

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI
KEMUDAHAN DAN PERSEPSI KEAMANAN
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN
LIVIN BY MANDIRI MOBILE
(Studi Kasus Pada Nasabah Bank Mandiri KCP Medan Gunung
Krakatau I)**

SKRIPSI

OLEH :

ZAKARIA

NPM : 178320309



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
M E D A N
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 3/12/22

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)3/12/22

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI
KEMUDAHAN DAN PERSEPSI KEAMANAN
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN
LIVIN BY MANDIRI MOBILE
(Studi Kasus Pada Nasabah Bank Mandiri KCP Medan Gunung
Krakatau I)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Di
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area

OLEH :

ZAKARIA

NPM : 178320309

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
M E D A N
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 3/12/22

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)3/12/22

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan *Live By Mandiri Mobile* (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Mandiri NCP Medan Gunung Krakatau I)

Nama : ZAFARIA

NPM : 170301

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing

(Eka Dwi Setia Tarigan, S.E, M.Si)

Pembimbing

Mengetahui:

(Ahmad Rafiq, BBA, MMgt, ph.D,
CIMA)
Dosen

(Nindya Yunita, S.Pd, M.Si)
Ka Prodi Manajemen

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	Zakaria
NPM	178320309
Program Stud	Manajemen
Fakultas	Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya	Tugas Akhir/Skripsi

Demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (Non-exclusive royalty free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul **"Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan *Live In By Mandiri Mobile* (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I)"** Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Medan

Pada Tanggal 09 September 2022

Yang menyatakan,


Zakaria
178320309

RIWAYAT HIDUP

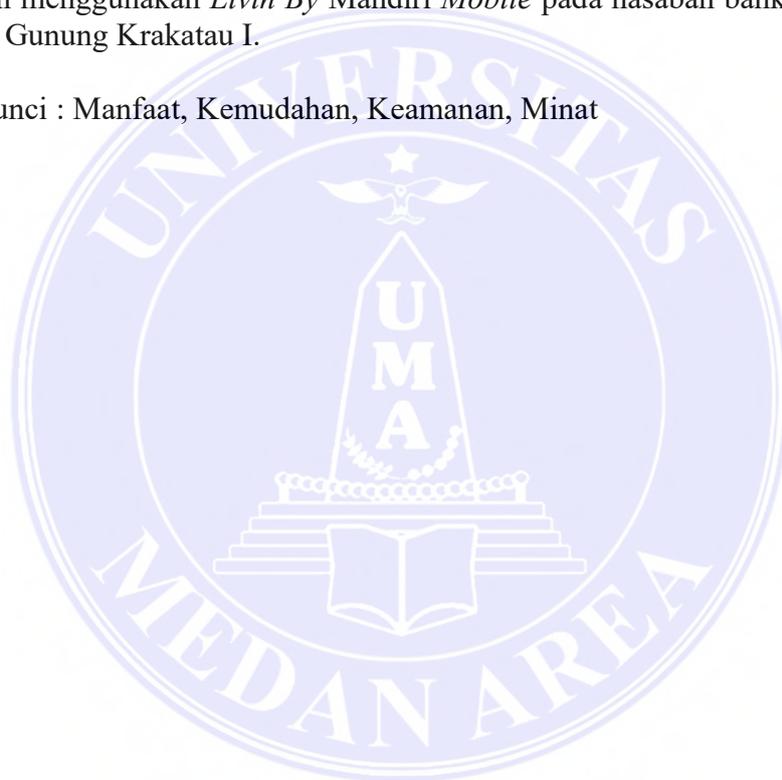
Penulis dilahirkan di Medan, pada tanggal 07 Maret 1998 dari Ayah Mohammad Adam dan Ibu Harirayati. Peneliti merupakan anak pertama dari dua bersaudara. Pada tahun 2016 penulis lulus dari SMA Swasta Kartika I-I Medan dan pada tahun 2017 terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen di Universitas Medan Area. Penulis menyelesaikan kuliah strata satu (S1) pada tahun 2022.



ABSTRAK

Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi keamanan terhadap minat menggunakan *Livein By Mandiri Mobile* pada nasabah Bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I. Penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih, dimana variabel diukur dengan skala likert. Dalam penelitian ini menggunakan sampel pengguna atau nasabah yang menggunakan *LiveinBy Mandiri Mobile* pada nasabah Bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I sebanyak 87 orang. Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa persepsi manfaat (X_1), persepsi kemudahan (X_2) dan persepsi keamanan (X_3) secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *Livein By Mandiri Mobile* pada nasabah bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I.

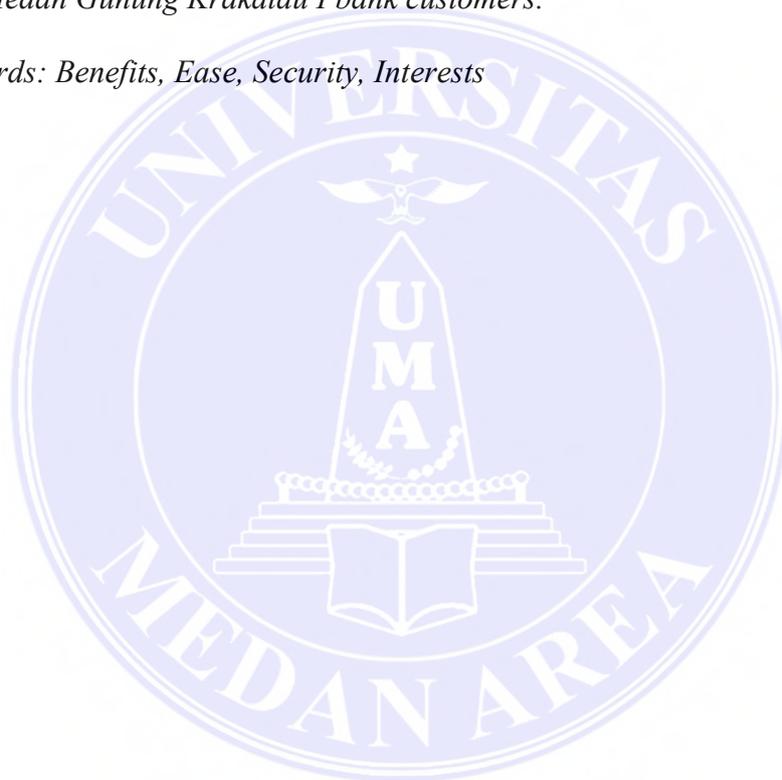
Kata kunci : Manfaat, Kemudahan, Keamanan, Minat



ABSTRACT

To determine the effect of perceived benefits, perceived convenience and perceived security on interest in using Livin By Mandiri Mobile on customers of Bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I. This study used associative research, namely research that aims to determine the relationship between two or more variables, where the variables are measured by a scale. likert. In this study, a sample of users or customers who use LivinBy Mandiri Mobile on Bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I customers is 87 people. Based on the results of the study, it was concluded that perceived benefits (X1), perceived convenience (X2) and perceived security (X3) together (simultaneously) had a significant influence on customer interest in using Livin By Mandiri Mobile on Bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I bank customers.

Keywords: Benefits, Ease, Security, Interests



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penulisan skripsi yang berjudul **“PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI KEAMANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *LIVIN BY MANDIRI MOBILE* (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau D)”** guna untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian penulisan tidak lepas dari bimbingan, nasehat, dukungan dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ayahanda tercinta Mohammad Adam dan Ibunda tercinta ibu Harirayati, yang selalu memberikan semangat, dan dukungan setiap harinya dalam bentuk doa maupun materi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc. selaku Rektor Universitas Medan Area beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis menempuh studi di Strata-1 Manajemen Universitas Medan Area.
3. Bapak Dr. Ahmad Rafiki, BBA(Hons), MMgt, Ph.D, CIMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area.

4. Ibu Sari Nuzullina R, S.E, Ak, M.Acc selaku Wakil Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat merangkap Gugus Jaminan Mutu Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area.
5. Ibu Wan Rizca Amelia, S.E, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Pengembangan SDM dan Administrasi Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
6. Ibu Dr. Wan Suryani, S.E, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Kerjasama dan Sistem Informasi Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
7. Ibu Rana Fathinah, S.E, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Inovasi, Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
8. Ibu Nindya Yunita, S.Pd, M.Si Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
9. Ibu Muthya Rahmi Darmansyah, S.E, M.Sc selaku Sekretaris Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area.
10. Ibu Eka Dewi Setia Tarigan, S.E, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, dukungan dan arahan sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
11. Bapak Haryaji Catur Putera Hasman, S.E, M.Si Selaku Dosen Sekretaris yang telah memberikan masukan untuk penyempurnaan penulisan skripsi.
12. Ibu Wan Rizca Amelia, S.E, M.Si selaku Dosen Penguji yang telah memberikan masukan dan pengarahan guna penyempurnaan penulisan skripsi.
13. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area yang telah memberikan pengetahuan kepada penulis.

14. Seluruh Pegawai yang telah bersedia membantu proses pengurusan administrasi penulis selama berkuliah di Universitas Medan Area.
15. Dinda Hardyanti Ivana, S.M selaku pacar saya yang telah memberikan dukungan, semangat dan membantu penulis agar dapat terselesaikan penulisan skripsi ini.

Semoga Allah SWT dapat memberikan balasan atas kebaikan-kebaikan yang telah diberikan kepada penulis baik di dunia maupun di akhirat kelak. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritikan yang membangun dari pembaca untuk perbaikan-perbaikan di masa yang akan datang.

Medan, 09 September 2022

Penulis,

Zakaria
NPM: 178320309

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.	1
1.2 Perumusan Masalah.	5
1.3 Tujuan Penelitian.	6
1.4 Manfaat Penelitian.	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Minat	8
2.1.1.1 Pengertian Minat	8
2.1.1.2 Jenis-jenis Minat	10
2.1.1.3 Indikator Minat	11
2.1.2 Persepsi Manfaat	11
2.1.2.1 Pengertian Persepsi Manfaat	11
2.1.2.2 Manfaat <i>Internet Banking</i>	13
2.1.2.3 Indikator Persepsi Manfaat	15
2.1.3 Persepsi Kemudahan	15
2.1.3.1 Pengertian Persepsi Kemudahan	15
2.1.3.2 Kemudahan <i>Internet Banking</i>	16
2.1.3.3 Indikator Persepsi Kemudahan	18
2.1.4 Persepsi Keamanan	18
2.1.4.1 Pengertian Persepsi Keamanan.....	18
2.1.4.2 Keamanan <i>Internet Banking</i>	20
2.1.4.3 Indikator Persepsi Keamanan	23
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.3 Kerangka Konseptual	25
2.4 Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	28
3.3 Populasi dan Sampel	29
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	31
3.5 Jenis dan Sumber Data	32
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.7 Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45

4.1 Hasil Penelitian	45
4.1.1 Profil Perusahaan.....	45
4.1.2 Struktur Organisasi.....	48
4.1.3 Identitas Responden.....	54
4.1.4 Uji Asumsi Klasik	55
4.1.5 Pengujian Hipotesis	60
4.2 Pembahasan.....	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
2.1	Penelitian Terdahulu	24
3.1	Waktu Penelitian	29
3.2	Pengguna <i>Living By Mandiri Mobile</i> Di Bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I Tahun 2021	30
3.3.	Defenisi Operasional Variabel	31
3.4	Skala Likert	34
3.5	Validitas Persepsi Manfaat (X1)	36
3.6	Uji Validitas Persepsi Kemudahan (X2)	37
3.7	Uji Validitas Persepsi Keamanan (X3)	37
3.8	Uji Validitas Minat (Y)	38
3.9	Uji Reliabilitas Persepsi Manfaat (X1)	39
3.10	Uji Reliabilitas Persepsi Kemudahan (X2)	39
3.11	Uji Reliabilitas Persepsi Keamanan (X3)	39
3.12	Uji Reliabilitas Minat (Y)	40
4.1	Jenis Kelamin	54
4.2	Usia	54
4.3	Pendidikan	55
4.4	Uji Normalitas Data	57
4.5	Uji Multikolinieritas	58
4.6	Regresi Linear Berganda	59
4.7	Uji-t	60
4.8	Uji-F	62
4.9	Koefisien Determinasi	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Kerangka Konseptual.....	26
4.1	Struktur Organisasi.....	49
4.2	Histogram Normal.....	55
4.3	Normal Plot.....	56
4.4	Uji Heteroskedastisitas.....	58



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	72
Lampiran 2	Hasil Kuesioner Penelitian	76
Lampiran 3	Hasil SPSS	83
Lampiran 4	Surat Izin Penelitian	88
Lampiran 5	Surat Balasan Izin Peneliti.....	89



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kemajuan zaman saat ini dengan perkembangan ilmu teknologi membuat perusahaan tertarik untuk mempelajari pemasaran. Semua memandang bahwa pemasaran merupakan suatu cara baru untuk menjalin hubungan dengan masyarakat. Jadi pemasaran merupakan salah satu kegiatan penting yang perlu dilakukan perusahaan untuk meningkatkan usaha dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Disamping kegiatan pemasaran perusahaan juga perlu mengkombinasikan fungsi-fungsi dan menggunakan keahlian agar perusahaan berjalan dengan baik.

Perbankan dituntut untuk meningkatkan layanan perbankan ke teknologi yang lebih canggih agar dapat menarik perhatian minat penggunaan layanan jasa perbankan bagi para nasabahnya. Minat merupakan salah satu aspek psikis manusia yang cenderung untuk memberikan perhatian atau merasa senang yang lebih besar kepada obyek tersebut yang dapat mendorong untuk mencapai tujuan perusahaan. Dengan adanya minat penggunaan layanan jasa bagi para nasabah menimbulkan persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi keamanan terhadap nasabah sebagai penggunanya.

Persepsi manfaat akan menimbulkan suatu manfaat bagi nasabah sebagai pengguna layanan jasa perbankan. Dengan demikian, jika seseorang nasabah merasa dengan menggunakan teknologi informasi dapat mendatangkan manfaat baik itu dapat berupa peningkatan kinerja atau keuntungan bagi dirinya, maka

nasabah akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang nasabah merasa bahwa dengan menggunakan teknologi informasi kurang bermanfaat maka nasabah tidak akan menggunakannya.

Mobile banking dibuat oleh perusahaan perbankan tentunya untuk mempermudah nasabah sebagai pengguna. Dengan adanya teknologi informasi yang akurat, mudah dan canggih tidak tertutup kemungkinan para nasabah akan menggunakan layanan *mobile banking* yang diberikan pihak perbankan dalam mempermudah nasabah untuk melakukan kegiatan usaha ataupun lainnya. Kemudahan yang dimaksud adalah *mobile banking* simpel, tidak rumit, mudah dipelajari dan mudah dalam pengoperasiannya. Dengan adanya kemudahan pengoperasian tersebut, para nasabah akan mudah mempelajarinya, Jadi apabila ada produk yang mudah pengoperasian dan menguntungkan, maka akan banyak nasabah yang tertarik untuk menggunakan *mobile banking* tersebut.

Persepsi keamanan merupakan suatu kemampuan sistem untuk mencegah *illegal* atau tidak tepat penggunaan data dan untuk mencegah penjahat *cyber* dan peretas. Dalam melakukan transaksi di perbankan, keamanan merupakan hal utama yang diperhatikan nasabah saat mempercayakan penyimpanan dananya. Jika suatu aplikasi *mobile banking* dapat menjamin keamanan data maupun transaksi perbankan maka minat nasabah akan semakin meningkat. Rasa aman dapat diartikan saat nasabah merasa aman ketika menggunakan *mobile banking* terhindar dari kebocoran *user id* dan *password* pengguna *mobile banking*. Pihak bank dapat menjamin keamanan dan kerahasiaan akan nasabah. Keamanan yang diberikan oleh pihak bank tinggi, maka akan membuat nasabah memiliki minat untuk menggunakan layanan *mobile banking* yang ditawarkan. Sebaliknya,

semakin rendah tingkat keamanan dalam menggunakan produk *mobile banking*, maka nasabah akan menjadi tidak berminat untuk menggunakan produk *mobile banking* tersebut.

PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Memperkenalkan produk *Livin by Mandiri Mobile* sebagai penyempurnaan dari aplikasi Mandiri *Online* untuk meningkatkan kemudahan dan kenyamanan nasabah dalam mengakses layanan perbankan perseroan di era bank 4.0. Transformasi layanan perbankan digital ini merupakan inisiatif strategis perusahaan untuk menjadi salah satu modern digital retail bank dengan layanan yang adaptif terhadap kebiasaan baru nasabah dalam bertransaksi. Saat ini layanan perbankan tidak lagi terbatas pada fisik kantor bank, tetapi lebih pada konsep *real time* agar bisa diakses dan dimanfaatkan kapan saja, di mana saja oleh nasabah melalui aplikasi dan *platform* digital. Sebagai penyesuaian dari aplikasi Mandiri *Online*, *Livin by Mandiri Mobile* akan mampu bersaing dengan produk layanan jasa yang ditawarkan perbankan lainnya, produk *mobile online* ini memanfaatkan pendekatan terhadap nasabah untuk menciptakan sentuhan personal unik dan modern dalam akses layanan keuangan yang lengkap.

Berdasarkan penelitian sebelumnya dilakukan Muhammad Fatih I'tishom (2020), dengan judul "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Persepsi Harga Terhadap Sikap Serta Keputusan Konsumen Untuk Menggunakan *Go-Pay*". Penelitian ini dengan kesimpulan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap sikap, persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap sikap, persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap sikap, persepsi harga tidak berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen, dan sikap berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen.

Fenomena yang terjadi di Bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I, masyarakat sebagai nasabah masih minim menggunakan *Livin by Mandiri Mobile*, hal ini disebabkan nasabah mempunyai beberapa faktor menjadi pertimbangan untuk menggunakan *Livin by Mandiri Mobile*. Nasabah belum merasakan manfaat saat menggunakan *Livin by Mandiri Mobile*. Persepsi manfaat, apabila nasabah sebagai pengguna memutuskan untuk menggunakan suatu layanan *mobile banking*, tentunya memikirkan manfaat diperoleh dari layanan *mobile banking* tersebut. Persepsi kemudahan dalam menggunakan suatu layanan *mobile banking*, nasabah sebagai pengguna masih mengalami kendala menggunakan layanan *Livin by Mandiri Mobile* dan persepsi keamanan juga dijadikan pertimbangan pengguna sebelum mengambil keputusan untuk menggunakan *Livin by Mandiri Mobile*. Sistem keamanan *Livin by Mandiri Mobile* masih diragukan untuk mencegah, mengatasi serta melindungi sistem informasi dari risiko terjadinya tindakan illegal. Misalnya, kejahatan *cyber* dengan menggunakan *software* yang dapat menghafal tombol *keyboard* yang digunakan tanpa diketahui oleh nasabah.

Persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi keamanan belum berjalan maksimal untuk meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan *livin by Mandiri mobile*. Padahal pihak Bank Mandiri telah menawarkan *livin by Mandiri mobile* mengandung makna kawan atau sahabat dekat yang dapat diandalkan untuk hidup lebih mudah dan bahagia. Manfaat, kepercayaan dan keamanan semakin melengkapi makna *livin by Mandiri mobile* sebagai sahabat dapat diandalkan. Aplikasi tersebut menjadi salah satu *milestone* dalam transformasi perbankan digital *retail* di bank Mandiri sejak tahun 1999 melalui

layanan Mandiri Anjungan Tunai Mandiri (ATM) dan EDC untuk melayani transaksi non-tunai nasabah.

Untuk meneliti persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi keamanan yang diperoleh nasabah sangatlah penting terhadap minat menggunakan layanan *Livin by Mandiri Mobile*. Dengan dapat mengetahui tingkat manfaat, kemudahan dan keamanan nasabah terhadap penerimaan suatu teknologi informasi dalam dunia perbankan yang persaingan semakin ketat dan kompetitif maka akan sangat perusahaan perbankan dalam membantu untuk pengembangan produk jasa perbankan melalui teknologi dan informasi sehingga memberikan kenyamanan bagi nasabah.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian karya ilmiah berupa skripsi dengan judul **“Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan *Livin By Mandiri Mobile* (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I)”**

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *Livin by Mandiri Mobile* pada nasabah Bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *Livin by Mandiri Mobile* pada nasabah Bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I?

3. Apakah persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *Livin by Mandiri Mobile* pada nasabah Bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I?
4. Apakah persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *Livin by Mandiri Mobile* pada nasabah Bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I?

1.3. Tujuan Penelitian

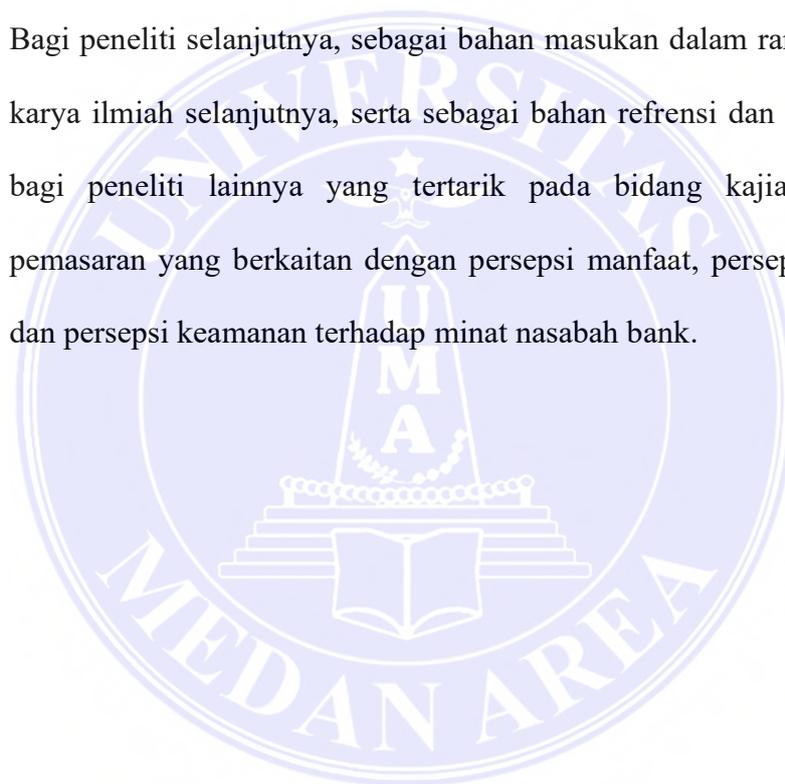
Tujuan dari penelitian yang penulis kemukakan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *Livin by Mandiri Mobile* pada nasabah Bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *Livin by Mandiri Mobile* pada nasabah Bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi keamanan terhadap minat menggunakan *Livin by Mandiri Mobile* pada nasabah Bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I.
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi keamanan terhadap minat menggunakan *Livin by Mandiri Mobile* pada nasabah Bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I.

1.4. Manfaat Penelitian

Peneliti mengharapkan ada manfaat yang baik dapat diambil bagi diri peneliti ini. Manfaat dalam penelitian ini, yakni:

1. Bagi peneliti, menambah pengetahuan dan pemahaman tentang pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi keamanan terhadap minat menggunakan *Livin by Mandiri Mobile* pada nasabah Bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I.
2. Bagi Bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I, sebagai objek penelitian, dapat menjadi bahan acuan dalam meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan *Livin by Mandiri Mobile*.
3. Bagi peneliti selanjutnya, sebagai bahan masukan dalam rangka membuat karya ilmiah selanjutnya, serta sebagai bahan referensi dan data tambahan bagi peneliti lainnya yang tertarik pada bidang kajian manajemen pemasaran yang berkaitan dengan persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi keamanan terhadap minat nasabah bank.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Minat

2.1.1.1. Pengertian Minat

Minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan. Menurut Suryabrata (2012:15) menyebutkan bahwa “Minat adalah suatu perasaan suka dan tertarik pada diri seseorang akan suatu hal. Pada dasarnya minat merupakan suatu bentuk penerimaan oleh individu terhadap sesuatu hal di luar dirinya di mana semakin kuat penerimaan oleh individu tersebut, maka semakin besar pula minat yang dimiliki”.

Menurut Kotler dan Keller (2012:181) mengatakan bahwa “*customer buying decision is all their experience in learning, choosing, using, even disposing of a product*”. Yang kurang lebih memiliki arti minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen di mana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk.

Menurut Jahja (2011:63) mengatakan bahwa “Minat adalah suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu pada objek tertentu seperti pekerjaan, benda dan orang. Minat berhubungan dengan suatu yang menguntungkan dan dapat menimbulkan suatu keputusan bagi dirinya. Minat

bersifat tetap dan ada unsur memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan bagi masyarakat”.

Menurut Hasan (2013:81) mengatakan bahwa “Minat beli adalah salah satu tujuan inti yang diupayakan dalam pemasaran modern saat ini, hal ini dikarenakan dengan minat beli bagi masyarakat sebagai konsumen maka diharapkan perusahaan akan mendapatkan keuntungan jangka panjang”. Sedangkan menurut Setiawan (2011:24) menjelaskan bahwa “Minat beli sebagai ukuran yang lebih dapat diandalkan untuk memprediksi pertumbuhan penjualan dan keuangan bagi perusahaan dalam memasarkan produk atau jasa”.

Menurut Sunyoto (2018:283) mengatakan bahwa “Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau jasa. Dalam hal ini perusahaan harus memusatkan perhatian kepada orang-orang yang berminat membeli suatu produk atau jasa serta alternatif lain yang mereka pertimbangkan”. Sedangkan menurut pendapat Kurniawan (2018:13) mengatakan bahwa “Tingkat pendapatan konsumen berbeda-beda, hal ini mempengaruhi tingkat daya beli konsumen terhadap suatu produk atau jasa. Semakin rendah pendapatan seorang maka daya beli suatu produk atau jasa yang dipasarkan akan mengalami penurunan”.

Berdasarkan pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa seseorang yang berminat terhadap suatu aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang karena akan hal tersebut datang dari dalam diri seseorang yang didasarkan rasa suka dan tidak ada unsur paksaan dari siapapun. Dengan kata lain, minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang memaksa.

2.1.1.2. Jenis-jenis Minat

Menurut Shaleh dan Wahab (2014:265-268), minat dapat digolongkan menjadi beberapa macam, pada sudut pandang dan cara penggolongannya, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural.
 - a. Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis.
 - b. Minat kultural atau minat social adalah minat yang timbulnya karena proses belajar.
2. Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat intrinsik dan ekstrinsik.
 - a. Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri.
 - b. Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.
3. Berdasarkan cara mengungkapkan minat dapat dibedakan menjadi dua yaitu;
 - a. *Exspressed interest* adalah pernyataan ketertarikan terhadap sesuatu, seseorang, sebuah pembicaraan, dan lain sebagainya.
 - b. *Manifest interest* adalah minat yang disimpulkan dari keikutsertaan individu pada suatu kegiatan tertentu.

2.1.1.3. Indikator Minat

Indikator di dalam penelitian ini menurut Ferdinand (2011:12), minat dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut :

1. Minat transaksional

Kecenderungan seseorang untuk membeli produk Minat transaksional merupakan kecenderungan seseorang untuk melakukan pembelian suatu produk tertentu dan terus menggunakan produk tersebut hingga masa mendatang.

2. Minat referensial

Minat referensial merupakan kecenderungan seseorang konsumen untuk mereferensikan atau merekomendasi produk atau jasa tersebut kepada orang lain.

3. Minat preferensial

Minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensial utama pada produk, preferensi ini hanya dapat diganti bila terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.

4. Minat eksploratif

Minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk atau jasa yang dimintanya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk yang sama.

2.1.2. Persepsi Manfaat

2.1.2.1. Pengertian Persepsi Manfaat

Menurut Kotler dan Keller (2012:179-180) mengatakan bahwa “Persepsi adalah proses dimana kita memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti. Pola utamanya adalah bahwa persepsi tidak hanya tergantung pada rangsangan fisik, tetapi juga pada hubungan rangsangan terhadap bidang yang mengelilinginya dan kondisi dalam

setiap individu”. Sedangkan menurut pendapat Hurriyati (2019:101) mengatakan bahwa “Persepsi adalah proses yang dilalui orang dalam melihat, mengorganisasikan dan menginterpretasikan informasi guna membentuk gambaran berarti mengenai dunia”.

Menurut Sobur (2013:445) mengatakan bahwa “Secara etimologis, persepsi atau dalam bahasa Inggris *perception* berasal dari bahasa Latin *percipere*, yang artinya menerima atau mengambil. Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi adalah suatu proses tentang petunjuk-petunjuk inderawi dan pengalaman masa lampau yang relevan diorganisasikan untuk memberikan kepada kita gambaran yang terstruktur dan bermakna pada suatu situasi tertentu”.

Menurut Sudaryono (2016:302) mengatakan bahwa “Persepsi adalah proses di mana seseorang mengorganisasikan dan menginterpretasikan kesan sensorik untuk memberi arti pada lingkungannya. Oleh karena itu, maka dapat terjadi interpretasi yang berbeda dengan terhadap objek yang sama”.

Sedangkan menurut Abdullah dan Tantri (2015:120) mengatakan bahwa “Seseorang yang termotivasi akan siap bertindak. Bagaimana orang yang termotivasi tersebut akan benar-benar bertindak dipengaruhi persepsinya mengenai situasi tertentu. Orang bisa memiliki persepsi yang berbeda terhadap objek yang sama”.

Menurut Jogiyanto (2019:933) mengatakan bahwa “Persepsi manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya”. Sedangkan menurut

Pranoto (2020:3) mengatakan bahwa “Persepsi kebermanfaatan merupakan sebuah pandangan subjektif pengguna terhadap seberapa besar kemungkinan penggunaan sebuah sistem dapat meningkatkan kinerjanya”. Sedangkan Hery (2019:12) mengatakan bahwa “Revolusi digital telah memberikan manfaat dan menciptakan suatu era informasi. Zaman informasi menghasilkan level produksi yang lebih akurat dan lebih relevan. Banyak dari bisnis dewasa ini dilakukan melalui jaringan elektronik, internet dan ekstranet”. Hal tersebut dapat diartikan bahwa persepsi manfaat merupakan suatu tingkat kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan teknologi akan meningkatkan performa pekerjaannya.

Berdasarkan pendapat ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem baru akan memberikan manfaat pada penggunanya, berupa mempermudah dan meningkatkan kinerja atas pekerjaannya yang dilakukan dalam menjalankan aktivitas sehari-hari.

2.1.2.2. Manfaat Internet Banking

Internet banking merupakan layanan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Merupakan kegiatan perbankan yang memanfaatkan teknologi internet sebagai media untuk melakukan transaksi dan mendapatkan informasi lainnya melalui website milik bank. Kegiatan ini menggunakan jaringan internet sebagai perantara atau penghubung antara nasabah dengan bank tanpa harus mendatangi kantor bank. Nasabah dapat menggunakan perangkat komputer desktop, laptop, tablet, atau smartphone yang terhubung ke jaringan internet sebagai penghubung antara perangkat nasabah dengan sistem bank.

Seseorang akan menggunakan suatu teknologi apabila suatu teknologi tersebut dapat memberikan manfaat kepada mereka. Jika seseorang merasa percaya bahwa suatu teknologi tersebut berguna maka masyarakat akan menggunakannya. Sebaliknya, jika menurutnya teknologi tersebut kurang berguna maka masyarakat tidak akan menggunakannya. Seseorang juga akan menggunakan suatu teknologi sesuai dengan perkembangan jaman, jika seseorang tersebut mengetahui manfaat positif atas penggunaan teknologi tersebut, dengan kehadiran teknologi tersebut dapat memberikan manfaat kepada setiap penggunanya.

Internet banking menawarkan nilai baru bagi nasabah. Munculnya internet telah menciptakan dampak kemajuan yang signifikan dalam pelayanan dunia perbankan. Dengan adanya *internet banking*, maka pihak perbankan atau perusahaan perbankan tidak lagi terikat waktu maupun tempat. Nasabah di seluruh dunia memiliki akses yang relatif mudah terhadap rekening nasabah. Berbagai layanan tersedia bagi nasabah.

Ifham (2015:31) menyatakan bahwa "*Internet banking* memberikan beberapa manfaat dan kemudahan kepada nasabah perbankan, antara lain manfaat tersebut yaitu :

1. Mudah dalam penggunaannya
2. Responnya *real time*, transaksi tercatat secara *real time*.
3. Keamanan terjamin, menggunakan sistem keamanan berlapis, menggunakan *user id, password, dan dynamic password*.
4. Fleksibilitas tinggi, karena level otoritas dapat diubah sesuai keperluan dan otorisasi dapat dilakukan secara *remote*."

2.1.2.3. Indikator Persepsi Manfaat

Yogananda dan Digantara (2017:4) mengemukakan bahwa persepsi manfaat terdiri dari empat indikator, yaitu:

1. Mempermudah transaksi

Suatu kondisi dimana kegiatan jual beli yang dilakukan dengan mudah.

2. Mempercepat transaksi

Suatu kondisi dimana proses jual beli dapat dilakukan dengan waktu yang lebih cepat dari sebelumnya.

3. Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi

Suatu kondisi dimana dengan menggunakan sesuatu yang baru akan memberikan keuntungan yang lebih banyak.

4. Meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi

Suatu kondisi dimana dengan menggunakan sesuatu yang baru dalam melakukan jual beli maka akan meningkatkan efisiensi saat melakukan transaksi sehingga dapat meningkatkan kinerja dari usaha.

2.1.3. Persepsi Kemudahan

2.1.3.1. Pengertian Persepsi Kemudahan

Persepsi seseorang tentang kemudahan dalam menggunakan suatu sistem merupakan tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut akan bebas dari kesalahan dan suatu usaha. Semakin mudah suatu sistem tersebut dalam penggunaannya maka lebih sedikit upaya yang harus dikerjakan seseorang sehingga dapat meningkatkan kinerja seseorang ketika menggunakan teknologi tersebut. Karena kemudahan penggunaan merupakan usaha yang tidak

memberatkan atau tidak membutuhkan kemampuan yang tinggi ketika seseorang menggunakan suatu sistem tersebut.

Menurut Jogiyanto (2019:114) mengatakan bahwa “Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Dari definisinya maka dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya”. Sedangkan menurut Rahman dan Dewantara (2017:3) mengatakan bahwa “Kemudahan penggunaan (*ease of use*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami”.

Berdasarkan pendapat ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan merupakan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan terhadap suatu sistem merupakan hal yang tidak sulit untuk dipahami dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya untuk bisa menggunakannya. Konsep kemudahan memberikan pengertian bahwa apabila suatu teknologi mudah digunakan, maka pengguna akan cenderung untuk menggunakan teknologi tersebut.

2.1.3.2. Kemudahan Internet Banking

Bank mengembangkan layanan-layanannya tidak lagi hanya dengan slogan layanan yang aman dan terpercaya, namun juga mampu memberikan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah yang telah berkembang saat ini sesuai dengan arah dengan perkembangan teknologi dan gaya hidup bagi nasabah saat ini.

Menurut Vyctoria (2013:101-102) menjelaskan bahwa “Cara kerja *M-banking* sebenarnya tidak jauh berbeda dengan pengiriman SMS biasa yang sering dilakukan. Nasabah mengirimkan SMS kepada nomor yang telah disediakan oleh pihak bank dengan isi pesan berupa kode tertentu. Selain itu, setiap kali mengirimkan sebuah SMS, di dalam pesan yang dikirimkan ikut serta di dalamnya adalah PIN untuk mengakses *M-banking* tersebut. Apabila kode dan PIN yang dimasukkan benar maka permintaan transaksi akan diterima. Sebaliknya, apabila salah satu isi pesan, baik kode pesan maupun PIN tidak sesuai maka permintaan transaksi akan ditolak.

Kemudahan yang ditawarkan dari *internet banking* yaitu kemudahan dalam melakukan berbagai transaksi, mulai dari isi ulang pulsa, transfer sampai pembayaran tagihan kartu kredit yang mudah hanya dengan seperti mengirim SMS. Disisi lain dari kemudahan tersebut, *internet banking* juga terdapat beberapa kelemahan. Salah satu kelemahan pada *internet banking* adanya seorang *hacker* untuk mendapatkan informasi *account* dan informasi kartu kredit dari pengguna.

Menurut Vyctoria (2013:105) kelemahan dalam pelayanan pada *internet banking*, diantaranya:

1. Kesalahan pengiriman ke nomor lain.
2. Tidak diterimanya pemberitahuan dari pihak bank, walaupun nasabah telah melakukan transaksi.
3. Pengiriman pemberitahuan transaksi yang terlambat diterima oleh nasabah.
4. Sampai saat ini pengiriman SMS yang masih sering tertunda atau dikenal dengan istilah pending, sehingga transaksi yang seharusnya *real time* menjadi tidak *real time* lagi.

Kemudahan dalam bertransaksi menggunakan *internet banking* disediakan oleh pihak perbankan agar mudah untuk dipahami dan mudah untuk digunakan. Adanya kemudahan ini menjadikan nasabah tidak memerlukan usaha yang tinggi untuk mempelajarinya. Selain itu kemudahan yang diberikan oleh layanan *internet banking* dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja.

2.1.3.3. Indikator Persepsi Kemudahan

Menurut Irmadhani dan Nugroho (2018:8) indikator persepsi kemudahan yaitu:

1. Interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*).
2. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut (*does not require a lot of mental effort*).
3. Sistem mudah digunakan (*easy to use*).
4. Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan (*easy to get the system to do what he/she wants to do*).

2.1.4. Persepsi Keamanan

2.1.4.1. Pengertian Persepsi Keamanan

Keamanan informasi dapat mencegah suatu penipuan (*cheating*) atau paling tidak, mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya tidak memiliki suatu arti fisik. Keamanan merupakan suatu upaya untuk mengamankan setiap informasi terhadap ancaman yang mungkin timbul, sehingga keamanan secara tidak langsung dapat menjamin kelangsungan bisnis dan mengurangi risiko-risiko yang terjadi. Keamanan merupakan sebagai

kondisi atau kualitas yang bebas dari ketakutan, kecemasan, atau kepedulian. Jaringan komunikasi yang aman, dapat didefinisikan sebagai suatu jaringan dimana pengguna tidak merasakan kecemasan sewaktu menggunakan jaringan.

Menurut Kinasihdan Albari (2012:27) mengatakan bahwa “Persepsi keamanan biasa dikaitkan dengan ancaman yang menciptakan keadaan, kondisi, atau peristiwa yang berpotensi menyebabkan kesulitan ekonomi melalui sumber data atau jaringan yang mengalami kerusakan pengumpulan dan modifikasi data, penolakan layanan, penipuan dan penyalahgunaan wewenang”.

Menurut Sarwono dan Prihartono (2012:145) mengatakan bahwa “Bagian sistem keamanan komputer yang bertujuan untuk pengukuran dan menetapkan aturan-aturan yang digunakan untuk menjaga keamanan dan integritas suatu sistem diperlukan sistem keamanan yang memadai”.

Menurut Anandita dan Saputra (2015:205) mengatakan bahwa “Jaminan keamanan berperan penting dalam pembentukan kepercayaan dengan mengurangi perhatian konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi. Ketika level jaminan keamanan dapat diterima dan bertemu dengan harapan konsumen, maka seorang konsumen mungkin akan bersedia membuka informasi pribadinya dan akan membeli dengan perasaan aman”.

Berdasarkan pendapat ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa keamanan merupakan keyakinan nasabah atas terjaminnya transaksi yang aman dan terjaganya informasi pribadi, sehingga mendorong minat nasabah untuk menggunakan layanan perbankan. Suatu layanan *internet banking* harus mempunyai keamanan yang memadai sehingga nasabah merasa aman saat menggunakan layanan tersebut.

2.1.4.2. Keamanan *Internet Banking*

Model saat ini diadopsi dalam sistem *internet banking* didasarkan pada beberapa lapisan keamanan, terdiri atas beragam solusi paralel dan mekanisme yang bertujuan untuk melindungi aplikasi perbankan dan data nasabah, menyediakan identifikasi, otentikasi dan otorisasi.

Hendarsyah (2016:19-21) model keamanan *internet banking*, yaitu :

1. *Digital Certificates* (sertifikat digital)

Sertifikat digital digunakan untuk otentikasi atau keabsahan antara pengguna dan sistem perbankan itu sendiri. Otentikasi ini tergantung pada keberadaan *Public Key Infrastructure* atau infrastruktur kunci publik dan *Certificate Authority* atau sertifikat otoritas.

2. *One-Time Password Tokens*

One-Time Password Tokens umumnya digunakan sebagai otentikasi kedua, yang dapat diminta dalam kondisi acak. Jenis perangkat ini membuat data otentikasi yang berguna untuk mengatasi serangan keamanan dengan cara menggunakan *password* secara dinamis.

3. *One-Time Password Cards*

One-Time Password Cards merupakan model yang lebih murah untuk menghasilkan *password* yang dinamis, juga menyediakan otentikasi kedua. Namun dalam beberapa sistem dalam dunia perbankan, *password* yang dihasilkan oleh kartu OTP (*One Time Password*) dapat digunakan kembali beberapa kali sebelum dibuang, ini rentan terhadap serangan keamanan jangka pendek.

4. *Browser Protection*

Pada model ini, sistem dijamin pada tingkat *web browser internet*, yang digunakan bagi pengguna untuk dapat melakukan atau mengakses *internet banking*. Para pengguna *browser* dilindungi dari *malware* dengan cara memantau wilayah memori yang dialokasikan oleh *browser* untuk mendeteksi *malware* dan menghalangi pencurian informasi.

5. *Virtual Keyboards*

Keyboard virtual yang dikembangkan untuk menggagalkan penggunaan *key loggers* (menangkap informasi yang diketik ke dalam perangkat lunak). Alat ini biasanya merupakan perangkat lunak berbasis *Java* dan *Kriptografi* yang mendukung *web browser* yang berbeda.

6. *Device Registering*

Metode ini membatasi akses ke sistem perbankan melalui perangkat yang belum dikenal atau terdaftar pada sistem. Perangkat ini menggunakan *scan sidik jari* untuk identifikasi penggunanya.

7. CAPTCHA

Completely Automated Public Turing test to tell Computers and Humans Apart (CAPTCHA) adalah metode baru diadopsi pada beberapa sistem perbankan yang bertujuan untuk menangkal serangan otomatis terhadap sesi atau halaman konfirmasi pada *website*. Metode ini mengharuskan pengguna yang sah untuk memasukkan informasi yang ditampilkan dalam gambar atau audio secara acak dan sulit bagi program otomatis (robot otomatis) untuk mengenali dan memproses gambar atau audio tersebut sebagai input konfirmasi.

8. *Short Message Service (SMS)*

Short Message Service (SMS) merupakan metode yang diterapkan pada *internet banking* untuk memberitahu nasabah bank tentang transaksi yang sedang dilakukan melalui SMS. SMS ini menyediakan saluran otentikasi kedua untuk transaksi perbankan, di mana sistem *internet banking* mengirimkan kepada pengguna (nasabah bank).

9. *Device Identification*

Device Identification biasanya diterapkan bersama-sama dengan *Device Registering* tetapi juga digunakan sebagai solusi yang berdiri sendiri dalam sistem *internet banking* yang bertujuan untuk memfasilitasi akses nasabah bank.

10. *Positive Identification*

Positive Identification adalah suatu model di mana nasabah bank diminta untuk memasukkan beberapa informasi rahasia yang hanya diketahui nasabah tersebut dalam rangka untuk mengidentifikasi dirinya.

11. *Pass-Phrase*

Pass-Phrase ini adalah model keamanan berdasarkan informasi yang dimiliki oleh nasabah bank. Hal ini biasanya digunakan sebagai metode otentikasi kedua dalam transaksi yang melibatkan pergerakan uang.

12. *Transaction Monitoring*

Mulai dari teknik kecerdasan buatan, analisis riwayat transaksi dan metode lain yang digunakan untuk mengidentifikasi pola-pola penipuan dalam

transaksi perbankan sebagai pendekatan untuk pemantauan transaksi perbankan.

2.1.4.3. Indikator Persepsi Keamanan

Indikator keamanan adalah sebagai berikut:

1. Autentikasi

Autentikasi adalah teknologi yang paling sering dipermasalahkan pada perangkat *android*. Autentikasi sering kali disebut dengan sebutan sebagai validasi data pengguna ketika ingin memasuki sistem tertentu dalam dunia perbankan.

2. Integritas

Integritas menekankan konsisten moral, keutuhan pribadi, atau kejujuran. Untuk itu, dengan adanya jaminan bahwa data dan informasi yang ditransfer tetap utuh dan tidak mengalami perubahan sehingga dapat merugikan pihak nasabah.

3. *Non repudiation*

Pelanggan atau nasabah tentunya membutuhkan perlindungan terhadap penyangkalan dari penjual bahwa barang telah dikirimkan atau pembayaran belum dilakukan dengan baik.

4. *Privasi*

Pelanggan atau nasabah sangat menginginkan agar identitas mereka aman dari penyalahgunaan pihak tertentu. Mereka tidak ingin orang lain mengetahui apa yang mereka beli.

5. Keselamatan

Pelanggan menginginkan jaminan bahwa aman untuk memberikan informasi nomor kartu kredit di internet.

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sangat penting menjadi landasan dalam menyusun skripsi. Di dalam penelitian ini terdapat beberapa penelitian terdahulu yang dapat dilihat pada tabel 2.1 diantaranya yaitu:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti/Tahun	Judul	Hasil Penelitian
1.	Margaretha Oktavia Pranoto (2020)	Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Studi Kasus pada PT Bank Rakyat)	Berdasarkan hasil penelitian, persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Semarang Pandanaran. Kedua, persepsi kemudahan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Semarang Pandanaran, dan ketiga, keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Semarang Pandanaran.
2	Arry Dwi Handoko (2020)	Pengaruh Keamanan, Keandalan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan <i>Mobile Banking</i>	Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh hasil menerima hipotesis pertama dan ketiga, serta menolak hipotesis kedua. Penelitian ini membuktikan bahwa keamanan dan kepuasan yang dirasakan nasabah dapat meningkatkan loyalitas nasabah untuk terus menggunakan <i>mobile banking</i> BRI. Sementara keandalan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BRI, hal ini dapat disebabkan mayoritas respon dengan disebabkan menggunakan <i>mobile banking</i> BRI karena <i>payroll</i> perusahaan tempat mereka bekerja melalui BRI. Sehingga suatu bentuk kepraktisan transaksi bagi nasabah jika menggunakan <i>mobile banking</i>

No	Peneliti/Tahun	Judul	Hasil Penelitian
3.	Muhammad FatihI'tishom (2020)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Persepsi Harga Terhadap Sikap Serta Keputusan Konsumen Untuk Menggunakan Go-Pay	Berdasarkan hasil penelitian pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan persepsi harga terhadap sikap serta keputusan konsumen untuk menggunakan <i>Go-Pay</i> .

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu, terdapat pada lokasi penelitiannya, populasi penelitian, dan variabel yang digunakan. Penelitian ini di lakukan di Bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I, populasi penelitian hanya fokus pada nasabah Bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I, dengan menggunakan 3 variabel independen yakni persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi keamanan serta variael dependen atau terikat yakni minat.

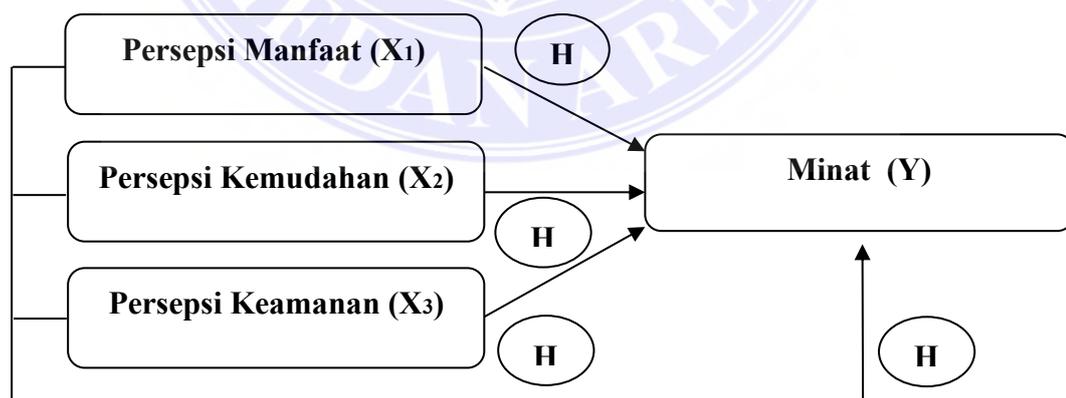
2.3. Kerangka Konseptual

Persepsi manfaat sebagai konstruk kepercayaan seseorang bahwa penggunaan sebuah teknologi tertentu akan mampu meningkatkan kinerja. Meskipun usaha menurut setiap orang berbeda-beda tetapi pada umumnya untuk menghindari penolakan dari pengguna sistem atas sistem yang dikembangkan. Kemunculan teknologi baru yang berdampak munculnya sistem baru pada dunia perbankan, memberikan kemudahan bagi para pecinta belanja untuk mendapatkan produk yang dibutuhkannya melalui jasa yang diberikan oleh para pelaku bisnis yang mulai mengikuti perkembangan teknologi sehingga menguntungkan bagi para nasabah.

Keamanan dapat berupa kemampuan suatu organisasi dalam melakukan pengontrolan dan atau penjagaan atas setiap informasi terhadap kemungkinan terburuk yang dapat ditimbulkan. Sebagian nasabah enggan untuk menggunakan layanan *internet banking*, karena nasabah beranggapan transaksi secara *online* tingkat penyalahgunaan informasi lebih rawan terjadi. Persepsi seperti inilah yang merupakan tantangan bagi organisasi perbankan untuk terus melakukan inovasi-inovasi ke depannya.

Teknologi informasi juga mendorong dunia perbankan untuk ikut di dalam memanfaatkan internet. Hal ini merupakan kesempatan bagi dunia perbankan untuk melangkah maju dengan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para nasabahnya yaitu tidak hanya menawarkan kecepatan dalam melakukan transaksi tetapi juga kemudahan serta kenyamanan bagi nasabah untuk melakukan transaksi keuangan maupun non keuangan secara *online*.

Berdasarkan rumusan masalah, landasan teoritis dan *review* penelitian terdahulu, maka kerangka konseptual ini digambarkan pada gambar 2.1.



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

2.4. Hipotesis

Perumusan hipotesis adalah sebagai langkah untuk memfokuskan masalah, mengidentifikasi data-data yang relevan untuk dikumpulkan, menunjukkan bentuk desain penelitian, termasuk teknik analisis yang akan digunakan, menjelaskan gejala sosial, mendapatkan kerangka penyimpulan, merangsang penelitian lebih lanjut. Menurut Arikunto (2013:110) menyatakan bahwa “hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data yang terkumpul”.

Berdasarkan kerangka konseptual di atas maka dapat ditarik hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

1. Ada pengaruh yang positif dan signifikan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *Livin by Mandiri Mobile* pada nasabah Bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I.
2. Ada pengaruh yang positif dan signifikan persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *Livin by Mandiri Mobile* pada nasabah Bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I.
3. Ada pengaruh yang positif dan signifikan persepsi keamanan terhadap minat menggunakan *Livin by Mandiri Mobile* pada nasabah Bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I.
4. Ada pengaruh yang positif dan signifikan persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi keamanan terhadap minat menggunakan *Livin by Mandiri Mobile* pada nasabah Bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif, Menurut Kuncoro (2013:145) mengatakan bahwa “Penelitian kuantitatif adalah data yang diukur dalam satuan skala *numeric* (angka), skor, dan analisisnya menggunakan statistik untuk menganalisis suatu hipotesis dan memerlukan beberapa alat analisis. Bila serangkaian observasi atau pengukuran data dalam angka-angka hasil observasi atau pengukuran sedemikian itu dinamakan data kuantitatif”.

Penelitian kuantitatif dapat dipergunakan untuk membantu memecahkan masalah dengan alat bantu yang berhubungan dengan statistik dan matematika sehingga keputusan yang dihasilkan dapat di pertanggungjawabkan. Analisis data kuantitatif dengan cara mengumpulkan data yang sudah ada kemudian mengelolanya dan menyajikanya dalam bentuk tabel, grafik, dan dibuat analisis agar dapat ditarik kesimpulan sebagai dasar pengambilan keputusan.

3.2. Lokasi dan Waku Penelitian

3.2.1. Lokasi Penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian diperlukan data yang diambil dari lokasi tempat peneliti meneliti. Dalam penelitian juga harus mencantumkan dimana peneliti melakukan penelitian, karena setiap lokasi meskipun dengan penelitian yang sama tidak akan mendapatkan hasil yang sama pula. Penelitian ini dilakukan pada kantor Bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I Jalan

Gunung Krakatau, Pulo Brayon Darat II, Kecamatan Medan Timur, Kota Medan, Sumatera Utara, 20237.

3.2.2. Waku Penelitian

Waktu yang dibutuhkan dalam penelitian selama enam bulan, yang dimulai dari bulan April 2022 hingga September 2022.

Tabel 3.1
Waktu Penelitian

No.	Jenis Kegiatan	April 2022	Mei 2022	Juni 2022	Juli 2022	Agustus 2022	September 2022
1.	Pengajuan judul						
2.	Pra Riset						
3.	Penyusunan Proposal						
4.	Seminar Proopsal						
5.	Riset						
6.	Bimbingan Skripsi						
7.	Seminar Hasil Skripsi						
8.	Sidang Meja Hijau						

3.3. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2015:61) "Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya".

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi merupakan kumpulan dari individu, atau unit, atau unsur yang dijadikan obyek atau sasaran penelitian yang memiliki karakteristik yang sama. Populasi dari penelitian ini

adalah nasabah Bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I berjumlah 661 orang dengan menyebarkan angket pertanyaan.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Jika populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari seluruh yang ada di populasi, hal seperti ini dikarenakan adanya keterbatasan dana atau biaya, tenaga dan waktu, maka oleh sebab itu peneliti dapat memakai sampel yang diambil dari populasi.

Tabel 3.2
Pengguna *Livin By Mandiri Mobile* Di Bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I Tahun 2021

No.	Bulan	Nasabah
1.	Januari	40
2.	Februari	45
3.	Maret	48
4.	April	50
5.	Mei	52
6.	Juni	47
7.	Juli	55
8.	Agustus	65
9.	September	60
10.	Oktober	70
11	Nopember	63
12	Desember	66
	Jumlah	661

Sumber: Bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I, 2022

Menurut Sugiyono (2015:118) “Sampel adalah bagian dan jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Penelitian ini dilaksanakan tiga bulan dengan subjek penelitian sebanyak 661 nasabah pengguna *Livin by Mandiri Mobile* di Bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I, selama tahun 2021.

Sampel diambil menggunakan rumus Slovin (Umar, 2014:78), yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Taraf Kesalahan (error) sebesar 0.10 (10%)

Maka jumlah sampel yang diperoleh adalah:

$$n = \frac{661}{1 + 661 (0,10)^2}$$

$$n = \frac{661}{1 + 6,61}$$

$$n = 86.85 = 87$$

Penelitian ini jumlah sampel dibulatkan menjadi 87 orang.

3.4. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2012:58) “Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan 3 (tiga) variabel bebas dan 1 (satu) variabel terikat. Variabel bebas terdiri dari persepsi manfaat (X_1), persepsi kemudahan (X_2) dan persepsi keamanan (X_3) serta variabel terikat, yakni minat (Y).

Tabel 3.3
Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Deskripsi	Indikator	Skala
Persepsi Manfaat (X_1)	Persepsi manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Jogiyanto (2019:933)	1. Mempermudah transaksi 2. Mempermudah transaksi 3. Mempercepat transaksi 4. Memberikan keuntungan 5. Meningkatkan efisiensi Yogananda dan Digantara (2017:4)	Likert

Variabel	Deskripsi	Indikator	Skala
Persepsi kemudahan (X2)	Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Jogiyanto (2019:114)	1. Mudah dimengerti 2. Mudah berinteraksi 3. Mudah digunakan 4. Mudah dioperasikan Irmadhani dan Nugroho (2018:8)	Likert
Persepsi Keamanan (X3)	Persepsi keamanan biasa dikaitkan dengan ancaman yang menciptakan keadaan, kondisi, atau peristiwa yang berpotensi menyebabkan kesulitan ekonomi melalui sumber jaringan mengalami kerusakan pengumpulan dan modifikasi data, penolakan layanan, dan penipuan dan penyalahgunaan wewenang. Kinasih dan Albari (2012:27)	1. Autentikasi 2. Integritas 3. Non repudiation 4. Privasi 5. Keselamatan Sukma (2012:300)	Likert
Minat (Y)	Minat adalah suatu perasaan suka dan tertarik seseorang akan suatu hal. Minat merupakan suatu bentuk penerimaan oleh individu terhadap sesuatu hal diluar dirinya dimana semakin kuat penerimaan tersebut, maka semakin besar pula minat yang dimiliki. Suryabrata (2012:15)	1. Minat transaksional 2. Minat referensial 3. Minat preferensial 4. Minat eksploratif Ferdinand (2011:12)	Likert

3.5. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data primer adalah data yang belum diolah yang diperoleh langsung dari objek penelitian. Data primer data yang diperoleh langsung dari sumber atau tempat dimana penelitian dilakukan secara langsung.

Menurut Umar (2014:42) menyatakan bahwa “Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu ataupun perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuisioner yang biasa dilakukan oleh peneliti”.

2. Data sekunder merupakan data yang sudah tersedia sehingga peneliti tinggal mencari dan mengumpulkan data sekunder dapat diperoleh dengan lebih mudah dan cepat karena sudah tersedia, misalnya di perpustakaan, perusahaan-perusahaan, buku-buku ilmiah, literatur dan bahan-bahan kuliah sesuai dengan judul skripsi ini sehingga diperoleh data sekunder.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui observasi, dokumentasi, wawancara dan kuesioner kepada responden. Untuk pengumpulan data dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan teknik-teknik antara lain:

1. Observasi merupakan aktivitas dari suatu proses atau objek dengan maksud merasakan kemudian memahami pengetahuan dari sebuah fenomena. Berdasarkan pengetahuan atau gagasan yang telah diketahui sebelumnya, dan untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan guna melanjutkan suatu penelitian. Proses dalam mencari atau mendapatkan informasi-informasi tersebut haruslah secara objektif, nyata dan dapat di pertanggungjawabkan.
2. Dokumentasi dilakukan dengan memperoleh data di kantor Bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I yang berhubungan dengan masalah diteliti seperti sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi dan wewenang serta tugas-tugas pegawai.

3. Wawancara (*interview*) merupakan suatu teknik pengumpulan data dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur dan bisa dilakukan dengan cara tatap muka maupun dengan menggunakan jaringan telepon.
4. Angket (kuesioner) yaitu tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab, dengan menggunakan skala *likert*, di mana setiap pertanyaan mempunyai 5 (lima) opsi yaitu:

Tabel 3.4
Skala Likert

Pertanyaan	Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2012:133)

3.7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan untuk menyederhanakan data agar lebih mudah diinterpretasikan yang diolah dengan menggunakan rumus atau aturan-aturan yang ada sesuai pendekatan penelitian. Tujuan analisis data adalah mendapatkan informasi yang relevan yang terkandung di dalam data tersebut dan menggunakan hasilnya untuk memecahkan suatu masalah. Analisis data adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk memproses dan menganalisis data yang telah terkumpul. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan statistik parametrik dengan menggunakan model regresi linier berganda. Untuk masuk ke model regresi tersebut, data harus diuji asumsi klasik terlebih dahulu. Pengujian asumsi klasik bertujuan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar memenuhi syarat, sebagai asumsi dasar dalam analisis regresi. Uji asumsi klasik

terdiri dari uji multikolinearitas, normalitas, dan heteroskedastisitas. Perhitungan analisis data seluruhnya akan dibantu dengan menggunakan *software* statistika yaitu program SPSS *for windows*.

1. Uji Validitas

Suatu alat ukur disebut memiliki validitas bilamana alat ukur tersebut isinya layak mengukur objek yang seharusnya diukur dan sesuai dengan kriteria tertentu uji validitas dapat dilakukan dengan menggunakan *korelasi pearson*.

Mengkorelasikan setiap pertanyaan dengan nilai total pertanyaan. Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu kuesioner.

Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur kuesioner tersebut. Untuk mengukur validitas, digunakan dengan teknik *corelation producttmoment* dengan cara mengkolerasikan skor butir dengan skor total. Dalam melakukan uji validitas ini, peneliti menggunakan sebanyak 87 responden dan taraf signifikansi 5% dengan bantuan program SPSS *for windows*. Pengujian validitas, yaitu : Apabila $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$, artinya terdapat korelasi antara variabel x (bebas) dengan variabel y (terikat) dan dikatakan valid. Apabila $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$, artinya tidak terdapat korelasi antara variabel x dengan variabel y dan dikatakan tidak valid maka tidak dapat diuji dalam penelitian.

Uji validitas dapat dilakukan dengan menggunakan *korelasi pearson*.

Menurut Trihendradi (2011:211) menyatakan bahwa uji validitas dapat dilakukan dengan menggunakan *korelasi pearson*.

a. Jika nilai r hitung $\geq 0,30$ maka butir instrumen tersebut valid.

- b. Jika nilai r hitung $< 0,30$ maka butir instrumen tersebut tidak valid dan harus dihilangkan.

Untuk melakukan pengujian validitas maka dengan menggunakan *one way analysis* dengan menggunakan pendekatan uji validitas, yakni dengan menguji validitas dalam setiap butir pernyataan. Pengujian dengan menggunakan SPSS *for windows* dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 3.5
Uji Validitas Persepsi Manfaat (X₁)
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	29.3218	11.314	.700	.890
P2	29.3333	10.225	.745	.887
P3	29.3103	11.519	.779	.887
P4	29.3793	10.587	.627	.900
P5	29.2874	11.393	.678	.892
P6	29.2644	11.476	.702	.891
P7	29.2759	11.318	.691	.891
P8	29.2874	10.533	.727	.888

Sumber: Hasil Olahan Angket, 2022

Berdasarkan Tabel 3.5 hasil uji validitas di atas seluruh pertanyaan dinyatakan valid karena nilai dari variabel persepsi manfaat (X₁) lebih besar dari 0,30.

Tabel 3.6
Uji Validitas Persepsi Kemudahan (X₂)
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	29.3333	11.318	.831	.915
P2	29.3563	11.604	.478	.947
P3	29.2874	11.509	.760	.920
P4	29.2184	10.754	.861	.911
P5	29.3218	11.523	.838	.915
P6	29.3678	10.979	.793	.917
P7	29.2414	10.790	.867	.911
P8	29.3333	11.434	.756	.920

Sumber: Hasil Olahan Angket, 2022

Berdasarkan Tabel 3.6 hasil uji validitas di atas seluruh pertanyaan dinyatakan valid karena nilai dari variabel persepsi kemudahan (X₂) lebih besar dari 0,30.

Tabel 3.7
Uji Validitas Persepsi Keamanan (X₃)
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	40.3218	18.105	.766	.947
P2	40.4138	17.478	.844	.944
P3	40.3678	18.235	.768	.947
P4	40.4023	17.406	.827	.945
P5	40.3908	17.915	.892	.942
P6	40.4023	17.406	.771	.948
P7	40.3563	18.674	.603	.954
P8	40.4253	17.573	.825	.945
P9	40.4023	17.755	.849	.944
P10	40.2759	18.272	.812	.946

Sumber: Hasil Olahan Angket, 2022

Berdasarkan Tabel 3.7 hasil uji validitas di atas seluruh pertanyaan dinyatakan valid karena nilai dari variabel persepsi keamanan (X_3) lebih besar dari 0,30.

Tabel 3.8
Uji Validitas Minat (Y)
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	29.5402	12.344	.695	.838
P2	29.6322	11.607	.684	.838
P3	29.5632	12.272	.621	.846
P4	29.5862	12.083	.622	.846
P5	29.4828	12.485	.755	.835
P6	29.3678	13.119	.476	.861
P7	29.2989	12.026	.571	.853
P8	29.4368	13.412	.533	.855

Sumber: Hasil Olahan Angket, 2022

Berdasarkan Tabel 3.8 hasil uji validitas di atas seluruh pertanyaan dinyatakan valid karena nilai dari variabel minat (Y) lebih besar dari 0,30.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Data dikatakan reliabel adalah memiliki nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60. Uji reliabilitas dapat menggunakan teknik *Cronboach Aplha*, jika nilai *Aplha* lebih besar dari 0.60 dinyatakan reliabel. Dalam pengujian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien alpha. Perhitungan koefisien alpha memanfaatkan bantuan *SPSS for windows* dan batas kritis untuk nilai alpha untuk mengindikasikan kuesioner yang reliabel adalah 0,60. Jadi nilai koefisien alpha $> 0,60$ merupakan indikator

bahwa kuesioner tersebut reliabel. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan teknik *Cronboach Aplha*, jika nilai *Aplha* lebih besar dari 0.60 dinyatakan reliabel dan jika nilai *Cronboach Aplha* lebih kecil dari 0,6 maka instrumen variabel tidak reliabel (tidak terpercaya).

Alat ukur yang dipergunakan dalam penelitian kuantitatif dengan keandalan sebagai alat ukur dengan menggunakan alat pengujian SPSS *for windows* dengan hasil adalah sebagai berikut:

Tabel 3.9
Uji Reliabilitas Persepsi Manfaat (X₁)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.903	8

Sumber: Hasil Olahan Angket, 2022

Berdasarkan Tabel 3.9 dapat dilihat bahwa nilai reliabilitas sebesar 0,903 > 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi manfaat (X₁) adalah reliabel atau dapat dikatakan handal.

Tabel 3.10
Uji Reliabilitas Persepsi Kemudahan (X₂)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.929	8

Sumber: Hasil Olahan Angket, 2022

Berdasarkan Tabel 3.10 dapat dilihat nilai reliabilitas sebesar 0,929 > 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan (X₂) adalah reliabel atau dapat dikatakan handal.

Tabel 3.11
Uji Reliabilitas Persepsi Keamanan (X₃)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.951	10

Sumber: Hasil Olahan Angket, 2022

Berdasarkan Tabel 3.11 dapat dilihat nilai reliabilitas sebesar $0,951 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi keamanan (X_3) adalah reliabel atau dapat dikatakan handal.

Tabel 3.12
Uji Reliabilitas Minat (Y)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.863	8

Sumber: Hasil Olahan Angket, 2022

Berdasarkan Tabel 3.12 dapat dilihat bahwa nilai reliabilitas sebesar $0,863 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel minat (Y) adalah reliabel atau dapat dikatakan handal.

3. Uji asumi klasik

Asumsi asumsi klasik meliputi antara lain: uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Adapun masing-masing pengujian tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan aplikasi *SPSS for Windows* untuk pengujian terhadap data sampel tiap variabel. Untuk mendeteksi normalitas data melalui *output* grafik kurva normal *p-p plot*. Suatu variabel dikatakan normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data yang menyebar di sekitar garis diagonal,

dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal. Uji normalitas untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk menjumlah sampel kecil. Untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

b. Uji Multikolinearitas

Uji ini dimaksudkan untuk mendeteksi gejala korelasi antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lain. Asumsi multikolinearitas menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinearitas. Gejala multikolinearitas adalah gejala korelasi antar variabel independen. Gejala ini ditunjukkan dengan korelasi yang signifikan antar variabel independen. Uji Multikolinieritas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan melihat VIF (*Variance Inflation Factors*) dan nilai *tolerance*. Jika $VIF > 10$ dan nilai *tolerance* $< 0,10$ maka tidak terjadi gejala multikolinieritas. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independent sama dengan nol. Multikolinieritas dapat dideteksi dengan menganalisis

matrik korelasi variabel-variabel independen atau dengan menggunakan perhitungan nilai multikolonieritas dapat juga dilihat dari :

- 1) Nilai *tolerance* atau lawannya.
- 2) *Variance inflation factor* (VIF).

Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh independen lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel dependen (terikat) dan diregresi terhadap variabel independen lainnya.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual satu pengamatan yang lain, jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Regresi linear berganda

Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi keamanan terhadap minat menggunakan *Live By Mandiri Mobile* dengan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

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

Dimana:

$$Y = \text{Minat}$$

X ₁	=	Persepsi Manfaat
X ₂	=	Persepsi Kemudahan
X ₃	=	Persepsi Keamanan
a	=	Konstanta
b ₁ . b ₂ .	=	Koefisien regresi
e	=	Variabel pengganggu/ <i>error</i>

5. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan melalui model regresi linier berganda. Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah $\alpha = 5\%$.

a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji hipotesis dengan t-test ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan ini dapat dilihat sebagai berikut : Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, maka H_0 alternatif ditolak. Jadi tidak ada pengaruh antara variabel-variabel independent terhadap variabel dependen. Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka H_0 alternatif diterima. Jadi ada pengaruh antara variabel dependen dan variabel independen. Taraf nyata (α) adalah 5%.

- 1) H_1 , persepsi manfaat secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan *Live in by Mandiri Mobile*.
- 2) H_2 , persepsi kemudahan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan *Live in by Mandiri Mobile*.
- 3) H_3 , persepsi keamanan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan *Live in by Mandiri Mobile*.

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Apabila secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi $F < 0,05$, maka model regresi dikatakan bagus, sebaliknya apabila secara bersama-sama variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi $F > 0,05$, adalah baik. Di mana H_4 , persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi keamanan secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan *Live by Mandiri Mobile*.

c. Uji Determinasi

Uji determinasi atau Pengujian R^2 digunakan untuk mengukur proporsi atau presentase sumbangan variabel independen yang diteliti terhadap variasi naik turunnya variabel dependen. R^2 berkisar antara 0 sampai 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Apabila R^2 sama dengan 0, hal ini menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen, dan bila R^2 semakin kecil mendekati 0, maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel independen semakin kecil terhadap variabel dependen. Apabila R^2 semakin besar mendekati 1, hal ini menunjukkan semakin kuatnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan *Livin By Mandiri Mobile* (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I)”, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Livin by Mandiri Mobile* pada nasabah bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I.
2. Berdasarkan penelitian persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Livin by Mandiri Mobile* pada nasabah bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I
3. Berdasarkan hasil penelitian persepsi keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Livin by Mandiri Mobile* pada nasabah bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I
4. Berdasarkan penelitian persepsi manfaat (X_1), persepsi kemudahan (X_2) dan persepsi keamanan (X_3) secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *Livin by Mandiri Mobile* pada nasabah bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Hendaknya kepada pihak bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I memperhatikan persepsi manfaat untuk meningkatkan minat nasabah menggunakan *Livin by Mandiri Mobile* pada nasabah bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I, dengan Penggunaan layanan *Livin By Mandiri Mobile* dapat memberikan manfaat bagi nasabah dalam bertransaksi.
2. Agar pihak bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I tetap konsisten menerapkan persepsi kemudahan misalnya *Livin by Mandiri Mobile* dapat digunakan dengan mudah di manapun berada dan kapan saja.
3. Hendaknya pihak bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I terus fokus menerapkan persepsi keamanan dengan memberikan jaminan keamanan saldo di rekening setiap nasabah dan jaminan keamanan dari bank bahwa uang yang ditransfer atau dibayar sampai pada tujuan yang tepat.
4. Untuk menambah referensi bagi pembaca atau peneliti berikutnya, yang berkaitan dengan pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi keamanan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulah, Thamrin dan Tantri, Francis. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Anandita, Florentinus Bigar Anung dan Saputra, Sumarno Dwi. 2015. “*Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi akan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial*”. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. Voume15. Nomor 2.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko, Arry Dwi. 2020. *Pengaruh Keamanan, Keandalan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Mobile Banking*. *Jurnal Image*. Volume 9. Nomor 2: 79-91.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Jakarta: CAPS.
- Hendarsyah, Decky. 2016. *Keamanan Layanan Internet Banking dalam Transaksi Perbankan*. Bengkalis: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Syari’ah.
- Hery. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Grasindo.
- Hurriyati, Ratih. 2019. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Ifham, Ahmad. 2015. *Memahami Bank Syariah dengan Mudah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Irmadhani dan Nugroho, Mahendra Adhi. 2018. *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Computer Self Efficacy Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa SI Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*. *Jurnal Fakultas Ekonomi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- I’tishom, Muhammad Fatih. 2020. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Persepsi Harga Terhadap Sikap Serta Keputusan Konsumen Untuk Menggunakan Go-Pay*. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi*. Volume 22. Nomor 4.
- Jahja, Yudrik. 2011. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Prenada Media.

- Jogiyanto. 2019. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Kinasih, Bondan Satri dan Albari. 2012. *Pengaruh Persepsi Keamanan dan Privasi Terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Online*. *Jurnal Siasat Bisnis*. Volume 16. Nomor 1: 25-38.
- Kuncoro, Mudjarat. 2013. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, Arief Rakhman. 2018. *Dasar-dasar Marketing*. Yogyakarta: Quadrant.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Pranoto, Margaretha Oktavia. 2020. *Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanara)*. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, Volume 8. Nomor 1: ISSN No. 2302-9315.
- Rahman, Abdul dan Dewantara, Rizki Yudhi. 2017. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Minat Menggunakan Situs Jual Beli Online (Studi Kasus Pada Pengguna Situs Jual Beli "Z")*. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Volume 52. Nomor 1.
- Sarwono, J. dan Prihartono, K. 2012. *Perdagangan Online: Cara Bisnis di Internet*. Jakarta: Elex Media Koputindo.
- Setiawan, Supriady. 2011. *Loyalitas Pelanggan Jasa*. Bogor: IPB Press.
- Shaleh, Abdul Rahman dan Wahab, Muhib Abdul. 2014. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana.
- Sobur, Alex. 2013. *Psikologi Umum dalam Lintas Sejarah*, Bandung: Pustaka Setia.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. 2015. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2018. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Suryabrata, Sumadi. 2012. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Umar, Husein. 2014. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.

Vyctoria. 2013. *Bongkar Rahasia E-Banking Security dengan Teknik Hacking dan Carding*. Yogyakarta: Andi.

Yogananda, Andrean Septa dan Digantara, I Made Bayu. 2017. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik*. *Diponegoro Journal of Management*. Volume 6. Nomor 4: pp. 116-122.



Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER

Petunjuk Pengisian Angket:

1. Bacalah setiap pertanyaan di bawah ini dengan baik dan seksama
2. Pilihlah salah satu alternatif jawaban sesuai dengan keadaan dan pendapat anda yang sebenarnya (tanpa ada pengaruh orang lain) dengan cara memberikan tanda centang (\checkmark) pada salah satu option yang tersedia.
3. Angket ini terdiri dari 5 (lima) kategori pilihan jawaban, **SS (Sangat Setuju)**, **S (Setuju)**, **KS (Kurang Setuju)**, **TS (Tidak Setuju)**, **STS (Sangat Tidak Setuju)**
4. Diantara pilihan yang tersedia tidak ada pernyataan yang salah ataupun benar, tetapi pilihan yang terbaik menurut anda.

*** Selamat Mengerjakan ***

Identitas Responden

Nama : _____

Jenis Kelamin : _____

Umur : _____

Persepsi Manfaat (X₁)

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Penggunaan layanan <i>Livin By Mandiri Mobile</i> dapat memperlancar segala macam transaksi					
2.	Penggunaan layanan <i>Livin By Mandiri Mobile</i> meminimalkan kegiatan perbankan terutama dalam bertransaksi					
3.	Melalui <i>Livin By Mandiri Mobile</i> nasabah mendapatkan informasi yang dibutuhkan					
4.	Dengan menggunakan layanan <i>Livin By Mandiri Mobile</i> dapat melakukan transaksi dengan praktis					
5.	Dengan layanan <i>Livin By Mandiri Mobile</i> memungkinkan nasabah lebih cepat dalam bertransaksi					
6.	Dengan layanan <i>Livin By Mandiri Mobile</i> memungkinkan nasabah lebih mudah dalam melakukan bertransaksi					

7.	Manfaat layanan <i>Livin By Mandiri Mobile</i> dapat menghemat waktu dalam melakukan transaksi					
8.	Manfaat layanan <i>Livin By Mandiri Mobile</i> dapat menghemat biaya dalam melakukan transaksi					

Persepsi Kemudahan (X₂)

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Cara penggunaan layanan <i>Livin By Mandiri Mobile</i> mudah dipelajari					
2.	Susunan menu pada layanan <i>Livin By Mandiri Mobile</i> mudah dipahami					
3.	<i>Livin By Mandiri Mobile</i> dapat digunakan dengan mudah di manapun dan kapanpun					
4.	<i>Livin By Mandiri Mobile</i> dapat digunakan dengan mudah diakses dibandingkan internet banking produk bank lain					
5.	<i>Livin By Mandiri Mobile</i> dapat membantu nasabah untuk sering melakukan transaksi					
6.	Fitur yang ada pada layanan <i>Livin By Mandiri Mobile</i> mudah dimengerti nasabah					
7.	Dengan menggunakan layanan <i>Livin By Mandiri Mobile</i> dapat meningkatkan keterampilan bagi nasabah					
8.	Menggunakan layanan <i>Livin By Mandiri Mobile</i> dapat manfaat bagi nasabah untuk mengerti penggunaan teknologi dalam transaksi					

Persepsi Keamanan (X₃)

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	<i>Livin By Mandiri Mobile</i> memiliki pengendalian cukup baik untuk melindungi data pribadi dan keuangan nasabah					
2.	Bank Mandiri memberikan jaminan keamanan saldo di rekening setiap nasabah.					
3.	Adanya jaminan keamanan dari bank bahwa uang yang ditransfer atau dibayar sampai pada tujuan yang tepat.					

4.	Kerahasiaan data <i>Livin By Mandiri Mobile</i> akan terjaga karena transaksi dilakukan sendiri.					
5.	Kerahasiaan data pribadi nasabah terjamin dalam transaksi <i>Livin By Mandiri Mobile</i>					
6.	Nasabah menggunakan <i>Livin By Mandiri Mobile</i> pada bank berdasarkan pertimbangan tingkat kerahasiaan bank					
7.	Nasabah tidak khawatir memberikan informasi keuangan bila bertransaksi melalui <i>Livin By Mandiri Mobile</i>					
8.	Nasabah merasa yakin dan percaya untuk menggunakan <i>Livin By Mandiri Mobile</i> dalam melakukan transaksi perbankan					
9.	Meskipun ada berita negatif mengenai <i>Livin By Mandiri Mobile</i> , nasabah percaya transaksi melalui <i>Livin By Mandiri Mobile</i>					
10	<i>Livin By Mandiri Mobile</i> dapat dipercaya dalam membayar rekening secara otomatis.					

Minat (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Nasabah berencana untuk menggunakan fasilitas <i>Livin By Mandiri Mobile</i>					
2.	Nasabah selalu ingin mencoba untuk menggunakan <i>Livin By Mandiri Mobile</i>					
3.	Nasabah ingin selalu menggunakan <i>Livin By Mandiri Mobile</i>					
4.	Nasabah berencana untuk menggunakan <i>Livin By Mandiri Mobile</i> pada setiap kali kesempatan transaksi					
5.	Nasabah merencanakan untuk melanjutkan penggunaan <i>Livin By Mandiri Mobile</i> karena membuat transaksi lebih mudah					
6.	Nasabah ingin menggunakan <i>Livin By Mandiri Mobile</i> karena memberikan keamanan bagi penggunanya					
7.	Nasabah menggunakan <i>Livin By Mandiri Mobile</i> tuntutan profesi					
8.	<i>Livin By Mandiri Mobile</i> sangat sesuai dengan kebutuhan nasabah					

Lampiran 2 Hasil Kuesioner Penelitian

Persepsi Manfaat (X1)

No Responden	Jawaban Responden								Total Skor
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	4	5	4	5	4	4	4	5	35
2	4	4	4	4	4	4	5	4	33
3	4	5	4	5	4	4	4	5	35
4	4	5	4	5	4	4	4	5	35
5	4	4	4	4	4	4	4	4	32
6	4	3	4	3	4	4	4	3	29
7	4	5	4	5	4	4	4	5	35
8	4	5	4	5	4	4	4	5	35
9	5	5	5	5	5	5	5	5	40
10	4	4	4	4	4	4	4	4	32
11	3	3	3	3	3	3	3	3	24
12	4	4	4	4	4	4	4	4	32
13	5	5	5	5	5	5	5	5	40
14	4	4	4	4	4	4	4	4	32
15	3	3	3	3	3	3	3	3	24
16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
17	5	5	5	5	5	5	5	5	40
18	4	4	4	4	4	4	4	4	32
19	5	4	5	4	5	5	5	4	37
20	4	5	4	5	5	5	5	5	38
21	5	5	4	4	5	4	4	5	36
22	5	4	5	4	5	5	5	4	37
23	5	5	5	5	5	5	5	5	40
24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
25	3	3	3	3	3	3	3	3	24
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
29	5	4	5	4	5	5	5	4	37
30	4	2	4	2	4	4	4	4	28
31	4	4	4	4	3	5	3	4	31
32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
33	4	4	4	4	4	4	4	4	32
34	4	4	4	4	4	4	4	4	32
35	4	3	4	3	4	4	4	3	29
36	4	3	4	3	4	4	4	3	29
37	4	3	4	3	4	4	4	3	29
38	4	4	4	4	4	4	4	4	32
39	4	4	4	4	4	4	4	4	32
40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
41	5	5	5	5	5	5	5	5	40
42	4	4	4	4	4	4	4	4	32
43	5	4	5	4	5	5	5	4	37

44	4	5	4	5	4	4	4	5	35
45	4	4	4	4	3	5	3	4	31
46	4	4	4	4	4	4	4	4	32
47	4	4	4	4	4	4	4	4	32
48	4	4	4	4	4	4	4	4	32
49	4	3	4	3	4	4	4	5	31
50	4	5	4	5	4	4	4	5	35
51	4	3	4	3	4	4	4	3	29
52	4	4	4	4	4	4	4	4	32
53	4	4	4	4	4	4	4	4	32
54	5	5	5	5	5	5	5	5	40
55	4	5	4	5	4	4	4	5	35
56	4	4	4	4	4	4	5	4	33
57	4	5	4	5	4	4	4	5	35
58	4	5	4	5	4	4	4	5	35
59	4	4	4	4	4	4	4	4	32
60	4	3	4	3	4	4	4	3	29
61	4	5	4	5	4	4	4	5	35
62	4	5	4	5	4	4	4	5	35
63	5	5	5	5	5	5	5	5	40
64	4	4	4	4	4	4	4	4	32
65	4	5	4	5	4	4	4	5	35
66	4	4	4	4	3	5	3	4	31
67	4	4	4	4	4	4	4	4	32
68	4	4	4	4	4	4	4	4	32
69	4	4	4	4	4	4	4	4	32
70	4	3	4	3	4	4	4	3	29
71	4	3	4	3	4	4	4	3	29
72	4	3	4	3	4	4	4	3	29
73	5	5	5	5	4	5	5	5	39
74	4	3	4	4	4	4	4	3	30
75	4	4	4	4	4	4	4	4	32
76	4	4	4	4	4	4	4	4	32
77	3	4	4	3	5	3	5	4	31
78	5	4	4	3	5	5	5	4	35
79	5	5	4	3	5	5	5	5	37
80	5	4	5	5	5	5	5	4	38
81	4	5	4	3	5	4	5	5	35
82	4	5	4	4	5	4	5	5	36
83	5	4	5	4	5	5	5	4	37
84	5	5	5	5	5	5	5	5	40
85	5	5	5	5	4	5	4	5	38
86	2	4	4	5	5	4	4	4	32
87	4	4	5	5	4	4	4	4	34
Jumlah	363	362	364	358	366	368	367	366	2914

Persepsi Kemudahan (X2)

No Responden	Jawaban Responden								Total Skor
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	4	5	4	4	4	4	4	4	33
2	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	5	4	4	4	4	4	4	33
4	4	5	4	4	4	4	4	4	33
5	4	4	4	4	4	4	4	4	32
6	4	3	4	4	4	4	4	4	31
7	4	5	4	4	4	4	4	4	33
8	4	5	4	4	4	4	4	4	33
9	5	5	5	5	5	5	5	5	40
10	4	4	4	4	4	4	4	4	32
11	3	3	3	3	3	3	3	3	24
12	4	4	4	4	4	4	4	4	32
13	5	5	5	5	5	5	5	5	40
14	4	4	4	4	4	4	4	4	32
15	3	3	3	3	3	3	3	3	24
16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
17	5	5	5	5	5	5	5	5	40
18	4	4	4	4	4	4	4	4	32
19	5	4	5	5	5	5	5	5	39
20	4	2	4	4	4	4	4	4	30
21	3	3	3	3	3	3	3	3	24
22	5	4	5	5	5	5	5	5	39
23	5	5	5	5	5	5	5	5	40
24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
25	3	3	3	3	3	3	3	3	24
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
29	5	4	5	5	5	5	5	5	39
30	4	5	4	4	4	4	4	4	33
31	4	4	4	4	4	4	4	4	32
32	4	5	4	4	4	4	4	4	33
33	4	5	4	4	4	4	4	4	33
34	4	4	4	4	4	4	4	4	32
35	4	3	4	4	4	4	4	4	31
36	4	5	4	4	4	4	4	4	33
37	4	5	4	4	4	4	4	4	33
38	5	5	5	5	5	5	5	5	40
39	4	4	4	4	4	4	4	4	32
40	4	5	4	5	5	3	5	3	34
41	4	4	4	4	4	4	4	4	32
42	5	5	5	5	5	5	5	5	40
43	4	4	4	4	4	4	4	4	32
44	4	4	5	5	5	5	4	4	36
45	4	4	4	5	4	4	4	4	33

46	5	5	5	5	5	5	5	5	40
47	4	4	4	4	4	4	4	4	32
48	5	4	5	5	5	5	5	5	39
49	4	4	4	4	4	4	4	4	32
50	4	4	4	4	4	4	4	4	32
51	4	4	4	4	4	4	4	4	32
52	4	3	4	4	4	4	4	4	31
53	4	5	4	4	4	4	4	4	33
54	4	3	4	4	4	4	4	4	31
55	4	4	4	4	4	4	4	4	32
56	4	4	4	4	4	4	4	4	32
57	5	4	5	5	4	5	5	5	38
58	5	5	4	5	5	5	5	5	39
59	4	4	5	5	4	4	5	4	35
60	5	4	5	5	5	5	5	5	39
61	4	4	5	5	4	3	5	4	34
62	5	5	4	5	4	4	5	5	37
63	4	4	4	4	4	4	4	4	32
64	4	5	4	4	4	4	4	4	33
65	4	3	4	4	4	4	4	4	31
66	4	5	4	4	4	4	4	4	33
67	4	4	5	5	5	5	5	3	36
68	4	4	4	4	4	4	4	4	32
69	4	4	4	4	4	4	4	4	32
70	4	4	4	4	4	4	4	4	32
71	4	3	4	4	4	4	4	4	31
72	4	3	4	4	4	4	4	4	31
73	4	3	4	4	4	4	4	4	31
74	4	4	4	4	4	4	4	4	32
75	4	4	4	4	4	4	4	4	32
76	5	4	5	5	4	5	5	5	38
77	5	5	4	5	5	5	5	5	39
78	4	4	5	5	4	4	5	4	35
79	3	5	4	5	4	5	5	3	34
80	4	4	4	4	4	3	4	4	31
81	5	4	5	5	5	5	5	5	39
82	4	4	5	5	4	3	5	4	34
83	5	5	4	5	4	4	5	5	37
84	4	2	4	2	4	2	2	4	24
85	3	4	3	5	4	4	5	5	33
86	4	5	5	4	4	4	4	4	34
87	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Jumlah	362	360	366	372	363	359	370	362	2914

Persepsi Keamanan (X3)

No Responden	Jawaban Responden										Total Skor
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	48
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
7	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
21	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
26	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
28	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	42
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
30	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
31	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
32	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	47
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
36	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	48
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

47	5	5	4	5	4	5	4	5	3	4	44
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
58	5	3	5	4	4	4	4	3	3	4	39
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
61	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	43
62	3	4	5	5	5	5	4	4	5	5	45
63	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	42
64	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	48
65	3	4	4	3	4	4	3	4	4	5	38
66	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	45
67	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
68	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
69	5	5	4	4	4	3	4	5	4	4	42
70	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
71	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	47
72	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	38
73	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	46
74	4	2	4	2	4	2	4	2	4	4	32
75	4	4	4	3	4	3	5	4	4	5	40
76	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
77	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	47
78	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	46
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
80	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	45
81	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
82	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	46
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
84	5	5	4	4	4	3	4	5	4	4	46
85	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	42
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Jumlah	395	387	391	388	389	388	392	386	388	399	3903

Minat (Y)

No Responden	Jawaban Responden								Total Skor
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	4	5	4	4	4	5	5	4	35
2	4	4	4	4	5	5	5	4	35
3	4	5	4	4	4	4	5	4	34
4	4	5	4	4	4	5	5	5	36
5	4	4	4	4	4	4	5	4	33
6	4	3	4	4	4	4	4	4	31
7	4	5	4	4	4	5	5	5	36
8	4	5	4	4	4	5	5	4	35
9	5	5	5	5	5	4	5	5	39
10	4	4	4	4	4	4	2	4	30
11	3	3	3	3	3	3	2	4	24
12	4	4	4	4	4	5	4	4	33
13	5	5	5	5	5	5	4	5	39
14	4	4	4	4	4	4	5	4	33
15	3	3	3	3	3	4	4	4	27
16	4	4	4	4	4	5	5	4	34
17	5	5	5	5	5	4	4	5	38
18	4	4	4	4	4	5	5	4	34
19	5	4	5	5	5	4	5	4	37
20	4	2	4	4	4	4	3	4	29
21	3	3	3	3	3	4	3	4	26
22	5	4	5	5	5	5	5	4	38
23	5	5	5	5	5	4	5	5	39
24	4	4	4	4	4	5	5	4	34
25	3	3	3	3	3	4	4	4	27
26	4	4	4	4	4	3	4	4	31
27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
28	4	4	4	4	4	5	4	4	33
29	5	4	5	5	5	4	5	4	37
30	4	2	4	4	4	4	4	4	30
31	4	4	4	5	4	5	5	5	36
32	5	4	5	4	4	5	5	5	37
33	5	5	4	5	5	5	5	5	39
34	4	4	4	4	4	4	5	4	33
35	3	3	4	3	4	3	4	3	27
36	4	4	4	4	4	3	4	5	32
37	5	4	4	5	5	5	5	5	38
38	4	4	3	4	4	3	4	3	37
39	5	5	5	4	4	4	5	4	35
40	4	2	4	2	4	2	4	2	28
41	3	4	3	4	4	4	4	4	32
42	4	5	5	5	4	4	5	4	40
43	5	4	5	2	5	5	5	5	31
44	4	3	3	4	4	4	3	4	34
45	4	4	2	3	4	5	4	5	31
46	5	5	4	5	5	5	5	5	39

47	5	4	4	5	4	4	4	4	34
48	3	4	5	5	5	5	4	5	36
49	4	4	5	4	4	4	5	4	34
50	3	4	4	3	4	4	3	4	29
51	4	4	4	4	4	4	4	4	32
52	4	5	5	5	4	4	5	4	36
53	5	4	5	2	5	5	5	5	36
54	4	3	3	4	4	4	3	4	29
55	4	4	2	3	4	5	4	5	31
56	5	5	4	5	5	5	5	5	39
57	5	4	4	5	4	4	4	4	34
58	3	4	5	5	5	5	4	5	36
59	4	4	5	4	4	4	5	4	34
60	4	4	5	4	4	4	5	4	34
61	4	5	4	4	4	5	5	4	35
62	4	4	4	4	5	5	5	4	35
63	4	5	4	4	4	4	5	4	34
64	4	5	4	4	4	5	5	5	36
65	4	4	4	4	4	4	5	4	33
66	4	3	4	4	4	4	4	4	31
67	4	5	4	4	4	5	5	5	36
68	4	5	4	4	4	5	5	4	35
69	5	5	5	5	5	4	5	5	39
70	4	4	4	4	4	4	2	4	30
71	3	3	3	3	3	3	2	4	24
72	4	4	4	4	4	5	4	4	33
73	5	5	5	5	5	5	4	5	39
74	4	4	4	4	4	4	5	4	33
75	3	3	3	3	3	4	4	4	27
76	4	4	4	4	4	5	5	4	34
77	5	5	5	5	5	4	4	5	38
78	4	4	4	4	4	5	5	4	34
79	5	4	5	5	5	4	5	4	37
80	4	2	4	4	4	4	3	4	29
81	5	4	5	5	5	5	5	4	38
82	5	5	5	5	5	4	5	5	39
83	4	4	4	4	4	5	5	4	34
84	3	3	3	3	3	4	4	4	27
85	4	4	4	4	4	3	4	4	31
86	5	5	5	5	5	5	5	5	40
87	5	4	5	5	5	5	5	4	38
Jumlah	362	354	360	358	367	377	383	371	2932

Lampiran 3 Hasil SPSS

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	87	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	87	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	29.3218	11.314	.700	.890
VAR00002	29.3333	10.225	.745	.887
VAR00003	29.3103	11.519	.779	.887
VAR00004	29.3793	10.587	.627	.900
VAR00005	29.2874	11.393	.678	.892
VAR00006	29.2644	11.476	.702	.891
VAR00007	29.2759	11.318	.691	.891
VAR00008	29.2874	10.533	.727	.888

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	29.3333	11.318	.831	.915
VAR00002	29.3563	11.604	.478	.947
VAR00003	29.2874	11.509	.760	.920
VAR00004	29.2184	10.754	.861	.911
VAR00005	29.3218	11.523	.838	.915
VAR00006	29.3678	10.979	.793	.917
VAR00007	29.2414	10.790	.867	.911
VAR00008	29.3333	11.434	.756	.920

Item-Total Statistics

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

VAR00001	40.3218	18.105	.766	.947
VAR00002	40.4138	17.478	.844	.944
VAR00003	40.3678	18.235	.768	.947
VAR00004	40.4023	17.406	.827	.945
VAR00005	40.3908	17.915	.892	.942
VAR00006	40.4023	17.406	.771	.948
VAR00007	40.3563	18.674	.603	.954
VAR00008	40.4253	17.573	.825	.945
VAR00009	40.4023	17.755	.849	.944
VAR00010	40.2759	18.272	.812	.946

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	29.5402	12.344	.695	.838
VAR00002	29.6322	11.607	.684	.838
VAR00003	29.5632	12.272	.621	.846
VAR00004	29.5862	12.083	.622	.846
VAR00005	29.4828	12.485	.755	.835
VAR00006	29.3678	13.119	.476	.861
VAR00007	29.2989	12.026	.571	.853
VAR00008	29.4368	13.412	.533	.855

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.903	8

Reliability Statistics

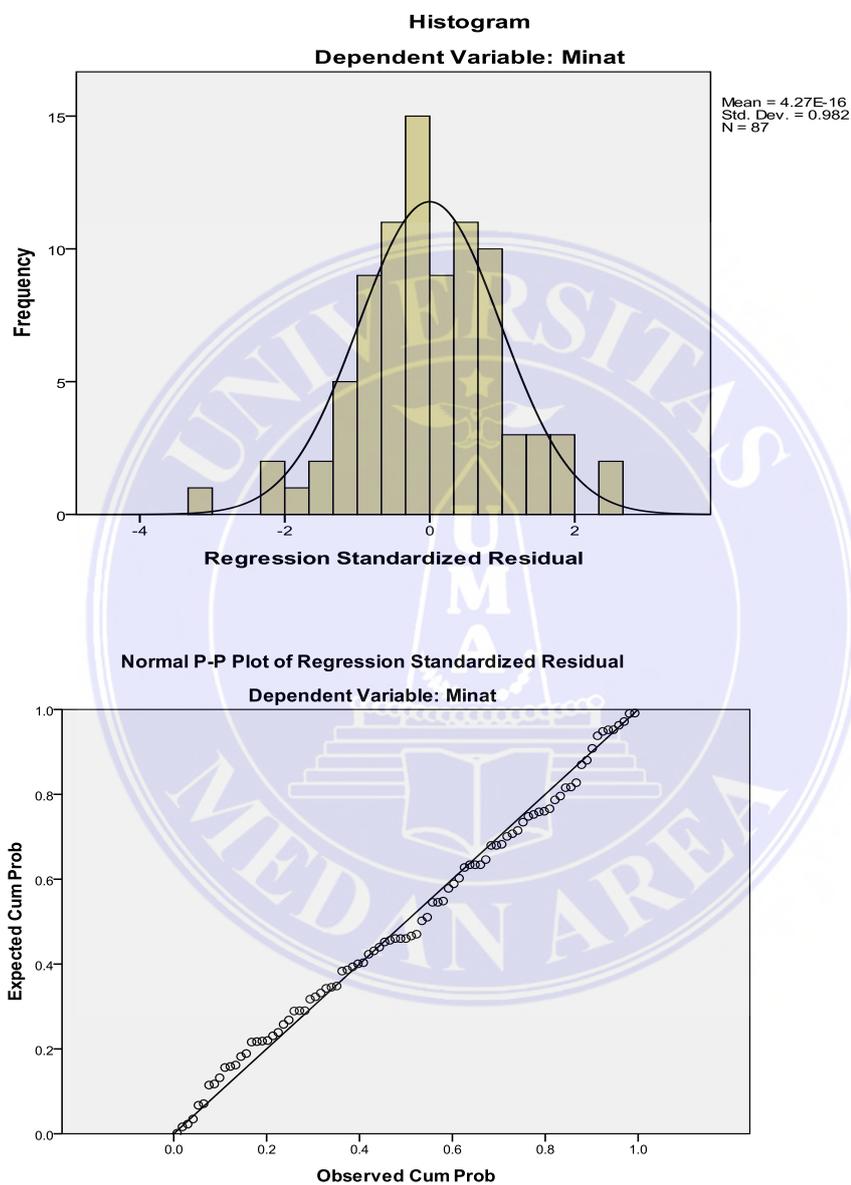
Cronbach's Alpha	N of Items
.929	8

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.951	10

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.863	8



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

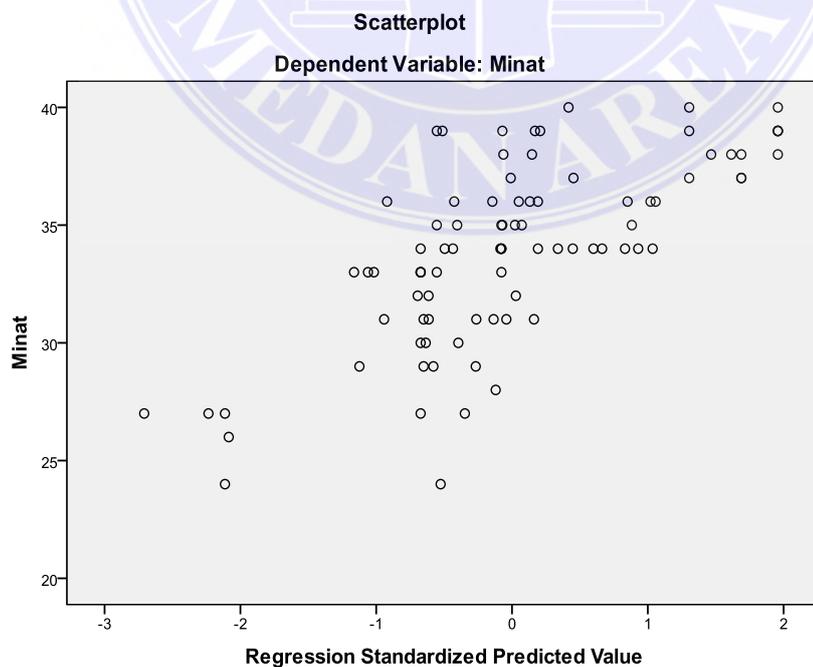
		Unstandardized Residual
N		87
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.73240039
Most Extreme Differences	Absolute	.059
	Positive	.059
	Negative	-.051
Kolmogorov-Smirnov Z		.550
Asymp. Sig. (2-tailed)		.923

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Persepsi Manfaat	.852	1.173
	Persepsi Kemudahan	.870	1.150
	Persepsi Keamanan	.978	1.022

- a. Dependent Variable: Minat



Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.121	4.129		.756	.452
	Persepsi Manfaat	.120	.046	.119	2.233	.004
	Persepsi Kemudahan	.680	.084	.668	8.056	.000
	Persepsi Keamanan	.163	.065	.197	2.523	.004

a. Dependent Variable: Minat

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	649.992	3	216.664	28.008	.000 ^a
	Residual	642.077	83	7.736		
	Total	1292.069	86			

a. Predictors: (Constant), Persepsi Keamanan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat

b. Dependent Variable: Minat

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
dimen 1 sion0	.709 ^a	.503	.485	2.781

a. Predictors: (Constant), Persepsi Keamanan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat

b. Dependent Variable: Minat

Lampiran 4 Surat Izin Penelitian



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366878, 7360160, 7364348, 7366781, Fax. (061) 7366998
 Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax. (061) 8226331
 Email : univ.medanara@uma.ac.id Website:uma.ac.id/ekonomi.uma.ac.id email.fakultas.ekonomi@uma.ac.id

Nomor : 1640/FEB/01.1/XII/2021
 Lamp :
 Perihal : Izin Research / Survey

28 Desember 2021

Kepada Yth,
 Ka. Bank Mandiri KCP Medan
 Gunung Krakatau I

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapkan bantuan saudara kepada mahasiswa kami :

Nama : ZAKARIA
 N P M : 178320309
 Program Studi : MANAJEMEN
 Judul : **Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan *Live In By Mandiri Mobile* (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I)**

Untuk diberi izin Research / Survey yang Saudara pimpin selama Satu Bulan. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah suatu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu.

Dapat kami beritahukan bahwa Research ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wakil Dekan Bidang
 Inovasi, Kemahasiswaan dan Alumni


 Dr. Wan Suryani, SE, M.Si

Tembusan :

1. Wakil Rektor Bidang Akademik
2. Kepala LPPM
3. Mahasiswa ybs
4. Peringgal

Lampiran 5 Surat Balasan Izin Penelitian


mandiri
BANK MANDIRI (PERSERO) TBK.
Mikro Business Unit Medan G. Krakatau
Jl. G. Krakatau NO. 7 G-H Medan,
20239 - Indonesia
Tel : (62-61) 6642658
Fax : (62-61) 6619540

Nomor : MBC.UMU/KRU/0711/2022/MDN
Tanggal : 08 Juli 2022
Lampiran : Selesai Penelitian

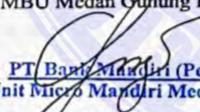
Kepada Yth :
Universitas Medan Area
Di Tempat

Dengan Hormat,
Melalui surat ini menyatakan bahwa,
Nama : Zakaria
NPM : 178320309
Fakultas : Ekonomi Manajemen

Telah melaksanakan penelitian di Bank Mandiri KCP Gunung Krakatau I, sebagai syarat penyusunan skripsi dengan judul:
"Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Livin By Mandiri Mobile (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Mandiri KCP Medan Gunung Krakatau I)"

Demikian surat ini kami sampaikan dan atas kerjasamanya kami mengucapkan terima kasih.

PT BANK MANDIRI (PERSERO), TBK
MBU Medan Gunung Krakatau


PT Bank Mandiri (Persero) Tbk
Unit Micro Mandiri Medan Krakatau
ITA DEBORA SIMAMORA
Micro Banking Manager