebesar $0,995 > 0,05$ dan nilai t hitung $0,006 < t$ tabel 1,985. Maka dapat dikatakan bahwa kenyamanan (X3) tidak berpengaruh terhadap *customer intention* (Y). Sehingga dapat disimpulkan H_{a3} ditolak dan H_{o3} diterima. Dalam penelitian yang dilakukan, kenyamanan bukanlah hal yang penting dalam kepentingan menjadi nasabah. Hal ini terjadi karena akses internet semakin mudah didapatkan. Sehingga kenyamanan yang didapatkan oleh *mobile banking* dianggap biasa saja dan tidak dapat mengajak nasabah untuk memanfaatkan *mobile banking* syariah.

Menurut teori yang dikemukakan Poon bahwa *mobile banking* berpengaruh positif terhadap minat nasabah jika *mobile banking* memberikan kenyamanan yang lebih tinggi, dimana nasabah dapat melakukan transaksi kapanpun dan dimanapun. Transaksi cukup dilakukan dengan menggunakan aplikasi *mobile banking* di *handphone* yang sudah diaktifkan melalui CS, dan tersambung ke jaringan internet. Tentunya hal ini akan lebih menghemat waktu nasabah karena efisien waktu, khususnya bagi nasabah yang sibuk. Hal ini juga yang menjadi daya tarik bagi nasabah untuk terus menggunakan *mobile banking* dimasa akan datang.

Pada penelitian yang dilakukan, kenyamanan tidak menjadi hal penting dalam minat menggunakan *mobile banking*. Hal ini terjadi dengan alasan akses internet yang semakin mudah didapatkan. Maka kenyamanan yang didapatkan *mobile banking* diduga biasa saja dan tidak dapat mengajak mahasiswa dalam memanfaatkan *mobile banking*. Karena kenyamanan hanya didapatkan pada transaksi tertentu saja, menurut survei yang dilakukan tidak semua transaksi dapat dilakukan menggunakan *mobile banking*.

Penelitian ini diperkuat dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fadzilah Umar (2014) yang menyatakan bahwa kenyamanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah, Namun berbeda dengan penelitian Nila Erina (2021) yang menjelaskan bahwa kenyamanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

d. Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Dan Kenyamanan (X3) Terhadap *Customer Intention* (Y)

Pengujian variabel kemudahan, keamanan, dan kenyamanan terhadap *customer intention* memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 > 0,05$ dan nilai F hitung $22,755 > F$ tabel 2,47. Maka dapat dikatakan bahwa kemudahan (X1), keamanan (X2), dan

kenyamanan (X3) secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap *customer intention* (Y). Sehingga dapat disimpulkan H_{a4} diterima dan H_{o4} ditolak.

e. Variabel *Lifestyle* (Z) Terhadap *Customer Intention* (Y)

Pengujian variabel *lifestyle* terhadap *customer intention* memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,531 > t$ tabel $1,985$. Maka dapat dikatakan bahwa *Lifestyle* (Z) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer intention* (Y). Sehingga dapat disimpulkan H_{a4} diterima dan H_{o4} ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa ketika *lifestyle* dalam menggunakan *mobile banking* syariah meningkat atau menurun, hal tersebut tidak akan mempengaruhi tingkat minat dalam menggunakan layanan *mobile banking* syariah.

Hal ini sejalan dengan konsep teori TAM dimana teori TAM menjelaskan bahwa minat perilaku individu dipengaruhi oleh sikapnya terhadap penerimaan suatu produk yang kemudian dipengaruhi oleh manfaat yang dirasakan dan kemudahan penggunaan atas produk yang bersangkutan.

Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa *lifestyle* seseorang sangat penting dalam menumbuhkan minat seseorang untuk menggunakan *mobile banking* karena bisa dilihat semakin besar gaya hidup seseorang dalam menjalankan kesehariannya maka besar lah kemungkinan untuk menggunakan *mobile banking* dengan tujuan mempermudah segala aktivitasnya sehari-hari.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Hardiyanti (2022). Yang menyatakan bahwa gaya hidup nasabah sangat berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan *mobile banking*. Pengetahuan yang lebih banyak tentang ragam gaya hidup harus memastikan bahwa segmentasi pengguna *mobile banking* dapat lebih berhasil dilakukan.

f. Variabel *Lifestyle* (Z) Memoderasi Kemudahan (X1) Terhadap *Customer Intention* (Y)

Lifestyle tidak mampu memoderasi pengaruh antara kemudahan terhadap *customer intention*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien $0,05$ dan nilai signifikan sebesar $0,131$. Hasil pengujian ini membuktikan bahwa *Lifestyle* (Z) memperlemah hubungan antara Kemudahan (X1) terhadap *Customer Intention* (Y).

Di dalam Theory of planned behavior (TPB) menjelaskan bahwasanya seseorang atau kelompok tertentu melakukan aktivitas atau kegiatan berdasarkan niat. Begitu pula dalam aktivitas menggunakan *mobile banking* syariah berdasarkan rasa niat yang dimiliki, bisa jadi niat tersebut berasal dari rujukan orang lain yang mempengaruhi mereka untuk percaya akan kemudahan menggunakan *mobile banking* syariah. Sedangkan minat seseorang untuk mengadopsi sebagian dari teknologi tersebut. Hal ini dapat dikaitkan dengan sikap individu pada saat menggunakan suatu teknologi tergantung pada kemudahannya, sehingga timbul rasa percaya diri untuk mengaplikasikan teknologi tersebut. Selain aspek kemudahan, minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* syariah dipengaruhi oleh kesesuaian, yang meliputi kesesuaian dengan kebutuhan bertransaksi, gaya hidup dan kesesuaian dengan keinginan bertransaksi (Maulidiyah, 2017).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *lifestyle* tidak memoderasi pengaruh kemudahan terhadap customer intention dalam menggunakan *mobile banking* syariah. Hal ini terjadi karena setengah dari responden hanya menggunakan *mobile banking* syariah untuk membayar UKT (Uang Kuliah Tunggal), sehingga dapat disimpulkan bahwa gaya hidup yang dilakukan mahasiswa tidak berpengaruh. Penelitian ini diperkuat dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yumna Maulidiya Husna (2021) yang menyatakan bahwa *lifestyle* tidak mampu memoderasi pengaruh kemudahan terhadap *customer intention*.

g. Variabel *Lifestyle* (Z) Memoderasi Keamanan (X2) Terhadap Customer Intention (Y)

Lifestyle tidak mampu memoderasi pengaruh keamanan terhadap *customer intention*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien 0,05 dan nilai signifikan sebesar 0,224. Hasil pengujian ini membuktikan bahwa *Lifestyle* (Z) memperlemah hubungan antara Keamanan (X2) terhadap *Customer Intention* (Y).

Secara teori penelitian ini sesuai dengan Theory of planned behavior (TPB) menjelaskan bahwasanya seseorang atau kelompok tertentu melakukan aktivitas atau kegiatan berdasarkan niat. Begitu pula dalam aktivitas menggunakan *mobile banking* syariah berdasarkan rasa niat yang dimiliki, bisa jadi niat tersebut berasal dari rujukan orang lain yang mempengaruhi mereka untuk percaya akan keamanan menggunakan *mobile banking* syariah. Sedangkan minat seseorang untuk mengadopsi sebagian dari teknologi tersebut. Hal ini dapat dikaitkan dengan sikap individu pada saat menggunakan suatu teknologi tergantung pada keamanannya, sehingga timbul rasa percaya diri untuk mengaplikasikan teknologi tersebut. Selain aspek keamanan, minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* syariah dipengaruhi oleh kesesuaian, yang meliputi kesesuaian dengan kebutuhan bertransaksi, gaya hidup dan kesesuaian dengan keinginan bertransaksi (Maulidiyah, 2017).

Studi ini menunjukkan bahwa *lifestyle* tidak mampu memoderasi pengaruh keamanan terhadap *customer intention* karena mereka memiliki persepsi bahwa *mobile banking* syariah mudah disalahgunakan. Sehingga hal ini menjadi pertimbangan mahasiswa dalam memutuskan untuk tetap menggunakan *mobile banking* syariah. Penelitian ini diperkuat dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yumna Maulidiya Husna (2021) yang menyatakan bahwa *lifestyle* tidak mampu memoderasi pengaruh keamanan terhadap *customer intention*.

h. Variabel *Lifestyle* (Z) Memoderasi Kenyamanan (X3) Terhadap Customer Intention (Y)

Lifestyle mampu memoderasi pengaruh kenyamanan terhadap *customer intention*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien 0,05 dan nilai signifikan sebesar 0,033. Hasil pengujian ini membuktikan bahwa *Lifestyle* (Z) memperkuat hubungan antara Kenyamanan (X3) terhadap *Customer Intention* (Y).

Theory of planned behavior (TPB) menjelaskan bahwasanya seseorang atau kelompok tertentu melakukan aktivitas atau kegiatan berdasarkan niat. Begitu pula dalam

aktivitas menggunakan *mobile banking* syariah berdasarkan rasa niat yang dimiliki, bisa jadi niat tersebut berasal dari rujukan orang lain yang mempengaruhi mereka untuk percaya akan kenyamanan menggunakan *mobile banking* syariah. Sedangkan minat seseorang untuk mengadopsi sebagian dari teknologi tersebut. Hal ini dapat dikaitkan dengan kenyamanan dimana sikap individu pada saat menggunakan suatu teknologi tergantung pada kenyamanannya, sehingga timbul rasa percaya diri untuk mengaplikasikan teknologi tersebut. Selain aspek kenyamanan, minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* syariah dipengaruhi oleh kesesuaian, yang meliputi kesesuaian dengan kebutuhan bertransaksi, gaya hidup dan kesesuaian dengan keinginan bertransaksi (Maulidiyah, 2017).

Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa merasa nyaman dalam menggunakan layanan *mobile banking* syariah, karena mereka merasa sesuai dengan yang diharapkan, yang meliputi kesesuaian kebutuhan transaksi, fleksibilitas, dan sesuai dengan gaya hidup mereka.

Penelitian ini diperkuat dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yumna Maulidiya Husna (2021) yang menyatakan bahwa *lifestyle* tidak mampu memoderasi pengaruh kenyamanan terhadap *customer intention*.

2. Analisis Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Dan Kenyamanan Mobile Banking Terhadap Customer Intention Dengan Lifestyle Sebagai Variable Moderating.

Dalam menentukan variabel bebas yang dominan dalam mempengaruhi nilai dependen variabel dalam suatu model regresi linear, maka peneliti menggunakan nilai *standart coefficients Beta*.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui variabel kemudahan (X1) memiliki nilai koefisien beta sebesar 0,159 dan memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap *customer intention* (Y). Variabel keamanan (X2) memiliki nilai koefisien beta 0,341 dan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer intention* (Y). Variabel kenyamanan (X3) memiliki nilai koefisien beta -0,001 dan tidak pengaruh terhadap *customer intention* (Y). Variabel *lifestyle* (Z) memiliki nilai koefisien beta 0,412 dan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer intention* (Y). Dapat disimpulkan variabel *lifestyle* (Z) adalah variabel dominan pada penelitian ini karena memiliki nilai koefisien beta paling besar dibandingkan variabel-variabel lainnya.

Selanjutnya variabel *lifestyle* (Z) memoderasi kemudahan (X1) memiliki nilai koefisien beta 0,050 dan tidak mampu memoderasi pengaruh antara kemudahan (X1) dengan *customer intention* (Y). Variabel *lifestyle* (Z) memoderasi keamanan (X2) memiliki nilai koefisien beta 0,039 dan tidak mampu memoderasi pengaruh antara keamanan (X2) dengan *customer intention* (Y). Variabel *lifestyle* (Z) memoderasi kenyamanan (X3) memiliki nilai koefisien beta 0,065 dan mampu memoderasi pengaruh antara kenyamanan (X3) dengan *customer intention* (Y).

KESIMPULAN

Sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan dengan akumulasi data, pengolahan dan analisis Pengaruh Kemudahan, Keamanan, dan Kenyamanan Mobile Banking Syariah

Terhadap *Customer Intention* pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Dengan *Lifestyle* Sebagai *Variable Moderating*, maka kesimpulan adalah :

1. Kemudahan (X1) *mobile banking* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *customer intention* (Y) pada mahasiswa UINSU.
2. Keamanan (X2) *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap minat *customer intention* (Y) pada mahasiswa UINSU.
3. Kenyamanan (X3) *mobile banking* tidak berpengaruh terhadap *customer intention* (Y) pada mahasiswa UINSU.
4. Kemudahan (X1), Keamanan (X2), dan Kenyamanan (X3) *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap *customer intention* (Y) pada mahasiswa UINSU.
5. *Lifestyle* (Z) dalam menggunakan *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap *customer intention* (Y) pada mahasiswa UINSU.
6. *Lifestyle* (Z) tidak dapat memoderasi pengaruh Kemudahan (X1) *mobile banking* terhadap *customer intention* (Y) pada mahasiswa UINSU.
7. *Lifestyle* (Z) tidak dapat memoderasi pengaruh Keamanan (X2) *mobile banking* terhadap *customer intention* (Y) pada mahasiswa UINSU.
8. *Lifestyle* (Z) dapat memoderasi pengaruh Kenyamanan (X3) *mobile banking* terhadap *customer intention* (Y) pada mahasiswa UINSU.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif, M. Nur Rianto. (2010). *Dasar - Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung : Alfabeta.
- Alifia, Fitri Rizki. (2016). *Pengaruh Manfaat, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Menggunakan Internet Banking Nasabah Bank BCA Di Surabaya*. Skripsi, Surabaya : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas.
- Baridwan, Zaki, Sartika Sari Ayu Tjini. (2014). *Kemudahan Penggunaan*. Yogyakarta : Erlangga.
- Chandra, Dkk. (2017). *OJK Terbitkan Panduan Bank Untuk Membuka KC Digital*. Jakarta : Detik Finance.
- Davis. *Perceived Use Fulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology*. *Journal Management Information System* (Online). Vol. 13, No. 3.
- Deddy, Mulyana.(2014). *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Erina, Nila.(2021). *Pengaruh Kemudahan Akses, Kenyamanan, Dan Keamanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah*. Skripsi, Ponorogo : Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Fadhli, Muhammad, Dkk. (2016). *Pengaruh Persepsi Nasabah Atas Risiko, Kepercayaan, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Internet Banking*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*. Vol. 1, No. 2, 2016.

- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro.
- Harahap, Sunarji. (2016). *Pengantar Manajemen*. Medan : FEBI UIN-SU Press.
- Ikatan Bankir Indonesia. *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Jakarta : Gramedia Pustaka Umum, 2014.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta : Prenada Media Group, 2011.
- Jogiyanto. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta : Andi, 2007
- Maryanto, Supriyanto. *Buku Pintar Perbankan*. Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2011.
- Mathieson. *Predicting User Intention : Comparing The Technology Acceptance Model With The Theory Of Planned Behavior*. Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi. Vol. 4, No. 11, 2012.
- Maulidiya Husna, Yumna. *Pengaruh Kemudahan, Kemudahan, Dan Kenyamanan Online Banking Terhadap Customer Intention Pada Bank BRI Syariah KC Semarang Dengan Lifestyle Sebagai Variable Moderating*. Skripsi, Semarang : Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2021.
- Nasution, Muhammad Lathief Ilhamy. *Manajemen pembiayaan bank syariah* (2018): h. 12.
- Olga, Deana. *Pengaruh Fitur Layanan, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Internet Banking Pada Bank Syariah*. Skripsi, Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2021.
- Pambudi, Ahmad. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking*. *Journal Of Management Studies*. Vol. 8, No. 1, 2014.
- Poon, W. C. *Users Adoption Of E. Banking Service : The Malaysian Perspective*. *Journal Of Business & Industrial Marketing*. Vol. 23, No. 1.
- Prasetyo, Bambang. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Rajawali Pers, 2016.
- Sherly, Dkk. *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking Pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Pembantu Madiun*. *Jurnal Akuntansi Dan Pendidikan*. Vol. 2, No. 2, 2013.
- Soemitra, Andri . *Bank Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta : Prenada Media Group, 2018.
- Sugianto, Tuti Anggraini, and Yenni Samri J. Nasution. *Lembaga Keuangan Syariah Dan Dinamika Sosial*. Medan : FEBI UIN-SU Press, 2015.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan R & D*. Bandung : Alfabeta, 2016.
- Sumitro, Warkum. *Asas - Asas Keuangan Islam Dan Lembaga-Lembaga Terkait*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2021.

- Umar, Fadzilah. *Pengaruh Kenyamanan, Kepercayaan, Dan Kelengkapan Fitur Terhadap Keputusan Penggunaan Internet Banking. Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*. Vol. 3, No. 2, 2014.
- Yafiz, Muhammad, Muhammad Arif, and Aqwa Naser Daulay. *Pengantar Ilmu Ekonomi Islam*. Medan : FEBI UIN-SU Press, 2016.
- Yamin, Sofyan, and Heri Kurniawan. *SPSS Complete Teknik Analisis Statistik Terlengkap Dengan Software SPSS*. Jakarta : Salemba Infotek, 2009.
- Yaya, Rizal, Dkk. *Akuntansi Perbankan Syariah Teori Dan Praktik Kontemporer*. Jakarta : Salemba Empat, 2016.