

ABSTRAK

Khairul Anam, 2024, *Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Tentang BSI Mobile Banking Terhadap Minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura, Dosen Pembimbing : Wasilul Chair, S.H.I., M.S.I.

Kata kunci: *Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Minat*

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat ditandai dengan munculnya berbagai alat komunikasi masa kini seperti *smartphone*, dimana setiap individu dapat memproduksi, mengolah, mengirim, serta menerima segala macam bentuk pesan komunikasi di manapun dan kapanpun tanpa mengenal adanya batasan ruang dan waktu yang mana telah memacu adanya perkembangan di sektor media massa yang merupakan bagian dari komponen komunikasi. Namun sebagian mahasiswa FEBI IAIN Madura masih belum memanfaatkan adanya layanan BSI *mobile*. Salah satu penyebabnya adalah sering terjadi permasalahan dalam menggunakan BSI *Mobile banking*. Sehingga memicu adanya keengganan terhadap mahasiswa FEBI IAIN Madura dalam menggunakan aplikasi BSI *Mobile banking*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan dan kepercayaan tentang *mobile banking* terhadap minat mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu menggunakan analisis statistik dan angka-angka. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa FEBI Iain Madura 381. Sedangkan dalam penentuan sampel, peneliti menggunakan rumus *slovin* sehingga diperoleh sampel yang berjumlah 79 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan metode *Purposive Sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel Persepsi kemudahan dan Kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan BSI *Mobile banking* dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar $15,307 > 3,11$ dengan nilai $sig. 0,000 < 0,05$. Secara parsial menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh dan signifikan terhadap minat menggunakan BSI *Mobile banking* dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ sebesar $2,123 > 1,991$ dengan nilai $sig. 0,037 < 0,05$. Untuk variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan BSI *Mobile banking* dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ sebesar $3,013 > 1,994$ dengan nilai $sig. 0,004 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R^2) variabel Perspepsi kemudahan dan Kepercayaan terhadap minat menggunakan BSI *Mobile banking* sebesar 0,287. Hal tersebut menunjukkan bahwa dari variabel minat dapat dijelaskan oleh variabel Perspepsi kemudahan dan Kepercayaan yaitu sebesar 28,7% dan sisanya 71,3% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.