

**PENGARUH *EASE OF USE* TERHADAP *USAGE OF MOBILE BANKING*
DENGAN *TRUST* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PT BANK
BCA SYARIAH KANTOR CABANG BANDA ACEH**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan
Memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh:

**JOCELYN THOMAS
NPM. 2202120033**



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
BANDA ACEH
2026**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
FAKULTAS EKONOMI

JALAN MUHAMMADIYAH NO. 91 BATHOH LUENG BATA
TELEPON (0651) 21023 FAX. 21023 – 34092
BANDA ACEH 23245

Jurusan : Manajemen
Program : Sarjana S-1

Banda Aceh, 24 Agustus 2026

TANDA PERSETUJUAN/PENGESAHAN SKRIPSI

Dengan ini, kami menyatakan telah menyetujui/mengesahkan skripsi saudara:

JOCELYN THOMAS
NPM. 2202120033

Dengan judul:

**PENGARUH *EASE OF USE* TERHADAP *USAGE OF MOBILE BANKING*
DENGAN *TRUST* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PT BANK
BCA SYARIAH KANTOR CABANG BANDA ACEH**

Yang diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat untuk memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.

Menyetujui / Mengesahkan :

Ketua Program Studi
Manajemen

Dr. Zuraidah, S.E., M.M
NIK. 19770123 200807 2 001

Pembimbing I

Dr. Marlizar, S.E., M.M
NIK. 19820911 201306 1 001

Pembimbing II

Nara Pristiwa, SE., MBA
NIK. 19810922 201309 2 001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi,



Dr. Marlizar, S.E., M.M
NIK. 19820911 201306 1 001



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
FAKULTAS EKONOMI

JALAN MUHAMMADIYAH NO. 91 BATHOH LUENG BATA
TELEPON (0651) 21023 FAX. 21023 – 34092
BANDA ACEH 23245

Jurusan : Manajemen
Program : Sarjana S-1

Banda Aceh, 24 Agustus 2026

TANDA PERSETUJUAN KOMISI UJIAN SKRIPSI

Dengan ini, kami menyatakan telah menyetujui/mengesahkan skripsi saudara:

JOCELYN THOMAS
NPM. 2202120033

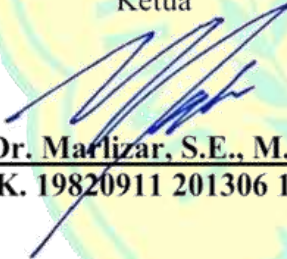
Dengan judul:

**PENGARUH *EASE OF USE* TERHADAP *USAGE OF MOBILE BANKING*
DENGAN *TRUST* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PT BANK
BCA SYARIAH KANTOR CABANG BANDA ACEH**

Yang telah dipertahankan di depan komisi ujian, pada tanggal, 14 Agustus 2026

Menyetujui / Mengesahkan :
Komisi Ujian

Ketua


Dr. Marlizar, S.E., M.M
NIK. 19820911 201306 1 001

Sekretaris


Nara Pristiwa, SE., MBA
NIK. 19810922 201309 2 001

Anggota


Dr. Erlinda, S.E., M.Si
NIK. 19681230 200501 2 002

Anggota


Fani Sartika, S.E., M.M
NIK. 19810930 201608 2 001

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen




Dr. Zuraidah, S.E., M.M
NIK. 19770123 200807 2 001

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“SAYA YANG BERTANDA TANGAN DI BAWAH INI MENYATAKAN BAHWA SKRIPSI INI TELAH DITULIS DENGAN SESUNGGUH-SUNGGUHNYA DAN TIDAK ADA BAGIAN YANG MERUPAKAN PENJIPLAKAN KARYA ORANG LAIN DI PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH, APABILA DI KEMUDIAN HARI TERBUKTI BAHWA PERNYATAAN INI TIDAK BENAR MAKA SAYA SANGGUP MENERIMA HUKUMAN/SANKSI SESUAI PERATURAN YANG BERLAKU”

Banda Aceh, 24 Agustus 2026
Yang Menyatakan




JOCELYN THOMAS

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Jocelyn Thomas
NPM : 2202120033
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh **Hak Bebas Royalty Non Eksklusif (Non-Exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH EASE OF USE TERHADAP USAGE OF MOBILE BANKING DENGAN TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PT BANK BCA SYARIAH KANTOR CABANG BANDA ACEH.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan) dengan Hak Royalty Non-Eksklusif ini Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada Tanggal : 24 Agustus 2026

Banda Aceh, 24 Agustus 2026
Yang Menyatakan



JOCELYN THOMAS

**PENGARUH EASE OF USE TERHADAP USAGE OF MOBILE BANKING
DENGAN TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PT BANK BCA
SYARIAH KANTOR CABANG BANDA ACEH**

JOCELYN THOMAS

2202120033

Pembimbing : 1.) Dr. Marlizar. S.E., M.M.

2.) Nara Pristiwa, SE., MBA.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *ease of use* terhadap *usage of mobile banking* dengan *trust* sebagai variabel mediasi pada PT Bank BCA Syariah Kantor Cabang Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 96 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria sebagai pengguna aktif layanan mobile banking. Instrumen penelitian telah diuji validitas dan reliabilitasnya untuk memastikan keakuratan data. Teknik analisis data meliputi analisis deskriptif dan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, serta analisis regresi linear berganda. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t dan uji F, serta analisis koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust* ($t = 3.957$), yang berarti semakin mudah sistem digunakan maka semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah. Selanjutnya, *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *usage of mobile banking* ($t = 4.506$), yang menunjukkan perannya dalam mendorong perilaku penggunaan. Secara simultan, *ease of use* dan *trust* berpengaruh signifikan terhadap *usage of mobile banking* ($F = 92.690$; $\text{sig} < 0.001$). Nilai R^2 sebesar 0.666 menunjukkan bahwa 66,6% variasi *usage of mobile banking* dapat dijelaskan oleh model penelitian. Implikasi penelitian ini menekankan pentingnya peningkatan *ease of use* serta penguatan *trust* melalui keandalan sistem, keamanan, dan transparansi layanan guna meningkatkan adopsi dan keberlanjutan penggunaan mobile banking.

Kata Kunci: *ease of use, trust, usage of mobile banking*

**PENGARUH EASE OF USE TERHADAP USAGE OF MOBILE BANKING
DENGAN TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PT BANK BCA
SYARIAH KANTOR CABANG BANDA ACEH**

JOCELYN THOMAS

2202120033

Pembimbing : 1.) Dr. Marlizar. S.E., M.M.

2.) Nara Pristiwa, S.E., MBA.

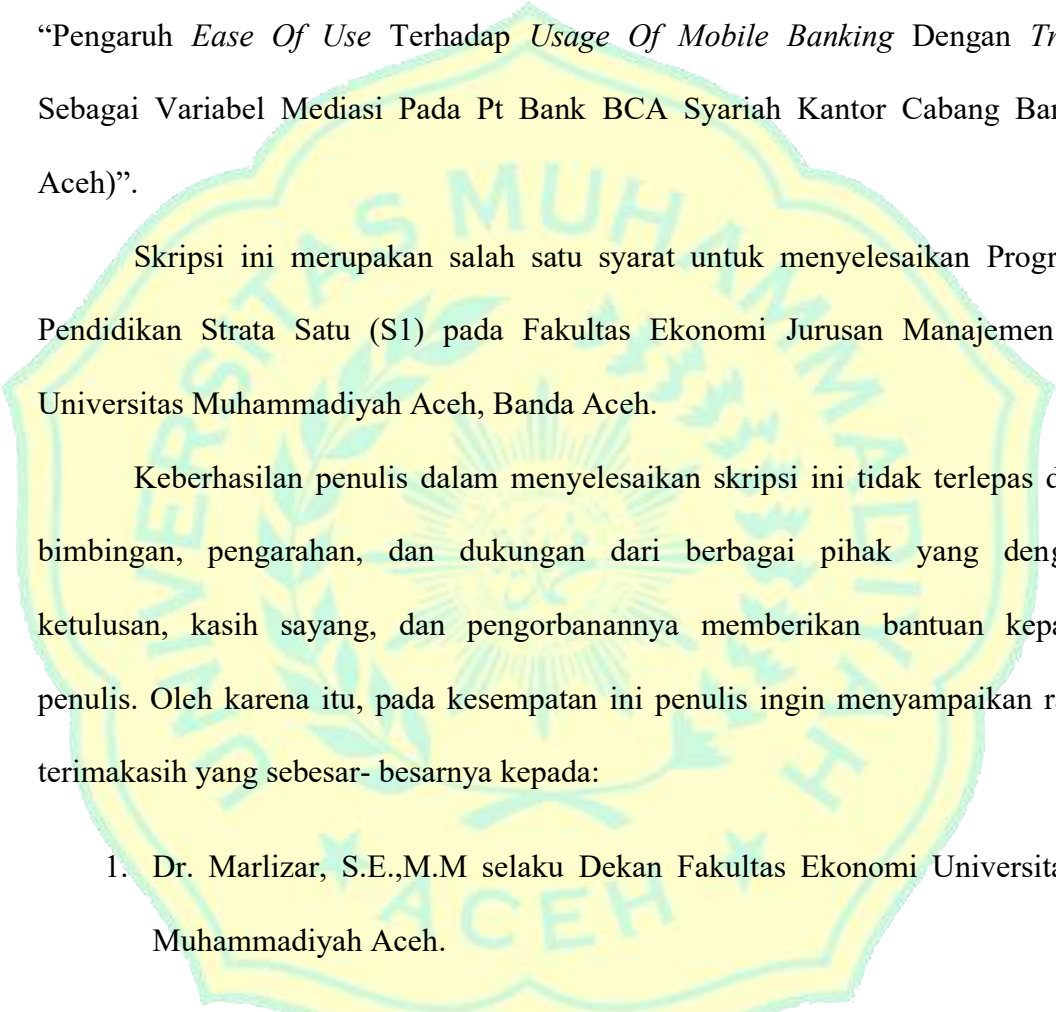
ABSTRACT

This study aims to examine the effect of ease of use on usage of mobile banking, with trust as a mediating variable at PT Bank BCA Syariah Banda Aceh Branch Office. The research adopts a quantitative approach using primary data collected through structured questionnaires distributed to 96 respondents selected through purposive sampling, with the criteria of active users of mobile banking services. The research instruments were tested for validity and reliability to ensure data accuracy and consistency. Data analysis techniques include descriptive statistics and classical assumption tests consisting of normality, multicollinearity, and heteroscedasticity tests, followed by multiple linear regression analysis. Hypothesis testing was conducted using t-tests and F-tests, along with the coefficient of determination (R^2). The results show that ease of use has a positive and significant effect on trust ($t = 3.957$), indicating that a user-friendly system enhances customer confidence in mobile banking services. Furthermore, trust has a positive and significant effect on usage of mobile banking ($t = 4.506$), confirming its important role in influencing user behavior. Simultaneously, ease of use and trust significantly affect usage of mobile banking ($F = 92.690$; $\text{sig} < 0.001$). The R^2 value of 0.666 indicates that 66.6% of the variation in usage of mobile banking is explained by the model, while the remaining is influenced by other variables. The implications highlight the importance for banks to improve ease of use and strengthen trust through system reliability, security, and service transparency to increase adoption and sustained usage of mobile banking.

Keywords: ease of use, trust, usage of mobile banking.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT , karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Ease Of Use* Terhadap *Usage Of Mobile Banking* Dengan *Trust* Sebagai Variabel Mediasi Pada Pt Bank BCA Syariah Kantor Cabang Banda Aceh)”.


Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Muhammadiyah Aceh, Banda Aceh.

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, pengarahan, dan dukungan dari berbagai pihak yang dengan ketulusan, kasih sayang, dan pengorbanannya memberikan bantuan kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar- besarnya kepada:

1. Dr. Marlizar, S.E.,M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.
2. Syamsidar, S.E.,M.Si.,Ak.,CA selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.
3. Suryani Murad, S.E, M.Si selaku Ketua Laboratorium Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh
4. Dr. Marlizar, S.E.,M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan dorongan dan arahan dari merencanakan hingga selesainya

penelitian ini.

5. Nara Pristiwa, S.E., MBA. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan dorongan dan arahan dari merencanakan hingga selesainya penelitian ini.
6. Dosen, staff pengantar dan karyawan di Universitas Muhammadiyah Aceh.
7. Orang tua yang telah memberikan semangat dan doa dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
8. Ayahanda Jeens Thomas, Ibunda Then Fong Jin, serta semua keluargaku yang telah memberikan doa, kasih sayang, perhatian dan pengorbanan moral dan material yang tidak terkira.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca akan penulis terima dengan senang hati. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Banda Aceh, 26 April 2026

Jocelyn Thomas

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	11
2.1 Landaasan Teori	11
2.1.1 <i>Mobile banking</i>	11
2.1.2 Pengertian <i>Usage of Mobile banking</i>	13
2.1.3 <i>Usage of Mobile banking</i> dalam Aktivitas Perbankan..	14
2.1.4 Faktor yang Mempengaruhi <i>Usage of Mobile banking</i> .	14
2.1.5 Indikator <i>Usage of Mobile banking</i>	15
2.2 <i>Ease of use</i>	16
2.2.1 Pengertian <i>Ease of use</i>	16
2.2.2 Dimensi <i>Ease of use</i> dalam <i>Mobile banking</i>	17
2.2.3 Peran <i>Ease of use</i> dalam Penggunaan <i>Mobile banking</i> .	18
2.2.4 Hubungan <i>Ease of use</i> dengan <i>Trust</i> dan <i>Usage</i>	19
2.2.5 Indikator <i>Ease of use</i>	19
2.3 <i>Trust</i>	20
2.3.1 Pengertian <i>Trust</i>	20
2.3.2 <i>Trust</i> dalam Layanan <i>Mobile banking</i>	21
2.3.3 Peran <i>Trust</i> Sebagai Variabel Mediasi.....	22
2.3.4 Indikator <i>Trust</i>	23
2.4 Penelitian Terdahulu.....	24
2.5 Hubungan Antar Variabel.....	25
2.5.1 Hubungan <i>Ease of use</i> Terhadap <i>Usage of Mobile banking</i>	25

2.5.2	Hubungan <i>Ease of use</i> Terhadap <i>Trust</i>	26
2.5.3	Hubungan <i>Trust</i> terhadap <i>Usage of Mobile banking</i>	26
2.5.4	Peran <i>Trust</i> Sebagai Variabel Mediasi Antara <i>Ease of use</i> Dan <i>Usage Of Mobile banking</i>	27
2.7	Hipotesis	29
BAB III	METODE PENELITIAN	31
3.1	Desain Penelitian	31
3.1.1	Lokasi dan Objek Penelitian	32
3.1.2	Jenis Penelitian.....	32
3.1.3	Horizon Waktu.....	33
3.2	Populasi dan Sampel	33
3.2.1	Populasi	33
3.2.2	Sampel	34
3.3	Definisi Operasional Variabel Penelitian	36
3.4	Sumber Data dan Tehnik Pengumpulan Data.....	38
3.4.1	Sumber Data	38
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5	Teknik Analisa Data	40
3.5.1	Uji Kualitas Data.....	40
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	41
3.5.3	Analisis Regresi Linear.....	42
3.5.4	Sobel Test.....	43
3.5.5	Uji Statistik	44
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	46
4.1.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
4.1.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	48
4.1.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Akhir ...	49
4.2	Deskripsi Variabel Penelitian	50
4.2.1	Deskripsi Variabel <i>Ease of Use</i> (X).....	50
4.2.2	Deskripsi Variabel <i>Trust</i> (M).....	53
4.2.3	Deskripsi Variabel <i>Usage of Mobile Banking</i>	56
4.3	Hasil Pengujian Data	59
4.3.1	Uji Validitas	59
4.3.2	Uji Realibilitas	60
4.4	Uji Asumsi Klasik	61
4.4.1	Uji Normalitas.....	61
4.4.2	Uji Multikolinearitas	62

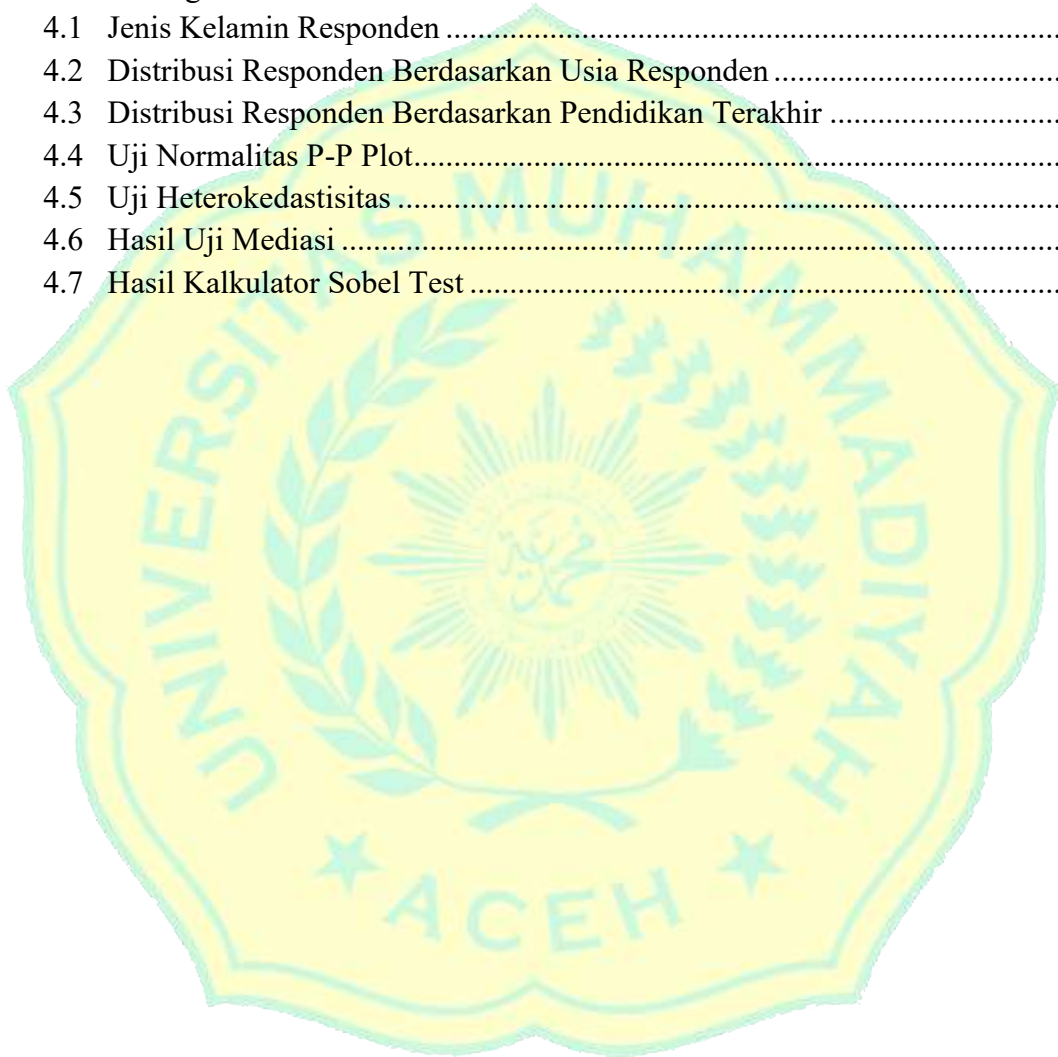
4.4.3 Uji Heterokedastisitas	63
4.5 Hasil Analisis Regresi Linear	64
4.5.1 Hasil Regresi Mediasi	65
4.5.2 Sobel Test.....	68
4.6 Pengujian Hipotesis	71
4.6.1 Uji t	71
4.6.3 Koefisien Korelasi (R)	73
4.6.4 Koefisien Determinasi (R^2)	74
4.7 Implikasi Penelitian	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN - LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu	24
3.1 Operasional Variabel.....	37
3.2 Skala Likert	39
4.1 Tanggapan Responden Mengenai Indikator <i>Ease of Use</i>	51
4.2 Tanggapan Responden Mengenai Indikator <i>Trust</i>	54
4.3 Tanggapan Responden Mengenai Indikator <i>Usage of Mobile Banking</i>	56
4.4 Hasil Uji Validitas.....	59
4.5 Hasil Uji Realibilitas	60
4.6 Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
4.7 Analisis Regresi Linear	65
4.8 Regresi Mediasi X terhadap M	66
4.9 Regresi Mediasi X dan M terhadap Y	67
4.10 Hasil Uji t	72
4.11 Uji Koefisien Korelasi.....	74

DAFTAR GAMBAR

1.1	Survei Pendahuluan <i>Ease Of Use</i>	4
1.2	Survei Pendahuluan <i>Trust</i>	5
1.3	Survei Pendahuluan <i>Usage Of Mobile Banking</i>	6
2.1	Kerangka Pemikiran.....	28
4.1	Jenis Kelamin Responden	47
4.2	Distribusi Responden Berdasarkan Usia Responden	48
4.3	Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	49
4.4	Uji Normalitas P-P Plot.....	61
4.5	Uji Heterokedastisitas	64
4.6	Hasil Uji Mediasi	69
4.7	Hasil Kalkulator Sobel Test	70



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor, termasuk perbankan. Transformasi digital tidak hanya mengubah sistem layanan, tetapi juga perilaku konsumen yang kini cenderung beralih dari transaksi konvensional (offline) ke transaksi digital (online) yang lebih praktis, cepat, dan efisien. Perubahan ini didorong oleh meningkatnya penggunaan internet, smartphone, serta gaya hidup yang mengutamakan kemudahan. Transformasi tersebut mendorong perbankan beralih ke layanan digital yang dapat diakses secara fleksibel melalui perangkat seluler. Digitalisasi ini bertujuan meningkatkan efisiensi, kualitas layanan, serta kenyamanan nasabah dalam bertransaksi. Salah satu inovasi layanan yang berkembang pesat adalah mobile banking.

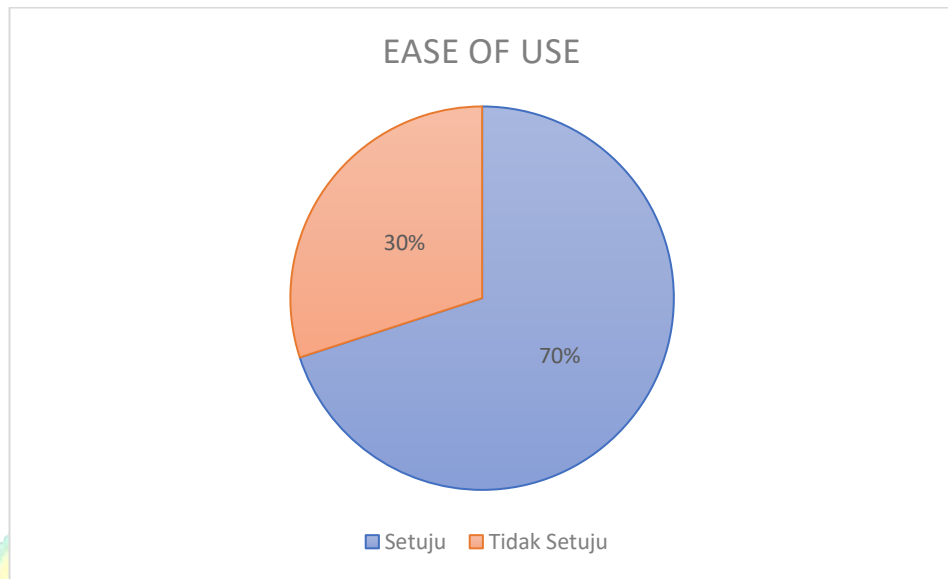
Mobile banking merupakan layanan perbankan berbasis teknologi informasi yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi perbankan melalui perangkat seluler secara cepat, mudah, dan efisien. Layanan ini memungkinkan nasabah untuk melakukan pengecekan saldo, transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian produk digital, serta berbagai transaksi lainnya tanpa harus datang langsung ke kantor cabang bank. Keberadaan *mobile banking* memberikan kemudahan bagi nasabah dalam mengakses layanan perbankan kapan saja dan di mana saja, sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah (Sari & Rahmawati, 2021).

Fenomena penggunaan layanan perbankan digital di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Bank Indonesia melaporkan bahwa transaksi *digital banking* terus mengalami peningkatan signifikan seiring dengan meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan *smartphone* di masyarakat. Volume transaksi *digital banking* tercatat tumbuh sebesar 31,11% secara tahunan dan mencapai miliaran transaksi setiap tahunnya (Otoritas Jasa Keuangan, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat semakin terbiasa menggunakan layanan perbankan digital sebagai bagian dari aktivitas keuangan sehari-hari. Peningkatan ini juga mencerminkan adanya perubahan perilaku masyarakat dari penggunaan layanan perbankan konvensional menuju layanan berbasis teknologi digital yang lebih praktis dan efisien.

Namun demikian, peningkatan jumlah transaksi *digital banking* secara nasional tidak selalu diikuti oleh tingkat penggunaan *mobile banking* yang optimal pada setiap bank atau setiap kelompok nasabah. Fenomena di lapangan menunjukkan bahwa masih terdapat nasabah yang telah memiliki akses terhadap layanan *mobile banking*, tetapi belum memanfaatkannya secara maksimal. Sebagian nasabah masih lebih memilih melakukan transaksi melalui teller atau menggunakan ATM, meskipun layanan *mobile banking* telah tersedia dan dapat digunakan dengan mudah. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara ketersediaan teknologi dan tingkat penggunaan aktual oleh nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi tidak hanya dipengaruhi oleh ketersediaan sistem, tetapi juga dipengaruhi oleh persepsi dan keyakinan pengguna terhadap teknologi tersebut.

Fenomena serupa juga ditemukan pada nasabah PT Bank BCA Syariah Kantor Cabang Banda Aceh. PT Bank BCA Syariah telah menyediakan layanan mobile banking sebagai bagian dari upaya digitalisasi layanan perbankan guna mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi secara digital. Layanan ini dirancang untuk memberikan kemudahan, kecepatan, serta efisiensi dalam bertransaksi, seperti transfer dana, pembayaran tagihan, dan pengecekan saldo tanpa harus datang langsung ke kantor cabang. Dengan adanya layanan ini, diharapkan nasabah dapat beralih dari transaksi konvensional menuju transaksi berbasis digital yang lebih praktis.

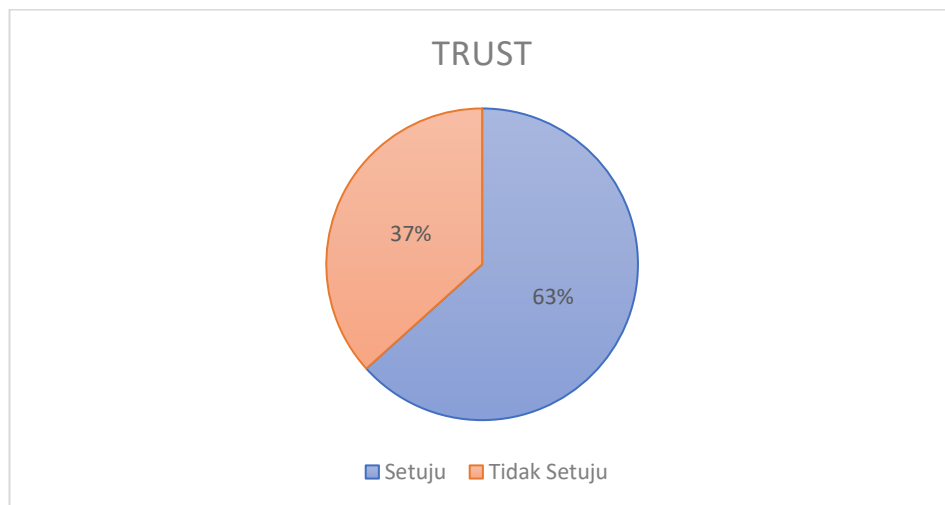
Namun, berdasarkan survei awal peneliti di Kantor Cabang Banda Aceh, masih terdapat nasabah yang lebih memilih datang langsung ke kantor cabang untuk melakukan transaksi sederhana seperti transfer dana dan pengecekan saldo, meskipun transaksi tersebut dapat dilakukan melalui mobile banking. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pemanfaatan layanan mobile banking oleh nasabah belum optimal. Kondisi tersebut mengindikasikan adanya kesenjangan antara ketersediaan teknologi dengan tingkat penggunaan aktual oleh nasabah. Fenomena ini juga menunjukkan bahwa masih terdapat permasalahan dalam penerimaan dan penggunaan teknologi mobile banking, yang kemungkinan dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu seperti kemudahan penggunaan dan tingkat kepercayaan nasabah terhadap layanan tersebut.



Sumber : Survei Awal, 2026

Gambar 1.1
Survei Pendahuluan *Ease Of Use*

Berdasarkan hasil survei pendahuluan terhadap 30 responden, diketahui bahwa pada variabel ease of use sebanyak 70% atau 21 responden menyatakan setuju, sedangkan 30% atau 9 responden menyatakan tidak setuju bahwa layanan mobile banking Bank BCA Syariah mudah digunakan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah merasakan kemudahan dalam menggunakan aplikasi mobile banking, baik dalam memahami menu maupun melakukan transaksi. Namun demikian, masih terdapat sebagian responden yang merasa penggunaan mobile banking belum sepenuhnya mudah, sehingga kemudahan penggunaan masih perlu ditingkatkan agar dapat digunakan secara optimal oleh seluruh nasabah.

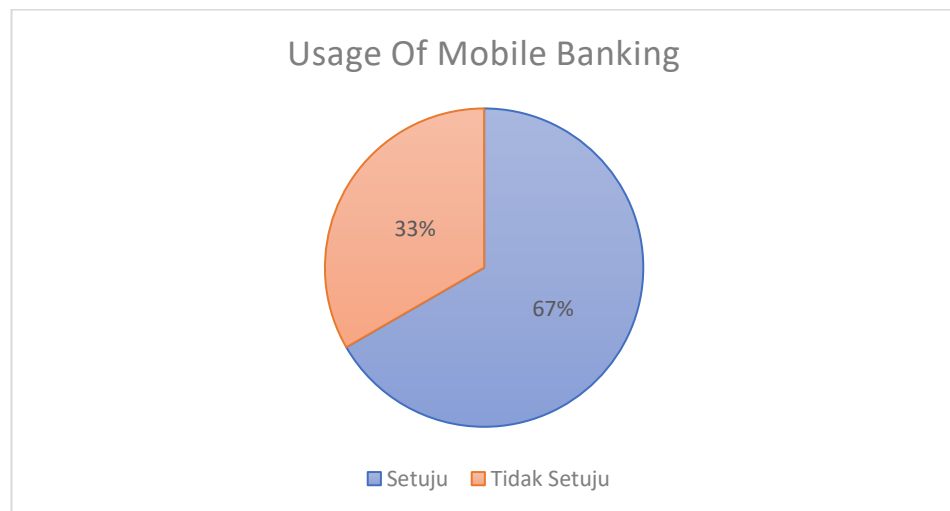


Sumber : Survei Awal, 2026

Gambar 1.2
Survei Pendahuluan *Trust*

Pada variabel *trust*, diketahui bahwa sebanyak 63% atau 19 responden menyatakan setuju, sedangkan 37% atau 11 responden menyatakan tidak setuju terhadap kepercayaan dan keamanan layanan mobile banking. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah memiliki tingkat kepercayaan yang cukup baik terhadap sistem mobile banking, khususnya dalam aspek keamanan data pribadi dan transaksi keuangan yang dilakukan melalui aplikasi. Kepercayaan ini menjadi indikator penting bahwa sistem yang disediakan oleh bank telah mampu memberikan rasa aman bagi sebagian besar penggunaanya.

Namun demikian, masih terdapat sebagian responden yang belum sepenuhnya percaya terhadap layanan mobile banking. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kepercayaan masih menjadi pertimbangan utama bagi nasabah dalam memutuskan untuk menggunakan layanan tersebut. Keraguan yang muncul dapat disebabkan oleh kekhawatiran terhadap risiko keamanan, seperti potensi kebocoran data atau penyalahgunaan akun.



Sumber : Survei Awal, 2026

Gambar 1.3
Survei Pendahuluan *Usage Of Mobile Banking*

Selanjutnya, pada variabel usage of mobile banking, diketahui bahwa sebanyak 67% atau 20 responden menyatakan menggunakan mobile banking, sedangkan 33% atau 10 responden menyatakan tidak menggunakan secara aktif. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah memanfaatkan layanan mobile banking dalam aktivitas perbankan mereka. Namun demikian, masih terdapat responden yang belum menggunakan mobile banking secara optimal. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun layanan mobile banking telah tersedia dan relatif mudah digunakan serta dipercaya, tingkat penggunaan oleh nasabah belum sepenuhnya maksimal. Oleh karena itu, ease of use dan trust diduga menjadi faktor penting yang memengaruhi usage of mobile banking.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan (*ease of use*) merupakan faktor penting dalam penggunaan teknologi. *Ease of use* adalah keyakinan bahwa suatu sistem mudah dipahami dan digunakan tanpa usaha besar. Menurut Davis (1989) dalam Technology Acceptance Model (TAM), semakin

mudah suatu sistem digunakan, maka semakin tinggi kemungkinan pengguna untuk menerima dan menggunakannya secara berkelanjutan.

Selain itu, kepercayaan (*trust*) juga menjadi faktor penting dalam penggunaan mobile banking. *Trust* merupakan keyakinan bahwa sistem aman, dapat diandalkan, serta mampu melindungi data dan transaksi pengguna. Menurut Alalwan et al. (2020), semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah, maka semakin besar kecenderungan untuk menggunakan layanan mobile banking.

Penggunaan mobile banking (*usage*) merupakan perilaku aktual nasabah dalam memanfaatkan layanan tersebut. Menurut Venkatesh et al. (2020) dalam UTAUT, penggunaan teknologi dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan dan kepercayaan. Semakin tinggi *ease of use* dan *trust*, maka semakin tinggi pula tingkat penggunaan mobile banking.

Namun demikian, beberapa penelitian lain menunjukkan hasil yang berbeda. Penelitian yang dilakukan oleh Nripendra P. Rana (2022) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile banking apabila pengguna masih memiliki keraguan terhadap keamanan sistem.

Selain itu, penelitian oleh Nisha P. Rana (2023) juga menemukan bahwa meskipun aplikasi mobile banking dianggap mudah digunakan, tingkat penggunaan aktual masih dipengaruhi oleh faktor lain seperti persepsi risiko dan tingkat kepercayaan pengguna. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara *ease of use*, *trust*, dan *usage* mobile banking masih memerlukan kajian lebih lanjut. Selain itu, penelitian mengenai penggunaan mobile banking

pada PT Bank BCA Syariah, khususnya di wilayah Banda Aceh, masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh *ease of use* terhadap *usage mobile banking* dengan *trust* sebagai variabel mediasi pada nasabah PT Bank BCA Syariah Kantor Cabang Banda Aceh.

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana pengaruh *ease of use* terhadap *usage mobile banking* pada PT Bank BCA Syariah Kantor Cabang Banda Aceh?
2. Bagaimana pengaruh *ease of use* terhadap *trust* nasabah pengguna *mobile banking* pada PT Bank BCA Syariah Kantor Cabang Banda Aceh?
3. Bagaimana pengaruh *trust* terhadap *usage mobile banking* pada PT Bank BCA Syariah Kantor Cabang Banda Aceh?
4. Bagaimana pengaruh *ease of use* terhadap *usage mobile banking* melalui *trust* sebagai variabel mediasi pada PT Bank BCA Syariah Kantor Cabang Banda Aceh?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis seberapa besar pengaruh *ease of use* terhadap *usage mobile banking* pada PT Bank BCA Syariah Kantor Cabang Banda Aceh.
2. Untuk menguji dan menganalisis seberapa besar pengaruh *ease of use* terhadap *trust* nasabah pengguna *mobile banking* pada PT Bank BCA Syariah Kantor Cabang Banda Aceh.
3. Untuk menguji dan menganalisis seberapa besar pengaruh *trust* terhadap *usage mobile banking* pada PT Bank BCA Syariah Kantor Cabang Banda Aceh.
4. Untuk menguji dan menganalisis seberapa besar pengaruh *ease of use* terhadap *usage mobile banking* melalui *trust* sebagai variabel mediasi pada PT Bank BCA Syariah Kantor Cabang Banda Aceh.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen dan perbankan syariah yang berkaitan dengan penerimaan dan penggunaan teknologi layanan perbankan digital. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memperkaya kajian empiris mengenai pengaruh *ease of use* terhadap *usage mobile banking* dengan *trust* sebagai variabel mediasi, sehingga dapat memperkuat landasan teori yang digunakan dalam menjelaskan perilaku pengguna teknologi perbankan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi ilmiah serta bahan

rujukan bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa, baik dalam konteks yang sama maupun dengan variabel dan objek penelitian yang berbeda.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi pihak perbankan, khususnya PT Bank BCA Syariah, sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas layanan mobile banking. Penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak bank dalam memahami pentingnya aspek kemudahan penggunaan dan kepercayaan nasabah sebagai faktor utama dalam mendorong peningkatan penggunaan layanan digital. Dengan demikian, bank dapat merancang strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan kenyamanan, keamanan, serta kepercayaan nasabah, sehingga penggunaan mobile banking dapat meningkat secara optimal dan berkelanjutan di masa yang akan datang.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Mobile banking*

Mobile banking merupakan layanan perbankan berbasis teknologi informasi yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai aktivitas perbankan melalui perangkat seluler seperti smartphone atau tablet tanpa harus datang langsung ke kantor bank. Layanan ini mencakup transaksi finansial maupun non-finansial, antara lain pengecekan saldo, transfer dana antar rekening, pembayaran tagihan, pembelian produk digital, hingga akses informasi rekening dan riwayat transaksi. Kehadiran *mobile banking* merupakan bagian dari transformasi digital perbankan yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan layanan, serta memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi nasabah dalam bertransaksi secara cepat dan fleksibel (Otoritas Jasa Keuangan, 2021).

Dalam konteks perbankan syariah, *mobile banking* tidak hanya berfungsi sebagai sarana transaksi keuangan, tetapi juga harus dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, seperti keadilan, transparansi, kejujuran, dan keamanan. Bank syariah dituntut untuk memastikan bahwa setiap fitur dan layanan yang tersedia dalam *mobile banking* tidak bertentangan dengan prinsip syariah, baik dari segi akad, proses transaksi, maupun pengelolaan dana nasabah. Oleh karena itu, *mobile banking* pada perbankan syariah tidak hanya berorientasi pada kemudahan teknologi, tetapi juga pada kepatuhan terhadap nilai-nilai syariah yang menjadi dasar operasional bank. Keberadaan *mobile banking* diharapkan mampu

meningkatkan inklusi keuangan syariah serta memperkuat kepercayaan nasabah terhadap layanan perbankan syariah (Ascarya & Sakti, 2020).

Perkembangan *mobile banking* di Indonesia menunjukkan tren pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Peningkatan ini didorong oleh semakin luasnya penetrasi internet, meningkatnya kepemilikan smartphone, serta berkembangnya literasi digital masyarakat. Selain itu, perubahan perilaku nasabah yang menginginkan layanan perbankan yang praktis, cepat, dan dapat diakses kapan saja dan di mana saja turut mendorong meningkatnya penggunaan *mobile banking*. Kondisi ini menjadikan *mobile banking* sebagai salah satu kanal layanan utama yang strategis bagi industri perbankan, termasuk perbankan syariah, dalam menghadapi persaingan di era digital.

Meskipun demikian, tingginya perkembangan teknologi dan ketersediaan layanan *mobile banking* tidak secara otomatis menjamin tingginya tingkat penggunaan oleh nasabah. Tingkat penggunaan *mobile banking* sangat dipengaruhi oleh persepsi dan pengalaman nasabah dalam menggunakan layanan tersebut. Nasabah akan cenderung menggunakan *mobile banking* secara berkelanjutan apabila layanan tersebut dianggap mudah digunakan, aman, serta dapat dipercaya. Sebaliknya, apabila nasabah mengalami kesulitan dalam penggunaan atau memiliki keraguan terhadap keamanan dan keandalan sistem, maka tingkat penggunaan *mobile banking* dapat menjadi rendah. Oleh karena itu, pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan *mobile banking*, khususnya kemudahan penggunaan dan kepercayaan, menjadi penting untuk dikaji lebih lanjut dalam konteks perbankan syariah (Rizky & Yasa, 2022).

2.1.2 Pengertian *Usage of Mobile banking*

Usage of mobile banking atau penggunaan *mobile banking* merupakan tingkat sejauh mana nasabah memanfaatkan layanan *mobile banking* dalam aktivitas perbankan sehari-hari. Penggunaan ini tidak hanya diukur dari kepemilikan atau akses terhadap aplikasi, tetapi lebih menekankan pada intensitas, frekuensi, dan keberlanjutan penggunaan layanan tersebut. Dalam konteks adopsi teknologi, *usage* mencerminkan perilaku aktual pengguna setelah melalui tahap penerimaan terhadap suatu sistem.

Dalam teori adopsi teknologi, penggunaan aktual (*actual usage*) dianggap sebagai indikator keberhasilan implementasi suatu sistem informasi. Hal ini karena tujuan utama pengembangan teknologi informasi bukan hanya agar sistem tersedia, tetapi agar sistem tersebut benar-benar digunakan dan memberikan manfaat bagi penggunanya. Oleh karena itu, *usage of mobile banking* menjadi variabel penting dalam menilai sejauh mana layanan *mobile banking* berhasil diadopsi oleh nasabah.

Pada layanan perbankan digital, *usage* juga menggambarkan perubahan perilaku nasabah dari transaksi konvensional menuju transaksi berbasis digital. Nasabah yang memiliki tingkat penggunaan *mobile banking* tinggi cenderung mengandalkan aplikasi tersebut sebagai sarana utama dalam melakukan transaksi perbankan, seperti transfer dana, pembayaran tagihan, dan pengecekan informasi rekening.

2.1.3 *Usage of Mobile banking* dalam Aktivitas Perbankan

Penggunaan *mobile banking* dalam aktivitas perbankan mencakup berbagai bentuk transaksi finansial dan non-finansial yang dilakukan oleh nasabah melalui aplikasi perbankan digital. Transaksi finansial meliputi kegiatan seperti transfer antar rekening, pembayaran tagihan, pembelian produk digital, dan transaksi lainnya yang berkaitan langsung dengan pergerakan dana. Sementara itu, transaksi non-finansial mencakup pengecekan saldo, mutasi rekening, serta akses informasi layanan perbankan.

Tingkat *usage of mobile banking* dipengaruhi oleh sejauh mana layanan tersebut mampu memenuhi kebutuhan dan preferensi nasabah. Nasabah akan cenderung menggunakan *mobile banking* secara rutin apabila layanan tersebut dianggap praktis, efisien, dan dapat diandalkan. Sebaliknya, apabila nasabah jarang menggunakan aplikasi *mobile banking*, hal tersebut dapat mengindikasikan adanya hambatan, baik dari sisi teknis maupun dari sisi persepsi pengguna.

Dalam perbankan syariah, penggunaan *mobile banking* juga berkaitan dengan kemudahan nasabah dalam mengakses layanan yang sesuai dengan prinsip syariah. Fitur-fitur seperti informasi akad, transparansi transaksi, dan kemudahan pembayaran produk syariah dapat mendorong peningkatan *usage* oleh nasabah perbankan syariah.

2.1.4 Faktor yang Mempengaruhi *Usage of Mobile banking*

Usage of mobile banking dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang bersifat teknologis maupun psikologis. Faktor teknologis mencakup kemudahan

penggunaan (*ease of use*), keandalan sistem, dan kualitas aplikasi. Sementara itu, faktor psikologis meliputi *trust*, persepsi risiko, dan sikap pengguna terhadap teknologi.

Dalam penelitian ini, *ease of use* dan *trust* dipandang sebagai faktor utama yang memengaruhi *usage of mobile banking*. Kemudahan penggunaan dapat mendorong nasabah untuk mencoba dan menggunakan aplikasi *mobile banking*, sedangkan *trust* berperan dalam memastikan bahwa penggunaan tersebut berlangsung secara berkelanjutan. Nasabah yang merasa mudah dan percaya terhadap layanan *mobile banking* akan lebih sering dan lebih lama menggunakan aplikasi tersebut.

Dengan demikian, *usage of mobile banking* tidak hanya dipengaruhi secara langsung oleh *ease of use*, tetapi juga dipengaruhi secara tidak langsung melalui *trust* sebagai variabel mediasi. Hal ini sejalan dengan tujuan penelitian yang ingin melihat peran *trust* dalam menjembatani pengaruh *ease of use* terhadap *usage of mobile banking*.

2.1.5 Indikator *Usage of Mobile banking*

Indikator *usage of mobile banking* dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur tingkat penggunaan layanan *mobile banking* oleh nasabah. Indikator-indikator tersebut disusun berdasarkan penelitian terdahulu yang relevan dengan konteks perbankan digital, antara lain (Venkatesh et al., 2020; Alalwan et al., 2021):

1. Frekuensi penggunaan *mobile banking*, yaitu seberapa sering nasabah menggunakan aplikasi *mobile banking* dalam aktivitas perbankan.

2. Intensitas penggunaan *mobile banking*, yaitu sejauh mana nasabah memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia dalam aplikasi *mobile banking*.
3. Keberlanjutan penggunaan *mobile banking*, yaitu niat dan kebiasaan nasabah untuk terus menggunakan *mobile banking* dalam jangka panjang.
4. Ketergantungan terhadap *mobile banking*, yaitu sejauh mana nasabah menjadikan *mobile banking* sebagai sarana utama dalam melakukan transaksi perbankan.
5. Penggunaan *mobile banking* dalam berbagai jenis transaksi, yaitu tingkat pemanfaatan aplikasi untuk transaksi finansial dan non-finansial.

2.2 *Ease of use*

2.2.1 Pengertian *Ease of use*

Ease of use atau kemudahan penggunaan merupakan tingkat keyakinan seseorang bahwa suatu sistem atau teknologi dapat digunakan dengan mudah tanpa memerlukan usaha yang besar. Konsep *ease of use* merupakan salah satu konstruk utama dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjelaskan bahwa penerimaan teknologi oleh pengguna sangat dipengaruhi oleh persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan suatu sistem (Davis, 2019).

Dalam perkembangan teori adopsi teknologi, *ease of use* tidak hanya dipahami sebagai kemudahan teknis dalam mengoperasikan sistem, tetapi juga mencakup kemudahan kognitif, yaitu sejauh mana pengguna dapat memahami cara kerja sistem tersebut tanpa mengalami kebingungan. Persepsi kemudahan ini sangat berkaitan dengan pengalaman pengguna saat pertama kali berinteraksi dengan suatu

teknologi. Apabila pada tahap awal pengguna merasakan bahwa sistem mudah dipahami dan digunakan, maka kemungkinan untuk menerima dan menggunakan teknologi tersebut akan semakin besar.

Pada layanan digital seperti *mobile banking*, *ease of use* menjadi faktor yang sangat penting karena pengguna tidak selalu memiliki latar belakang teknologi yang sama. Nasabah perbankan berasal dari berbagai kelompok usia, tingkat pendidikan, dan tingkat literasi digital. Oleh karena itu, aplikasi *mobile banking* harus dirancang sedemikian rupa agar dapat digunakan oleh berbagai lapisan masyarakat tanpa menimbulkan kesulitan yang berarti (Venkatesh et al., 2020).

2.2.2 Dimensi *Ease of use* dalam *Mobile banking*

Dalam konteks *mobile banking*, *ease of use* dapat dilihat sebagai persepsi nasabah terhadap sejauh mana aplikasi *mobile banking* mudah dipelajari, mudah dipahami, dan mudah digunakan untuk melakukan berbagai transaksi perbankan. Dimensi ini mencakup beberapa aspek penting, seperti kemudahan akses aplikasi, kejelasan menu dan fitur, serta kesederhanaan proses transaksi.

Kemudahan penggunaan juga berkaitan erat dengan desain antar muka atau *user interface* aplikasi *mobile banking*. Aplikasi yang memiliki tampilan sederhana, penggunaan bahasa yang mudah dipahami, serta ikon dan menu yang jelas akan membantu nasabah dalam memahami fungsi aplikasi dengan lebih cepat. Sebaliknya, tampilan aplikasi yang terlalu kompleks dan tidak intuitif dapat menimbulkan kebingungan, bahkan bagi nasabah yang telah terbiasa menggunakan teknologi digital.

Selain itu, *ease of use* juga mencakup kemudahan dalam menyelesaikan transaksi tanpa mengalami gangguan teknis yang berulang. Nasabah akan cenderung merasa nyaman apabila proses transaksi dapat dilakukan dengan lancar, cepat, dan tidak memerlukan banyak tahapan. Dengan demikian, kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor penentu kenyamanan nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* secara berkelanjutan (Alalwan et al., 2021).

2.2.3 Peran *Ease of use* dalam Penggunaan *Mobile banking*

Ease of use memiliki peran strategis dalam mendorong penggunaan *mobile banking*. Nasabah cenderung menggunakan layanan yang dianggap praktis dan tidak menyulitkan. Apabila aplikasi *mobile banking* dirasakan mudah digunakan, maka nasabah akan lebih sering memanfaatkan layanan tersebut untuk berbagai kebutuhan transaksi perbankan.

Dalam jangka panjang, kemudahan penggunaan juga dapat membentuk kebiasaan penggunaan (*habit*). Nasabah yang terbiasa menggunakan aplikasi *mobile banking* yang mudah dan nyaman akan menjadikan layanan tersebut sebagai pilihan utama dalam melakukan transaksi perbankan. Hal ini menunjukkan bahwa *ease of use* tidak hanya memengaruhi keputusan awal untuk menggunakan *mobile banking*, tetapi juga memengaruhi keberlanjutan penggunaan layanan tersebut.

Bagi perbankan syariah, *ease of use* menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing di tengah perkembangan perbankan digital. Bank syariah tidak hanya bersaing dengan bank konvensional, tetapi juga dengan berbagai layanan keuangan digital lainnya. Oleh karena itu, penyediaan aplikasi *mobile*

banking yang mudah digunakan dapat menjadi salah satu strategi untuk meningkatkan jumlah pengguna dan memperluas jangkauan layanan perbankan syariah.

2.2.4 Hubungan *Ease of use* dengan *Trust* dan *Usage*

Kemudahan penggunaan juga memiliki keterkaitan yang erat dengan tingkat *trust* dan *usage mobile banking*. Aplikasi yang mudah digunakan cenderung memberikan pengalaman positif kepada nasabah, sehingga dapat menumbuhkan rasa percaya terhadap sistem dan penyedia layanan. Nasabah akan lebih yakin bahwa aplikasi yang mudah dioperasikan merupakan sistem yang dirancang dengan baik dan dapat diandalkan.

Selain itu, *ease of use* juga berkontribusi terhadap peningkatan *usage mobile banking*. Nasabah yang merasa tidak mengalami kesulitan dalam menggunakan aplikasi akan lebih sering melakukan transaksi melalui *mobile banking* dibandingkan dengan nasabah yang merasa aplikasi tersebut rumit. Dengan demikian, *ease of use* dapat berpengaruh langsung terhadap *usage*, serta berpengaruh tidak langsung melalui peningkatan *trust* nasabah terhadap layanan *mobile banking* (Gefen et al., 2020).

2.2.5 Indikator *Ease of use*

Indikator *ease of use* dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur persepsi nasabah terhadap tingkat kemudahan penggunaan aplikasi *mobile banking*. Indikator-indikator tersebut mengacu pada *Technology Acceptance Model* (TAM)

dan penelitian terdahulu yang relevan, antara lain (Venkatesh & Davis, 2020; Alalwan et al., 2021):

1. Kemudahan mempelajari penggunaan *mobile banking*, yaitu sejauh mana nasabah merasa mudah mempelajari cara penggunaan aplikasi sejak pertama kali digunakan.
2. Kemudahan memahami menu dan fitur aplikasi, yaitu tingkat kejelasan menu, ikon, dan fitur yang tersedia dalam aplikasi *mobile banking*.
3. Kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan, yaitu persepsi nasabah terhadap kesederhanaan proses transaksi seperti transfer dan pembayaran melalui *mobile banking*.
4. Kejelasan tampilan dan navigasi aplikasi, yaitu sejauh mana desain antarmuka aplikasi memudahkan nasabah dalam mengoperasikan *mobile banking*.
5. Kemudahan penggunaan *mobile banking* secara keseluruhan, yaitu persepsi umum nasabah terhadap tingkat kemudahan penggunaan aplikasi dalam aktivitas perbankan sehari-hari.

2.3 Trust

2.3.1 Pengertian *trust*

Trust atau kepercayaan merupakan keyakinan individu bahwa suatu pihak atau sistem akan bertindak secara andal, jujur, dan sesuai dengan harapan. Dalam konteks penggunaan teknologi informasi, *trust* dipahami sebagai tingkat keyakinan pengguna bahwa suatu sistem teknologi mampu berfungsi dengan baik serta tidak

menimbulkan risiko yang merugikan pengguna. *trust* menjadi faktor penting terutama pada layanan digital yang melibatkan pertukaran data pribadi dan transaksi keuangan.

Dalam layanan perbankan digital, *trust* tidak hanya berkaitan dengan kepercayaan terhadap teknologi yang digunakan, tetapi juga terhadap institusi perbankan sebagai penyedia layanan. Nasabah harus memiliki keyakinan bahwa bank mampu menjaga keamanan data, melindungi dana nasabah, serta menjalankan operasional sesuai dengan ketentuan dan regulasi yang berlaku. Tanpa adanya *trust*, nasabah cenderung enggan menggunakan layanan perbankan digital meskipun layanan tersebut menawarkan kemudahan dan kecepatan.

Beberapa penelitian menyatakan bahwa *trust* merupakan faktor psikologis yang mampu mengurangi persepsi risiko dalam penggunaan teknologi. Semakin tinggi tingkat *trust* pengguna, maka semakin rendah risiko yang dirasakan, sehingga pengguna akan lebih bersedia untuk menggunakan dan mengandalkan teknologi tersebut dalam aktivitas sehari-hari (Gefen et al., 2020).

2.3.2 *Trust* dalam Layanan *Mobile banking*

Dalam konteks *mobile banking*, *trust* mencerminkan keyakinan nasabah bahwa aplikasi *mobile banking* aman digunakan, transaksi dapat dilakukan secara akurat, serta data pribadi dan keuangan terlindungi dari penyalahgunaan. *Mobile banking* melibatkan transaksi keuangan secara langsung, sehingga tingkat risiko yang dirasakan oleh nasabah relatif lebih tinggi dibandingkan layanan digital lainnya.

Trust dalam *mobile banking* dibentuk melalui beberapa aspek, antara lain keamanan sistem, keandalan aplikasi, serta reputasi bank sebagai penyedia layanan. Nasabah akan lebih percaya menggunakan *mobile banking* apabila aplikasi jarang mengalami gangguan, transaksi berjalan dengan lancar, dan bank secara konsisten memberikan pelayanan yang baik. Selain itu, transparansi informasi dan kejelasan prosedur juga berperan penting dalam membangun *trust* nasabah.

Pada perbankan syariah, *trust* memiliki dimensi tambahan karena berkaitan dengan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah. Nasabah tidak hanya mengharapkan keamanan dan keandalan sistem, tetapi juga keyakinan bahwa seluruh transaksi yang dilakukan melalui *mobile banking* telah sesuai dengan prinsip syariah seperti keadilan, kejujuran, dan keterbukaan (Ascarya & Sakti, 2020).

2.3.3 Peran *trust* sebagai Variabel Mediasi

Dalam penelitian ini, *trust* diposisikan sebagai variabel mediasi yang menjembatani pengaruh *ease of use* terhadap *usage mobile banking*. Kemudahan penggunaan aplikasi *mobile banking* dapat menciptakan pengalaman positif bagi nasabah, yang pada akhirnya meningkatkan tingkat *trust* terhadap sistem dan penyedia layanan.

Nasabah yang merasa aplikasi *mobile banking* mudah dipelajari dan digunakan cenderung menilai bahwa sistem tersebut dirancang secara profesional dan dapat diandalkan. Persepsi tersebut akan membentuk rasa percaya, sehingga nasabah menjadi lebih yakin untuk menggunakan layanan *mobile banking* secara

berulang dan berkelanjutan. Dengan demikian, *trust* berperan sebagai mekanisme yang memperkuat pengaruh *ease of use* terhadap *usage mobile banking*.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *trust* mampu memediasi hubungan antara faktor teknologi dan perilaku penggunaan. Hal ini menegaskan bahwa *trust* tidak hanya berpengaruh langsung terhadap *usage*, tetapi juga berperan penting dalam menjelaskan bagaimana persepsi kemudahan penggunaan dapat diterjemahkan menjadi perilaku penggunaan yang nyata (Alalwan et al., 2021).

2.3.4 Indikator *trust*

Indikator *trust* dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur tingkat kepercayaan nasabah terhadap layanan *mobile banking*. Indikator-indikator tersebut mengacu pada penelitian terdahulu yang relevan dengan konteks perbankan digital, antara lain (Gefen et al., 2020; Alalwan et al., 2021):

1. Keyakinan terhadap keamanan sistem, yaitu sejauh mana nasabah percaya bahwa aplikasi *mobile banking* mampu melindungi data pribadi dan keuangan.
2. Keandalan layanan, yaitu keyakinan nasabah bahwa sistem *mobile banking* dapat berfungsi dengan baik dan memproses transaksi secara akurat.
3. Integritas penyedia layanan, yaitu keyakinan bahwa pihak bank bertindak jujur dan bertanggung jawab dalam mengelola layanan *mobile banking*.
4. Konsistensi kinerja aplikasi, yaitu persepsi nasabah bahwa layanan *mobile banking* memberikan kualitas pelayanan yang stabil dari waktu ke waktu.

5. Kepercayaan terhadap institusi bank, yaitu keyakinan nasabah terhadap reputasi dan kredibilitas bank sebagai lembaga keuangan yang dapat dipercaya.

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul dan Nama Peneliti	Metode Penelitian	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Penggunaan Mobile Banking (Davis, 2019)	Kuantitatif, survei	Ease of use berpengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile banking	Sama-sama meneliti variabel ease of use pada mobile banking	Berbeda pada lokasi penelitian, variabel yang hanya menggunakan ease of use, dan teknik pengambilan sampel random.
2	Pengaruh Trust dan Perceived Ease of Use terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Alalwan, 2021)	Kuantitatif, survei	Trust dan ease of use berpengaruh positif terhadap minat menggunakan mobile banking	Sama-sama meneliti trust dan ease of use pada mobile banking	Berbeda pada lokasi penelitian, variabel dependen yaitu minat penggunaan, dan analisis SEM.
3	Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Mobile Banking (Rahi, 2020)	Kuantitatif	Kemudahan penggunaan dan kepercayaan mempengaruhi penggunaan mobile banking	Sama-sama meneliti penggunaan mobile banking	Berbeda pada lokasi bank konvensional, variabel tambahan perceived usefulness, sampel random sampling.
4	Analisis Penerimaan Mobile Banking dengan TAM (Shaikh, 2019)	Kuantitatif, survei	Ease of use berpengaruh terhadap penerimaan mobile banking	Sama-sama meneliti ease of use	Berbeda pada lokasi penelitian, variabel model TAM lengkap, dan analisis SEM.

No	Judul dan Nama Peneliti	Metode Penelitian	Hasil	Persamaan	Perbedaan
5	Pengaruh Trust terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking (Zhou, 2020)	Kuantitatif	Trust berpengaruh terhadap penggunaan mobile banking	Sama-sama meneliti variabel trust	Berbeda pada lokasi penelitian, variabel hanya trust, random sampling.

2.5 Hubungan Antar Variabel

Penelitian ini menganalisis hubungan antar variabel yang terdiri dari *ease of use* sebagai variabel independen, *trust* sebagai variabel mediasi, dan *usage of mobile banking* sebagai variabel dependen. Hubungan antar variabel disusun berdasarkan landasan teori dan temuan penelitian terdahulu yang relevan dengan konteks perbankan digital, khususnya layanan *mobile banking* pada perbankan syariah.

2.5.1 Hubungan *Ease of use* terhadap *Usage of Mobile banking*

Ease of use memiliki peran penting dalam mendorong penggunaan aktual suatu sistem teknologi. Dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM), persepsi kemudahan penggunaan diyakini dapat memengaruhi perilaku pengguna dalam menggunakan teknologi secara langsung. Semakin mudah suatu sistem dipahami dan dioperasikan, maka semakin besar kemungkinan pengguna untuk memanfaatkan sistem tersebut dalam aktivitas sehari-hari.

Dalam konteks *mobile banking*, nasabah akan cenderung menggunakan aplikasi secara lebih sering apabila aplikasi tersebut dirasakan mudah dipelajari, memiliki tampilan yang jelas, serta tidak memerlukan banyak usaha dalam menyelesaikan transaksi. Kemudahan penggunaan mengurangi hambatan teknis

dan psikologis nasabah, sehingga mendorong peningkatan frekuensi dan intensitas penggunaan *mobile banking*. Dengan demikian, *ease of use* diperkirakan memiliki pengaruh positif terhadap *usage of mobile banking*.

2.5.2 Hubungan *Ease of use* terhadap *Trust*

Selain berpengaruh terhadap penggunaan, *ease of use* juga memiliki keterkaitan dengan tingkat *trust* nasabah terhadap layanan *mobile banking*. Aplikasi yang mudah digunakan cenderung memberikan pengalaman positif dan rasa nyaman bagi pengguna. Pengalaman tersebut dapat membentuk persepsi bahwa sistem dirancang secara profesional, andal, dan dapat dipercaya.

Dalam layanan perbankan digital, kemudahan penggunaan dapat mengurangi ketidakpastian dan kesalahan dalam bertransaksi. Nasabah yang tidak mengalami kesulitan dalam menggunakan aplikasi akan lebih yakin bahwa sistem tersebut aman dan mampu mendukung kebutuhan transaksi mereka. Oleh karena itu, semakin tinggi persepsi *ease of use*, maka semakin tinggi pula tingkat *trust* nasabah terhadap layanan *mobile banking*.

2.5.3 Hubungan *Trust* terhadap *Usage of Mobile banking*

Trust merupakan faktor kunci dalam penggunaan layanan perbankan digital karena berkaitan langsung dengan persepsi risiko. Nasabah yang memiliki tingkat *trust* tinggi terhadap aplikasi *mobile banking* dan institusi perbankan akan merasa lebih aman dalam melakukan transaksi keuangan melalui layanan digital.

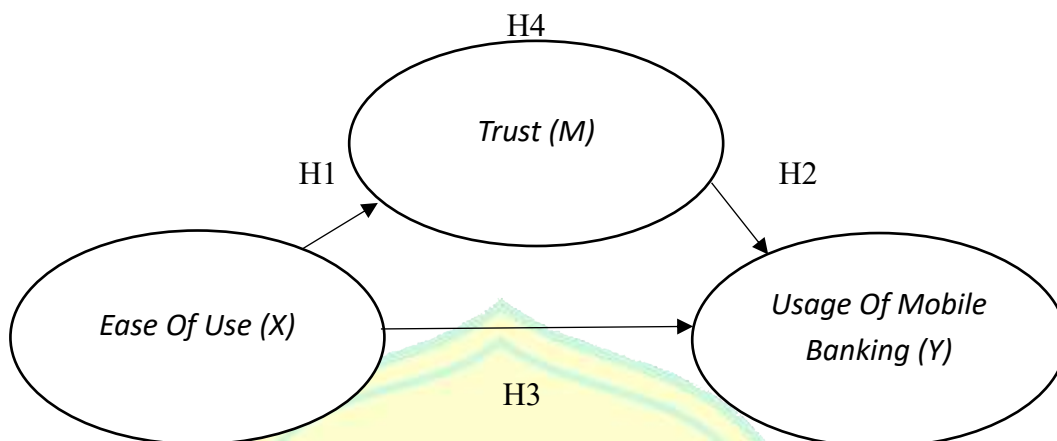
Kepercayaan yang tinggi mendorong nasabah untuk menggunakan *mobile banking* secara berulang dan berkelanjutan. Sebaliknya, rendahnya *trust* dapat menyebabkan nasabah enggan menggunakan layanan *mobile banking*, meskipun aplikasi tersebut mudah digunakan. Dengan demikian, *trust* diperkirakan berpengaruh positif terhadap *usage of mobile banking*.

2.5.4 Peran *Trust* sebagai Variabel Mediasi antara *Ease of use* dan *Usage of Mobile banking*

Dalam penelitian ini, *trust* diposisikan sebagai variabel mediasi yang menjembatani pengaruh *ease of use* terhadap *usage of mobile banking*. Kemudahan penggunaan aplikasi dapat menciptakan pengalaman penggunaan yang positif, yang selanjutnya meningkatkan *trust* nasabah terhadap sistem dan penyedia layanan.

Peningkatan *trust* tersebut kemudian mendorong nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking* secara lebih intensif dan berkelanjutan. Dengan demikian, *ease of use* tidak hanya berpengaruh langsung terhadap *usage of mobile banking*, tetapi juga berpengaruh tidak langsung melalui peningkatan *trust*. Hubungan ini menunjukkan bahwa *trust* memiliki peran strategis dalam memperkuat pengaruh *ease of use* terhadap perilaku penggunaan *mobile banking* pada nasabah perbankan syariah.

Dari penjelasan hubungan antar variabel maka didapatkan kerangka sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber:Peneliti,2026

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini disusun untuk menjelaskan hubungan antara variabel *ease of use*, *trust*, dan *usage of mobile banking*. Penelitian ini didasarkan pada pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi oleh pengguna.

Dalam konteks penelitian ini, *ease of use* diposisikan sebagai variabel independen yang diduga memiliki pengaruh langsung terhadap *usage of mobile banking*. Apabila nasabah merasa bahwa aplikasi *mobile banking* mudah dipelajari, mudah dipahami, dan mudah digunakan dalam melakukan transaksi perbankan, maka kecenderungan nasabah untuk menggunakan layanan tersebut akan semakin meningkat. Oleh karena itu, *ease of use* diasumsikan memiliki pengaruh langsung terhadap tingkat penggunaan *mobile banking*.

Selain berpengaruh langsung terhadap *usage of mobile banking*, *ease of use* juga diduga berpengaruh terhadap *trust*. Kemudahan penggunaan aplikasi *mobile banking* dapat menciptakan pengalaman positif bagi nasabah, sehingga

menumbuhkan rasa percaya terhadap sistem dan pihak bank sebagai penyedia layanan. Nasabah yang merasa nyaman dan tidak mengalami kesulitan dalam menggunakan aplikasi akan lebih percaya bahwa layanan *mobile banking* tersebut aman dan dapat diandalkan.

Selanjutnya, *trust* diposisikan sebagai variabel mediasi yang berperan dalam memperkuat hubungan antara *ease of use* dan *usage of mobile banking*. Tingkat kepercayaan nasabah terhadap layanan *mobile banking* akan memengaruhi keputusan dan intensitas penggunaan layanan tersebut. Semakin tinggi tingkat *trust* nasabah, maka semakin besar kemungkinan nasabah untuk menggunakan *mobile banking* secara berkelanjutan dalam aktivitas perbankan sehari-hari.

Berdasarkan hubungan antar variabel tersebut, *trust* tidak hanya memiliki pengaruh langsung terhadap *usage of mobile banking*, tetapi juga berperan sebagai variabel yang memediasi pengaruh *ease of use* terhadap *usage of mobile banking*. Dengan demikian, kerangka pemikiran dalam penelitian ini menggambarkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi *mobile banking* dapat meningkatkan kepercayaan nasabah, yang pada akhirnya mendorong peningkatan penggunaan *mobile banking* pada PT Bank BCA Syariah Kantor Cabang Banda Aceh

2.7 Hipotesis

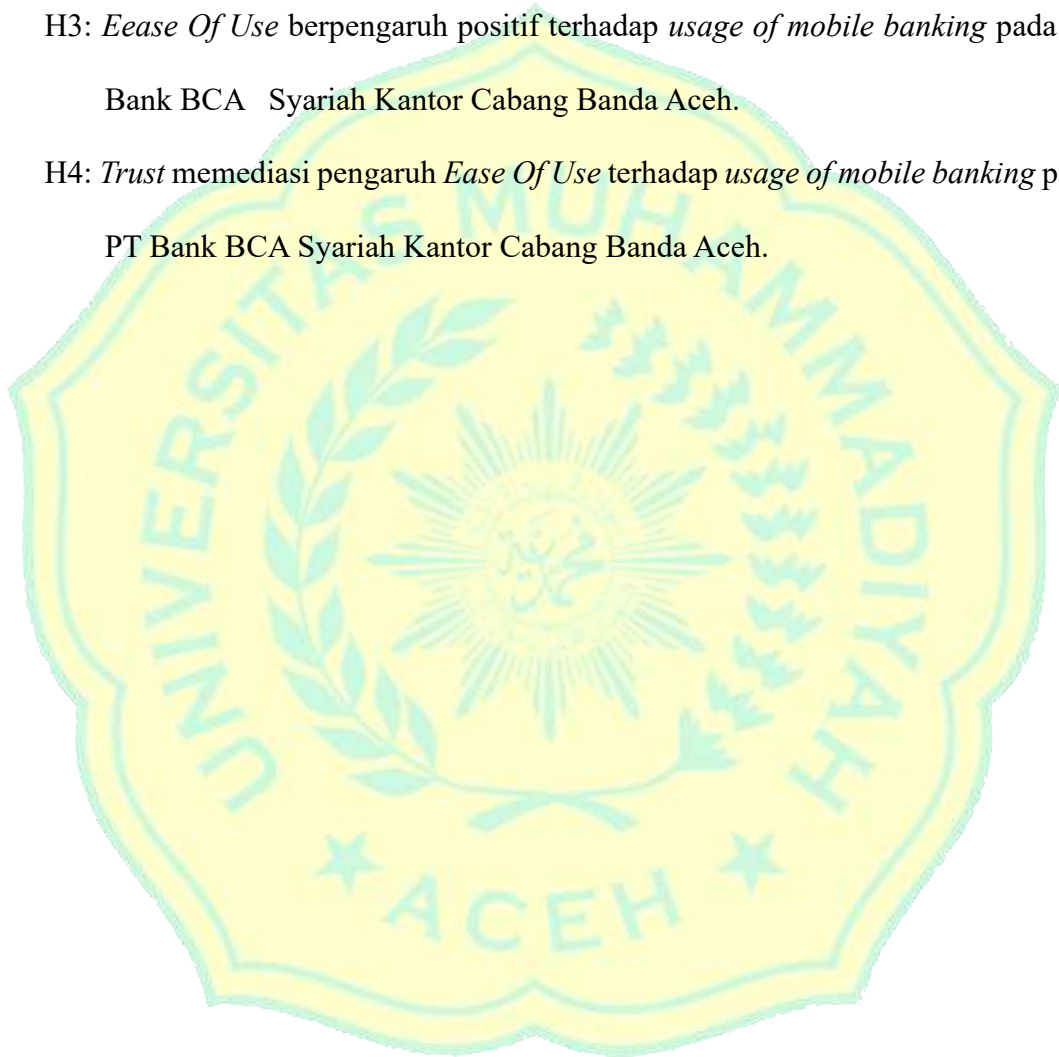
Hipotesis merupakan dugaan sementara terhadap hubungan antar variabel penelitian yang kebenarannya masih perlu dibuktikan melalui pengujian empiris. Berdasarkan kerangka pemikiran dan landasan teori yang telah diuraikan sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H1: *Ease of use* berpengaruh positif terhadap *Trust* pada PT Bank BCA Syariah Kantor Cabang Banda Aceh.

H2: *Trust* berpengaruh positif terhadap *usage of mobile banking* pada PT Bank BCA Syariah Kantor Cabang Banda Aceh.

H3: *Eease Of Use* berpengaruh positif terhadap *usage of mobile banking* pada PT Bank BCA Syariah Kantor Cabang Banda Aceh.

H4: *Trust* memediasi pengaruh *Ease Of Use* terhadap *usage of mobile banking* pada PT Bank BCA Syariah Kantor Cabang Banda Aceh.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan dan pengaruh antar variabel secara objektif melalui pengukuran numerik dan analisis statistik. Penelitian kuantitatif menekankan pada pengujian hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya dengan menggunakan data yang dapat diukur dan dianalisis secara statistik (Sugiyono, 2019).

Metode survei dipilih karena penelitian ini mengumpulkan data langsung dari responden menggunakan instrumen kuesioner. Menurut Creswell (2021), survei merupakan metode yang tepat untuk memperoleh data persepsi, sikap, dan pandangan responden terhadap suatu fenomena tertentu, terutama dalam penelitian yang melibatkan perilaku penggunaan teknologi.

Data yang diperoleh dari kuesioner dianalisis menggunakan perangkat lunak *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh *ease of use* terhadap *usage of mobile banking* baik secara langsung maupun tidak langsung melalui *trust* sebagai variabel mediasi. Analisis regresi linear banyak digunakan dalam penelitian kuantitatif untuk menguji hubungan sebab akibat antar variabel (Hair et al., 2021).

3.1.1 Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT Bank BCA Syariah Kantor Cabang Banda Aceh berlokasi di Jl. Moh. Daud Beureueh No.44, Laksana, Kec. Kuta Alam, Kota Banda Aceh, Aceh 23121. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa PT Bank BCA Syariah telah mengimplementasikan layanan *mobile banking* sebagai bagian dari transformasi digital perbankan syariah. Selain itu, kantor cabang ini memiliki nasabah yang aktif menggunakan layanan digital, sehingga relevan dengan tujuan penelitian.

Objek penelitian ini adalah nasabah PT Bank BCA Syariah Kantor Cabang Banda Aceh yang menggunakan layanan *mobile banking*. Menurut Sugiyono (2019), objek penelitian merupakan fokus utama yang menjadi sasaran pengamatan dan pengukuran dalam penelitian. Objek ini dipilih karena nasabah sebagai pengguna langsung *mobile banking* memiliki pengalaman dan persepsi yang dapat menggambarkan variabel *ease of use*, *trust*, dan *usage of mobile banking* secara akurat.

3.1.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian eksplanatori (*explanatory research*). Penelitian eksplanatori bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausalitas atau sebab akibat antara variabel yang diteliti melalui pengujian hipotesis (Sekaran & Bougie, 2020).

Dalam konteks penelitian ini, pendekatan eksplanatori digunakan untuk menjelaskan pengaruh *ease of use* terhadap *usage of mobile banking*, serta peran

trust sebagai variabel mediasi. Dengan jenis penelitian ini, peneliti tidak hanya mendeskripsikan fenomena, tetapi juga menganalisis bagaimana dan mengapa suatu variabel memengaruhi variabel lainnya.

3.1.3 Horizon Waktu

Horizon waktu dalam penelitian ini adalah *cross sectional*, yaitu penelitian yang dilakukan dalam satu periode waktu tertentu. Data dikumpulkan satu kali melalui penyebaran kuesioner kepada responden tanpa melakukan pengamatan berulang. Menurut Sekaran dan Bougie (2020), penelitian *cross sectional* cocok digunakan untuk menguji hubungan antar variabel dalam waktu yang relatif singkat.

Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin mengetahui kondisi dan persepsi nasabah terhadap *mobile banking* pada saat penelitian dilakukan, serta mempertimbangkan keterbatasan waktu dan sumber daya peneliti.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan dijadikan dasar penarikan kesimpulan (Hendryadi, 2019:162-163). Populasi dibagi menjadi dua jenis:

A. Populasi Terbatas (*Finite Population*)

Populasi yang jumlahnya dapat dihitung. Namun, jika jumlahnya sangat besar, populasi terbatas dapat diperlakukan sebagai populasi tak terbatas untuk tujuan generalisasi statistik.

B. Populasi Tak Terbatas (*Infinite Population*)

Populasi yang tidak memungkinkan peneliti menghitung seluruh anggotanya. Populasi ini disebut tak terbatas atau tak terhingga.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah PT Bank BCA Syariah Kantor Cabang Banda Aceh yang telah menggunakan layanan *mobile banking*. Populasi ini dipilih karena nasabah yang menggunakan *mobile banking* memiliki pengalaman langsung dalam memanfaatkan layanan digital perbankan, sehingga mampu memberikan informasi yang relevan mengenai kemudahan penggunaan (*ease of use*), tingkat kepercayaan (*trust*), dan intensitas penggunaan layanan *mobile banking* (*usage of mobile banking*).

3.2.2 Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti untuk memperoleh kesimpulan yang mewakili populasi secara keseluruhan (Sugiyono, 2019:118). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Kriteria sampel yang digunakan adalah:

1. Nasabah PT Bank BCA Syariah Kantor Cabang Banda Aceh.

2. Nasabah yang telah menggunakan layanan *mobile banking*.
3. Nasabah yang bersedia mengisi kuesioner penelitian.

Karena populasi nasabah *mobile banking* sangat besar dan jumlah pastinya tidak dapat diketahui, ukuran sampel ditentukan menggunakan Rumus Rao Purba. Rumus ini digunakan untuk menghitung jumlah sampel yang representatif dari populasi yang besar atau tidak pasti jumlahnya:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Keterangan:

- **n** = jumlah sampel yang diperlukan
- **Z** = nilai z pada tingkat kepercayaan tertentu (misal 95% → Z = 1,96)
- **p** = proporsi populasi yang memiliki karakteristik tertentu (jika tidak diketahui, biasanya 0,5)
- **q** = 1 – p
- **e** = tingkat kesalahan yang diizinkan (misal 10% → e = 0,1)

Langkah perhitungan:

1. Tingkat kepercayaan 95% → **Z = 1,96**
2. Proporsi p = 0,5 → q = 0,5
3. Toleransi kesalahan **e = 0,1**

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{(0,1)^2} = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01} = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04$$

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa 96,04 orang diperlukan sebagai sampel. Untuk mengantisipasi kemungkinan adanya kuesioner yang tidak valid atau tidak lengkap, jumlah sampel dibulatkan menjadi 96 orang.

Jumlah sampel sebanyak 96 orang dianggap representatif karena telah melebihi batas minimal sampel untuk penelitian kuantitatif. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan gambaran yang valid mengenai pengaruh *ease of use* terhadap *usage of mobile banking* dengan *trust* sebagai variabel mediasi pada nasabah PT Bank BCA Syariah Kantor Cabang Banda Aceh.

3.3 Definisi dan Operasional Variabel

Menurut Sugiono (2019:221), definisi operasional variabel adalah segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi mengenai hal tersebut dan dapat ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel, yaitu:

1. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah: *Ease of use* (X).

2. Variabel Mediasi

Variabel mediasi adalah variabel yang mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan dependen. Dalam penelitian ini, variabel mediasi adalah *Trust* (M).

3. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (independen). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Usage of Mobile banking* (Y).

Operasional variabel membantu menjelaskan ciri-ciri variabel dengan jelas dan menentukan skala pengukuran setiap variabel, sehingga pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan tepat. Definisi operasionalisasi variabel penelitian ini disajikan dalam tabel 3.1 berikut ini:

Tabel 3.1
Operasional Variabel

No	Variabel Penelitian	Definisi Variabel	Indikator	Skala	Item
1	<i>Ease of use</i> (X)	Tingkat kemudahan yang dirasakan nasabah dalam menggunakan layanan <i>mobile banking</i> . (Rita Anggraeni, 2019)	1. Kemudahan mempelajari penggunaan <i>mobile banking</i> 2. Kemudahan memahami menu dan fitur aplikasi 3. Kemudahan melakukan transaksi perbankan 4. Kejelasan tampilan dan navigasi aplikasi 5. Kemudahan penggunaan secara keseluruhan. (Venkatesh & Davis, 2020)	Likert	X1-X5
2	<i>Trust</i> (M)	Tingkat kepercayaan nasabah terhadap keamanan dan kredibilitas layanan <i>mobile banking</i> . (Ahmad Alalwan et al, 2021)	1. Keyakinan terhadap keamanan system 2. Keandalan layanan 3. Integritas penyedia layanan 4. Konsistensi kinerja aplikasi (Gefen et al., 2020; Alalwan et al., 2021)	Likert	M1-M4
3	<i>Usage of Mobile banking</i> (Y)	Tingkat intensitas penggunaan layanan <i>mobile banking</i> oleh nasabah (Alalwan et al., 2021)	1. Frekuensi penggunaan <i>mobile banking</i> 2. Intensitas penggunaan berbagai fitur 3. Keberlanjutan penggunaan <i>mobile banking</i> 4. Ketergantungan terhadap <i>mobile banking</i> 5. Penggunaan <i>mobile banking</i> dalam berbagai jenis transaksi (Venkatesh et al., 2020)	Likert	Y1-Y5

3.4 Sumber Data Dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

a. Data Primer

Menurut (Ahyar et al., 2020) Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian. Data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian.

b. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (dalam Maharani, 2020:39) sumber data sekunder merupakan data yang digunakan untuk menunjang data primer. Sumber data ini tidak langsung memberikan data pada pengumpul data, harus melalui orang lain dan dokumen terlebih dahulu. Berdasarkan paparan di atas maka sumber data sekunder dalam penelitian ini yaitu berupa bahan tertulis atau bahan perpustakaan, yakni buku, artikel, literatur, jurnal ilmiah, dan terbitan ilmiah yang membahas masalah yang relevan dengan penelitian ini

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2019:40), terdapat beberapa metode dalam pengumpulan data, di antaranya wawancara, kuesioner, observasi, atau gabungan dari ketiganya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner untuk memperoleh data primer dari sampel.

Kuesioner yang digunakan mengharuskan responden untuk memilih salah satu jawaban dari beberapa alternatif yang telah disediakan. Setiap jawaban memiliki skor nilai dengan skala ordinal untuk mengetahui persepsi masing-masing responden terhadap variabel penelitian. Selanjutnya, data yang terkumpul akan diolah menggunakan aplikasi SPSS untuk dianalisis secara statistik.

Untuk mengukur persepsi responden dalam penelitian ini, digunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2018:152), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial. Dengan skala Likert, setiap variabel dijabarkan menjadi indikator, yang kemudian dijadikan dasar untuk menyusun item-item instrumen berupa pernyataan atau pertanyaan yang akan dijawab oleh responden.

Dalam penelitian ini, skala Likert 5 poin digunakan untuk menilai *Ease of use*, *Trust*, dan *Usage of Mobile banking*. Berikut penjelasan 5 poin skala Likert yang digunakan:

Tabel 3.2

Skala Likert

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Kurang Setuju	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

Sumber: Sugiyono, 2019:152

Dengan skala ini, persepsi responden terhadap setiap indikator variabel dapat diukur secara kuantitatif dan dianalisis untuk mengetahui pengaruh *Ease of use* terhadap *Usage of Mobile banking* dengan *Trust* sebagai variabel mediasi.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tahap penting dalam penelitian kuantitatif untuk mengolah data yang diperoleh agar dapat diuji hipotesisnya secara statistik. Penelitian ini menggunakan *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)* untuk melakukan analisis regresi linear dan uji mediasi, untuk mengetahui pengaruh *Ease of use (X)* terhadap *Usage of Mobile banking (Y)* dengan *Trust (M)* sebagai variabel mediasi (Hair et al., 2021).

3.5.1 Uji Kualitas Data

Sebelum dilakukan analisis regresi, data diuji terlebih dahulu melalui validitas dan reliabilitas untuk memastikan instrumen penelitian layak dan konsisten (Sugiyono, 2019).

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana item kuesioner mampu mengukur variabel yang seharusnya diukur. Instrumen dikatakan valid apabila skor korelasi antara item pertanyaan dengan total skor variabel $\geq 0,30$ (Ghozali, 2018).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui konsistensi instrumen penelitian. Instrumen dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,70$ (Sekaran & Bougie, 2020).

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan langkah penting dalam regresi linear untuk memastikan model yang digunakan memenuhi asumsi dasar statistik. Asumsi klasik yang diuji meliputi:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi data residual mendekati distribusi normal. Hal ini penting karena regresi linear mengasumsikan bahwa *error term* berdistribusi normal. Uji dilakukan dengan *Normal P-P Plot*. Data dianggap normal jika nilai signifikansi $> 0,05$ atau titik pada *Normal P-P Plot* mendekati garis diagonal (Ghozali, 2018).

b. Uji Multikolinearitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang terlalu tinggi antar variabel independen. Parameter:

1. *Variance Inflation Factor (VIF)* $< 10 \rightarrow$ bebas multikolinearitas
2. Tolerance $> 0,1 \rightarrow$ bebas multikolinearitas (Hair et al., 2021)

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan memastikan varians residual konstan di seluruh pengamatan. Metode uji:

1. *Scatterplot* residual terhadap prediksi → titik menyebar acak → tidak ada heteroskedastisitas

3.5.3 Analisis Regresi Linear

Analisis regresi linear digunakan untuk menguji pengaruh *Ease of use* (X) terhadap *Usage of Mobile banking* (Y) baik secara langsung maupun melalui *Trust* (M) sebagai mediasi. Model regresi yang digunakan:

a. Regresi Langsung:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X + e$$

Model ini digunakan untuk mengukur pengaruh langsung *Ease of use* terhadap *Usage of Mobile banking*.

b. Regresi Mediasi (*Trust* sebagai Mediasi):

$$M = \alpha_0 + \alpha_1 X + e_1$$

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X + \beta_2 M + e_2$$

Model ini digunakan untuk menilai pengaruh X terhadap M dan pengaruh M terhadap Y dengan kontrol X .

Langkah analisis mediasi menurut Baron & Kenny (1986):

1. Menguji pengaruh $X \rightarrow Y$ (pengaruh total)
2. Menguji pengaruh $X \rightarrow M$ (pengaruh terhadap mediasi)
3. Menguji pengaruh $M \rightarrow Y$ dengan mengontrol X
4. Menilai perubahan pengaruh $X \rightarrow Y$ setelah memasukkan M
 - Jika pengaruh $X \rightarrow Y$ menurun tetapi tetap signifikan → mediasi parsial

- Jika pengaruh $X \rightarrow Y$ menjadi tidak signifikan $\rightarrow$ mediasi penuh (Hayes, 2018)

3.5.4 Sobel Test

Uji Sobel (Sobel Test) merupakan metode yang digunakan untuk menguji pengaruh tidak langsung suatu variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel intervening atau mediasi. Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel mediasi mampu menjadi perantara dalam hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Dalam penelitian ini, uji Sobel digunakan untuk mengetahui apakah variabel Trust dapat memediasi pengaruh Ease of Use terhadap penggunaan Mobile Banking. Pengujian dilakukan dengan menghitung nilai statistik Sobel (Z) berdasarkan nilai koefisien regresi dan standard error dari hubungan variabel independen terhadap variabel mediasi serta hubungan variabel mediasi terhadap variabel dependen.

Rumus yang digunakan dalam uji Sobel adalah sebagai berikut:

$$Z = \frac{ab}{\sqrt{b^2 S_a^2 + a^2 S_b^2}}$$

Dimana:

a = koefisien regresi *Ease of Use* $\rightarrow$ *Trust*

b = koefisien regresi *Trust* $\rightarrow$ *Usage of Mobile Banking*

S_a = standar error koefisien a

S_b = standar error koefisien b

Dasar pengambilan keputusan dalam uji Sobel dilakukan dengan membandingkan nilai Z hitung dengan Z tabel pada tingkat signifikansi 5%. Apabila nilai Z hitung $> 1,96$, maka terdapat pengaruh tidak langsung yang signifikan sehingga variabel mediasi dinyatakan mampu memediasi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai Z hitung $\leq 1,96$, maka pengaruh tidak langsung tersebut dinyatakan tidak signifikan dan variabel mediasi tidak mampu memediasi hubungan tersebut.

3.5.5 Uji Statistik

Dalam penelitian ini, terdapat tiga uji statistik utama:

a. Uji T (Uji Parsial)

- Digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap dependen secara individual.
- Hipotesis:
 - i) H_0 : Tidak ada pengaruh X terhadap
 - ii) H_1 : Ada pengaruh X terhadap Y
- Nilai t dihitung melalui SPSS dan dibandingkan dengan t tabel pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Jika $|t \text{ hitung}| > t \text{ tabel} \rightarrow H_0 \text{ ditolak}$ (Ghozali, 2018).

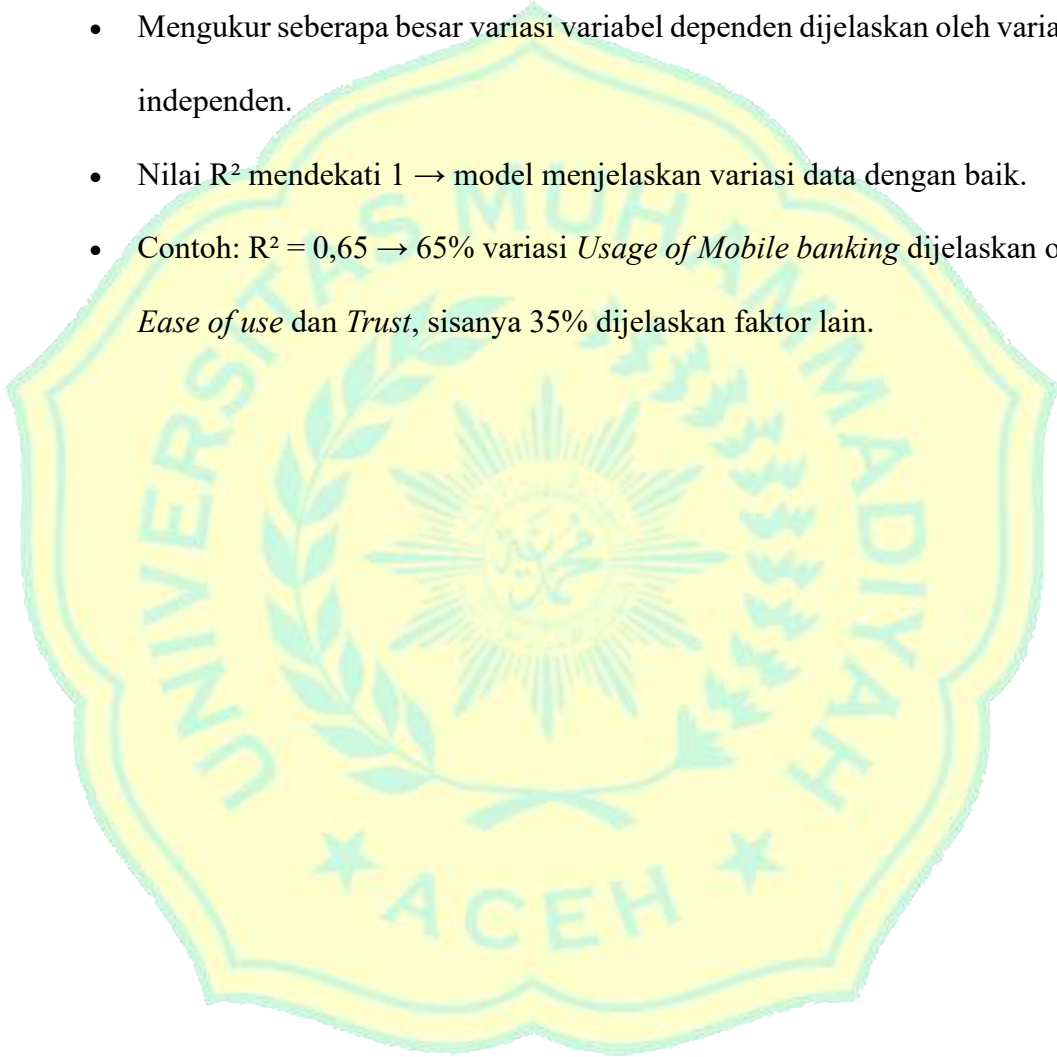
b. Koefisien Korelasi

- Mengukur tingkat keeratan dan arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.
- Nilai korelasi mendekati +1 $\rightarrow$ hubungan positif sangat kuat.
- Nilai korelasi mendekati -1 $\rightarrow$ hubungan negatif sangat kuat.

- Nilai korelasi mendekati 0 → hubungan antarvariabel semakin lemah.
- Contoh: nilai korelasi = 0,70 → terdapat hubungan positif yang kuat antara *Ease of Use* dan *Usage of Mobile Banking*.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

- Mengukur seberapa besar variasi variabel dependen dijelaskan oleh variabel independen.
- Nilai R^2 mendekati 1 → model menjelaskan variasi data dengan baik.
- Contoh: $R^2 = 0,65$ → 65% variasi *Usage of Mobile banking* dijelaskan oleh *Ease of use* dan *Trust*, sisanya 35% dijelaskan faktor lain.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

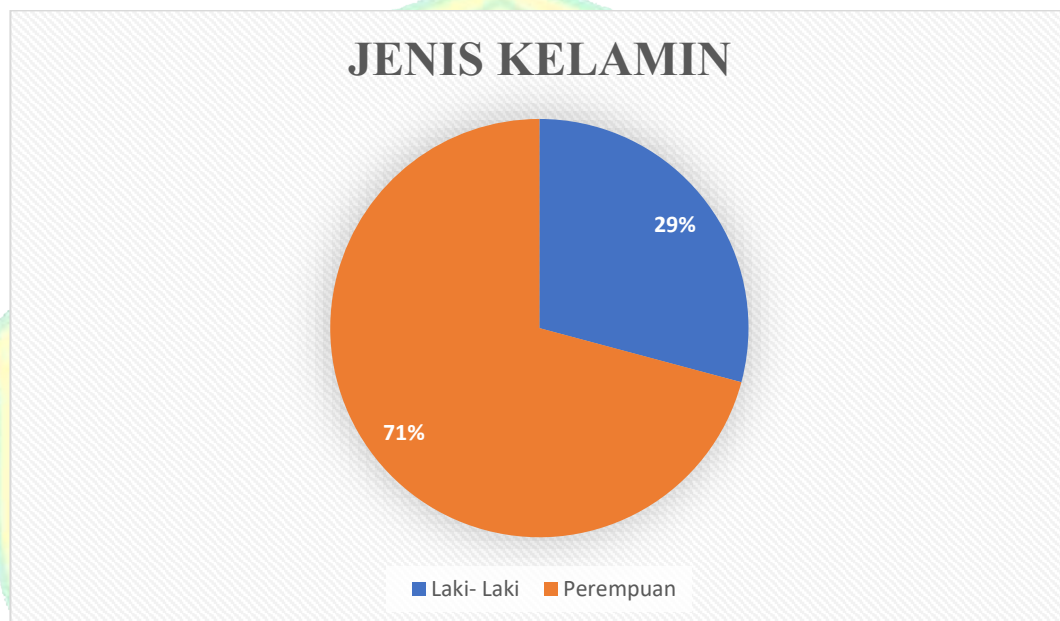
Bank BCA Syariah merupakan salah satu lembaga perbankan syariah di Indonesia yang menyediakan berbagai layanan keuangan berbasis prinsip syariah, termasuk layanan mobile banking yang memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi secara digital. Layanan mobile banking pada BCA Syariah dirancang untuk memberikan kemudahan penggunaan (*ease of use*) serta meningkatkan kepercayaan (*trust*) nasabah dalam bertransaksi secara aman dan efisien. Kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor penting yang dapat mendorong tingkat penggunaan (*usage*) mobile banking oleh nasabah.

Penelitian ini berfokus pada Bank BCA Syariah Cabang Banda Aceh yang menjadi objek penelitian dalam menganalisis pengaruh *ease of use* terhadap *usage of mobile banking* dengan *trust* sebagai variabel mediasi. BCA Syariah Kantor Cabang (KC) Banda Aceh resmi berdiri dan beroperasi pada 11 Juli 2019. Kantor cabang ini berlokasi di Jalan Teungku Daud Beureueh, Nomor 44, Banda Aceh, dan merupakan cabang pertama BCA Syariah di Pulau Sumatera. Lokasi ini berada di pusat kota sehingga mudah diakses oleh masyarakat dan nasabah.

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BCA Syariah Cabang Banda Aceh yang menggunakan layanan mobile banking. Berdasarkan daftar pernyataan yang diajukan kepada sejumlah responden, data yang diperoleh meliputi karakteristik seperti jenis kelamin, usia, dan pendidikan terakhir. Penggolongan

identitas responden ini dilakukan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas dan akurat mengenai profil responden sebagai objek penelitian. Gambaran umum responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

4.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



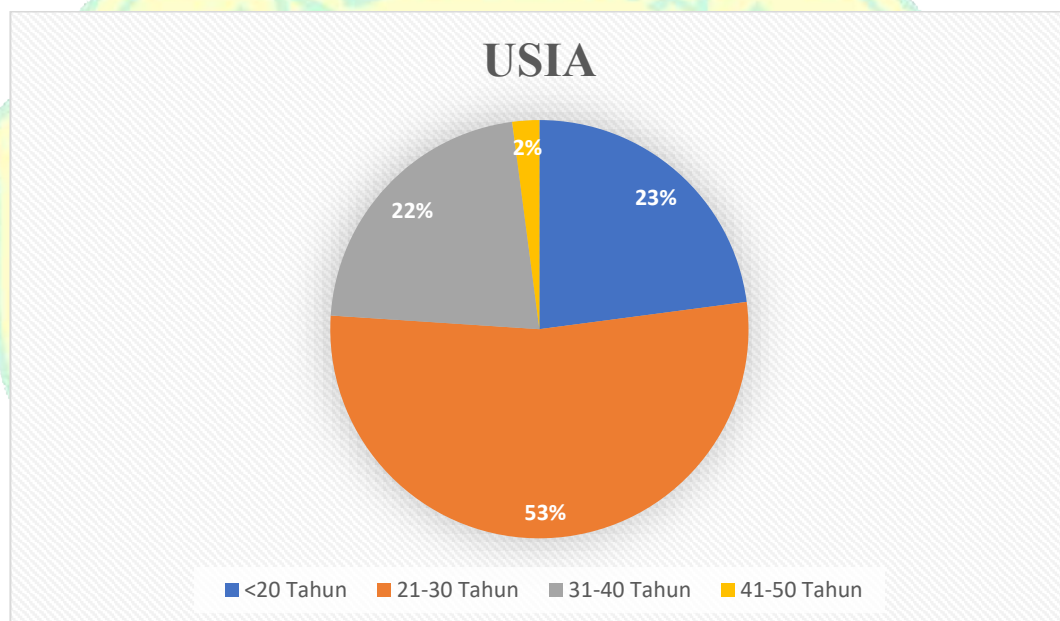
Sumber: data primer yang diolah, 2026

Gambar 4.1
Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan gambar grafik 4.1 diatas terlihat bahwa responden berjenis kelamin Wanita sebanyak 68 orang dengan persentase 71% sedangkan responden berjenis kelamin Pria sebanyak 28 orang dengan persentase 29% Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin tersebut menunjukkan kondisi yang didominasi oleh Wanita.

4.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Dalam penelitian ini diperoleh bahwa usia termuda yang diperoleh yaitu berusia dibawah 21 Tahun sedangkan usia tertua yang diperoleh yaitu berusia diatas 40 tahun. Berdasarkan hasil pengujian melalui kuesioner yang dibagikan kepada nasabah bank BCA Syariah pada periode penelitian. Selanjutnya kisaran usia diatas dibuat interval dengan pernyataan pada kuesioner, maka usia responden dapat dikelompokkan seperti berikut:



Sumber: Data primer yang diolah, 2026

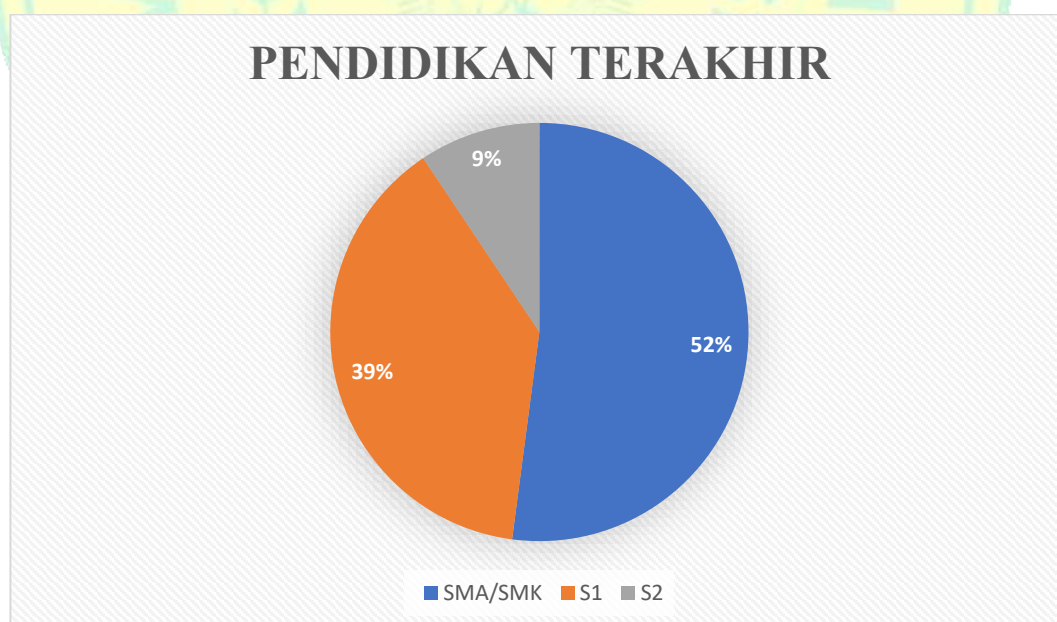
Gambar 4.2
Distribusi Responden Berdasarkan Usia Responden

Berdasarkan gambar grafik 4.2 dapat disimpulkan bahwa responden usia dibawah 20 tahun sebanyak 22 Responden (23%), usia 21 -30 Tahun sebanyak 51 Responden (53%), usia 31- 40 Tahun sebanyak 21 Responden (22%), usia 41-50 Tahun sebanyak 2 Responden (2%) dan tidak ada Responden berusia 50 Tahun

keatas. Berdasarkan grafik 4.2 dapat diketahui bahwa untuk usia responden didominasi yang terbanyak adalah usia 21-30 tahun sebanyak 51 orang dengan presentase 53%. Dan diikuti dengan usia responden dari usia responden dari usia dibawah 20 tahun sebanyak 22 orang dengan presentase 22%. Penjelasan diatas dapat memberikan indikasi bahwa nasabah Bank BCA Syariah masih tergolong usia produktif. Hal tersebut menunjukan bahwa faktor usia sangat menunjang potensi seseorang untuk menggunakan *mobile banking*.

4.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Masing-masing nasabah memiliki tingkatan pendidikan yang berbeda. Untuk memudahkan perbedaan jenis pendidikan responden maka digolongkan menjadi 3 kelompok, sebagai berikut:



Sumber : Data primer yang diolah, 2026

Gambar 4.3
Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan gambar grafik 4.3 menunjukkan bahwa dalam penelitian ini. Jumlah responden didominasi dengan pendidikan terakhir SMA/SMK sebanyak 50 responden (52%) dibanding berpendidikan S1 sebanyak 37 responden (39%) dan S2 sebanyak 9 responden (9%) dari 96 responden. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah Bank BCA Syariah, memiliki banyak konsumen berpendidikan terakhir SMA/SMK.

4.2 Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi hasil penelitian ini digunakan untuk mengetahui penilaian responden terhadap variabel penelitian yang meliputi *Ease Of Use*, *Usage of Mobile Banking* dan *Trust* sebagai variabel mediasi.

4.2.1 Deskripsi Variabel *Ease of Use* (X)

Ease of Use (kemudahan penggunaan) merupakan salah satu faktor penting dalam penerimaan teknologi, khususnya dalam penggunaan layanan mobile banking. Kemudahan penggunaan mencerminkan sejauh mana suatu sistem dapat dengan mudah dipahami dan digunakan oleh nasabah tanpa memerlukan usaha yang besar. Semakin mudah suatu aplikasi digunakan, maka semakin tinggi kemungkinan nasabah untuk memanfaatkannya dalam aktivitas transaksi sehari-hari.

Dalam konteks penelitian ini, variabel *ease of use* mengacu pada persepsi nasabah terhadap kemudahan dalam mengoperasikan layanan mobile banking pada

Bank BCA Syariah Cabang Banda Aceh, seperti kemudahan dalam memahami fitur, kemudahan dalam melakukan transaksi, serta kejelasan tampilan aplikasi.

Pengukuran variabel *ease of use* dilakukan dengan menggunakan 5 item pernyataan. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh deskripsi tanggapan responden terhadap variabel *ease of use* sebagai berikut:

Tabel 4.1
Tanggapan Responden Mengenai Indikator *Ease of Use*

No	<i>Ease of Use</i>	STS		TS		KS		S		SS		Mean
		Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	
1	Saya merasa mudah mempelajari cara menggunakan <i>mobile banking</i> sejak pertama kali mencoba.	0	0	0	0	4	4,2	48	50	44	45,8	4.41
2	Saya mudah memahami fitur yang tersedia di aplikasi <i>mobile banking</i> .	0	0	0	0	3	3,1	41	42,7	52	54,2	4.51
3	Saya merasa proses transaksi perbankan melalui <i>mobile banking</i> sederhana	0	0	0	0	6	6,3	48	50	42	43,8	4.37
4	Tampilan navigasi aplikasi <i>mobile banking</i> jelas dan memudahkan saya dalam menggunakannya.	0	0	0	0	5	5,2	47	49	44	45,8	4.40
5	Secara keseluruhan, saya merasa <i>mobile banking</i> mudah digunakan untuk semua kebutuhan perbankan.	0	0	0	0	4	4,2	47	49	45	46,9	4.42
Rerata												4.42

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa pernyataan pertama yaitu “Saya merasa mudah mempelajari cara menggunakan *mobile banking* sejak

pertama kali mencoba” memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,41. Nilai ini mendekati skor sangat setuju, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa tidak mengalami kesulitan dalam mempelajari penggunaan mobile banking pada awal pemakaian.

Pernyataan kedua yaitu “Saya mudah memahami fitur yang tersedia di aplikasi mobile banking” memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,51. Nilai ini sangat mendekati skor sangat setuju, yang berarti mayoritas responden menilai bahwa fitur-fitur dalam aplikasi mobile banking mudah dipahami.

Pernyataan ketiga yaitu “Saya merasa proses transaksi perbankan melalui mobile banking sederhana” memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,37. Nilai ini mendekati skor setuju, yang menunjukkan bahwa responden pada umumnya merasa proses transaksi dalam mobile banking tergolong sederhana.

Pernyataan keempat yaitu “Tampilan navigasi aplikasi mobile banking jelas dan memudahkan saya dalam menggunakannya” memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,40. Nilai ini mendekati skor setuju, yang berarti responden menilai bahwa tampilan navigasi aplikasi cukup jelas dan membantu dalam penggunaan.

Pernyataan kelima yaitu “Secara keseluruhan, saya merasa mobile banking mudah digunakan untuk semua kebutuhan perbankan” memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,42. Nilai ini mendekati skor sangat setuju, yang menunjukkan bahwa secara umum responden merasa mobile banking mudah digunakan dalam memenuhi kebutuhan perbankan mereka.

Secara keseluruhan, variabel ease of use pada layanan mobile banking Bank BCA Syariah Cabang Banda Aceh menunjukkan nilai rata-rata sebesar 4,42. Nilai

ini mendekati skor setuju, sehingga dapat dikatakan bahwa kemudahan penggunaan mobile banking berada dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian positif terhadap kemudahan penggunaan aplikasi, baik dari segi pembelajaran awal, pemahaman fitur, proses transaksi, maupun tampilan navigasi. Indikator dengan nilai tertinggi terdapat pada pernyataan kedua, yaitu kemudahan memahami fitur aplikasi mobile banking, yang menunjukkan bahwa aspek ini menjadi keunggulan utama dalam mendukung kemudahan penggunaan oleh nasabah.

4.2.2 Deskripsi Variabel *Trust* (M)

Trust (kepercayaan) merupakan salah satu faktor penting dalam penggunaan layanan perbankan digital, khususnya mobile banking. Kepercayaan mencerminkan keyakinan nasabah terhadap keamanan, keandalan, serta integritas sistem dalam melindungi data dan transaksi yang dilakukan. Semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah, maka semakin besar kemungkinan nasabah untuk menggunakan layanan mobile banking secara berkelanjutan.

Dalam konteks penelitian ini, variabel *trust* mengacu pada tingkat kepercayaan nasabah terhadap layanan mobile banking pada Bank BCA Syariah Cabang Banda Aceh, seperti kepercayaan terhadap keamanan transaksi, kerahasiaan data, serta keandalan sistem dalam memberikan layanan yang optimal.

Pengukuran variabel *trust* dilakukan dengan menggunakan 4 item pernyataan sehingga diperoleh hasil penelitian sebagai berikut:

Tabel 4.2
Tanggapan Responden Mengenai Indikator *Trust*

No	<i>Trust</i>	STS		TS		KS		S		SS		<i>Mean</i>
		Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	
1	Saya yakin <i>mobile banking</i> mampu melindungi data pribadi saya.	0	0	0	0	4	4,2	53	55,2	39	40,6	4,36
2	Saya percaya sistem <i>mobile banking</i> dapat berfungsi dengan baik dan memproses transaksi secara akurat.	0	0	0	0	7	7,3	48	50	41	42,7	4,35
3	Saya yakin pihak bank bertindak jujur dan bertanggung jawab dalam mengelola layanan <i>mobile banking</i> .	0	0	0	0	6	6,3	48	50	42	43,8	4,37
4	Saya merasa kualitas layanan <i>mobile banking</i> konsisten.	0	0	0	0	7	7,3	46	47,9	44	44,8	4,42
Rerata												4,37

Sumber: data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa pernyataan pertama yaitu “Saya yakin *mobile banking* mampu melindungi data pribadi saya” memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,36. Nilai ini mendekati skor setuju, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki keyakinan bahwa *mobile banking* mampu menjaga dan melindungi data pribadi mereka dengan baik.

Pernyataan kedua yaitu “Saya percaya sistem *mobile banking* dapat berfungsi dengan baik dan memproses transaksi secara akurat” memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,35. Nilai ini mendekati skor setuju, yang berarti responden pada

umumnya percaya bahwa sistem mobile banking dapat berjalan dengan baik serta mampu memproses transaksi secara tepat dan akurat.

Pernyataan ketiga yaitu “Saya yakin pihak bank bertindak jujur dan bertanggung jawab dalam mengelola layanan mobile banking” memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,37. Nilai ini mendekati skor setuju, yang menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat kepercayaan yang baik terhadap integritas dan tanggung jawab pihak bank dalam mengelola layanan mobile banking.

Pernyataan keempat yaitu “Saya merasa kualitas layanan mobile banking konsisten” memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,42. Nilai ini mendekati skor sangat setuju, yang berarti responden menilai bahwa kualitas layanan mobile banking relatif stabil dan konsisten dalam penggunaannya.

Secara keseluruhan, variabel trust pada layanan mobile banking menunjukkan nilai rata-rata sebesar 4,37. Nilai ini mendekati skor setuju, sehingga dapat dikatakan bahwa tingkat kepercayaan nasabah terhadap layanan mobile banking berada dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki kepercayaan yang cukup tinggi terhadap keamanan, keandalan sistem, integritas pihak bank, serta konsistensi layanan yang diberikan. Indikator dengan nilai tertinggi terdapat pada pernyataan keempat yaitu kualitas layanan yang konsisten, yang menunjukkan bahwa stabilitas layanan menjadi faktor utama dalam membangun kepercayaan nasabah terhadap mobile banking.

4.2.3 Deskripsi Variabel *Usage of Mobile Banking*

Usage of mobile banking (penggunaan mobile banking) merupakan variabel yang menunjukkan sejauh mana nasabah memanfaatkan layanan mobile banking dalam aktivitas perbankan sehari-hari. Penggunaan ini mencerminkan frekuensi, intensitas, serta keberlanjutan nasabah dalam menggunakan fitur-fitur yang tersedia, seperti transfer, pembayaran, pembelian, dan pengecekan saldo. Semakin tinggi tingkat penggunaan mobile banking, maka semakin menunjukkan bahwa layanan tersebut telah diterima dan dianggap bermanfaat oleh nasabah.

Dalam konteks penelitian ini, variabel *usage of mobile banking* mengacu pada tingkat penggunaan layanan mobile banking oleh nasabah pada Bank BCA Syariah Cabang Banda Aceh, yang dilihat dari seberapa sering nasabah menggunakan aplikasi, kemudahan dalam mengakses fitur, serta kecenderungan untuk terus menggunakan layanan tersebut dalam jangka panjang.

Pengukuran variabel *usage of mobile banking* dilakukan dengan menggunakan 5 item pernyataan sehingga diperoleh hasil penelitian sebagai berikut:

Tabel 4.3
Tanggapan Responden Mengenai Indikator *Usage of Mobile Banking*

No	<i>Usage of Mobile Banking</i>	STS		TS		KS		S		SS		Mean
		Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	
1	Saya menggunakan <i>mobile banking</i> secara rutin dalam melakukan transaksi perbankan.	0	0	0	0	3	3,1	44	45,8	49	51	4.48

No	Usage of Mobile Banking	STS		TS		KS		S		SS		Mean
		Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	
2	Saya memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia di aplikasi <i>mobile banking</i> secara aktif.	0	0	0	0	6	6,3	45	46,9	45	46,9	4.41
3	Saya berniat untuk terus menggunakan <i>mobile banking</i> dalam jangka panjang.	0	0	0	0	4	4,42	45	46,9	47	49	4.45
4	Saya mengandalkan <i>mobile banking</i> sebagai sarana utama dalam melakukan transaksi perbankan.	0	0	0	0	5	5,2	44	45,8	47	49	4.44
5	Saya menggunakan <i>mobile banking</i> untuk berbagai jenis transaksi finansial maupun non-finansial.	0	0	0	0	8	8,3	45	46,9	43	44,8	4.36
Rerata												4.43

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa pernyataan pertama yaitu “Saya menggunakan *mobile banking* secara rutin dalam melakukan transaksi perbankan” memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,48. Nilai ini mendekati skor sangat setuju, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden secara aktif dan rutin menggunakan *mobile banking* dalam aktivitas transaksi perbankan sehari-hari.

Pernyataan kedua yaitu “Saya memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia di aplikasi *mobile banking* secara aktif” memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,41. Nilai

ini mendekati skor setuju, yang berarti responden cukup aktif dalam memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia dalam aplikasi mobile banking.

Pernyataan ketiga yaitu “Saya berniat untuk terus menggunakan mobile banking dalam jangka panjang” memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,45. Nilai ini mendekati skor sangat setuju, yang menunjukkan bahwa responden memiliki niat yang kuat untuk terus menggunakan layanan mobile banking di masa mendatang.

Pernyataan keempat yaitu “Saya mengandalkan mobile banking sebagai sarana utama dalam melakukan transaksi perbankan” memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,44. Nilai ini mendekati skor sangat setuju, yang berarti responden telah menjadikan mobile banking sebagai sarana utama dalam melakukan transaksi perbankan.

Pernyataan kelima yaitu “Saya menggunakan mobile banking untuk berbagai jenis transaksi finansial maupun non-finansial” memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,36. Nilai ini mendekati skor setuju, yang menunjukkan bahwa responden menggunakan mobile banking untuk berbagai kebutuhan transaksi, meskipun masih terdapat sebagian kecil yang belum memanfaatkannya secara maksimal.

Secara keseluruhan, variabel usage of mobile banking menunjukkan nilai rata-rata sebesar 4,43. Nilai ini mendekati skor setuju, sehingga dapat dikatakan bahwa tingkat penggunaan mobile banking berada dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah menggunakan mobile banking secara rutin, memiliki niat untuk terus menggunakan, serta menjadikannya sebagai sarana utama dalam melakukan transaksi perbankan. Indikator dengan nilai tertinggi terdapat pada pernyataan pertama yaitu penggunaan mobile banking

secara rutin, yang menunjukkan bahwa intensitas penggunaan menjadi aspek utama dalam menggambarkan tingginya penggunaan mobile banking oleh responden.

4.3 Hasil Pengujian Data

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut (Ghozali, 2012). Dalam melakukan uji validitas ini, peneliti memakai 96 responden dan taraf signifikan 5% dengan bantuan SPSS. Suatu item pertanyaan dinyatakan valid jika nilai r hitung melebihi dari nilai r tabel pada tingkat signifikan 0,05 sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r Hitung	r Tabel	Hasil
<i>Ease of Use (X)</i>	X.1	0.803	0.200	VALID
	X.2	0.826	0.200	VALID
	X.3	0.845	0.200	VALID
	X.4	0.885	0.200	VALID
	X.5	0.849	0.200	VALID
<i>Trust (M)</i>	M.1	0.811	0.200	VALID
	M.2	0.817	0.200	VALID
	M.3	0.875	0.200	VALID
	M.4	0.812	0.200	VALID
<i>Usage of Mobile Banking (X)</i>	Y.1	0.869	0.200	VALID
	Y.2	0.823	0.200	VALID
	Y.3	0.867	0.200	VALID
	Y.4	0.880	0.200	VALID
	Y.5	0.827	0.200	VALID

Sumber: Data yang diolah SPSS, 2026

Dalam tabel 4.4 dapat diketahui bahwa nilai r hitung (Corrected item – Total Correlation) dari uji validitas mempunyai nilai besar dari nilai r tabel dengan $\alpha =$

0,05, dimana sample berjumlah 96 responden. Maka, dari data semua indikator yang digunakan dalam penelitian ini, untuk mengukur variabel – variabel yang digunakan memiliki r hitung yang lebih besar dibanding dengan r tabel. Sehingga, semua indikator yang ada dalam penelitian ini adalah Valid.

4.3.2 Uji Realibilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliable apabila cronbach alpha $> 0,60$. Berikut hasil uji reliabilitas variabel *Ease of Use*, *Trust* dan *Usage of Mobile Banking* sebagai berikut:

Tabel 4.5
Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha		Hasil Reliabilitas Coefecient SPSS	Keterangan
<i>Ease of Use (X)</i>	0.6	<	0.897	Realiable
<i>Trust (M)</i>	0.6	<	0.847	Realiable
<i>Usage of Mobile Banking (Y)</i>	0.6	<	0.906	Realiable

Sumber: data primer yang diolah SPSS, 2026

Dari hasil tabel 4.5 dapat diketahui suatu variabel dinyatakan variabel jika cronbach alpha lebih besar dari 0,6. Tabel diatas menunjukan bahwa semua variabel memiliki cronbach alpha cukup besar yaitu diatas 0,6. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa realibilitas dari variabel *Ease of Use*, *Trust* dan *Usage of Mobile* yang diteliti adalah reliabel.

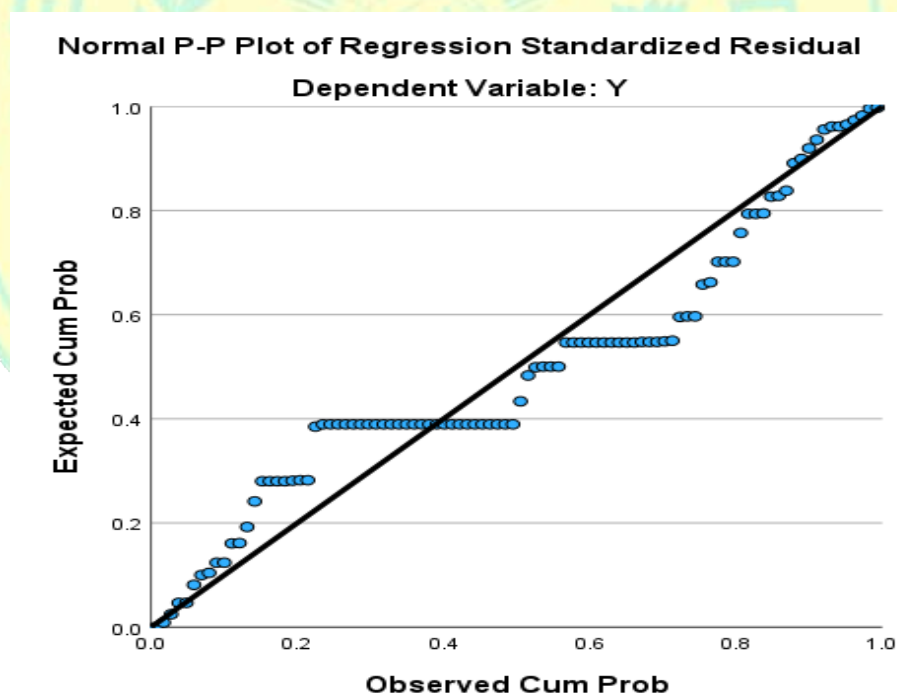
4.4 Uji Asumsi Klasik

Dalam uji asumsi klasik terdapat beberapa pengujian yang harus dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

4.4.1 Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan terhadap residual regresi. Pengujian dilakukan dengan menggunakan grafik P-P Plot. Data yang normal jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal yang menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Gambar pengujian normalitas adalah sebagai berikut:



Sumber : Data diolah SPSS,2026

Gambar 4.4
Uji Normalitas P-P Plot

Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa titik-titik berada tidak jauh dari garis diagonal. Hal tersebut mengartikan bahwa model regresi tersebut sudah berdistribusi normal, sehingga model regresi tersebut layak untuk digunakan dalam melakukan pengujian selanjutnya.

4.4.2 Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah didalam model regresi tersebut ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel bebas. Diagnosa secara sederhana terhadap tidak adanya multikolinearitas di dalam model regresi yaitu data dikatakan tidak terjadi multikolinearitas apabila jika nilai tolerance diatas ($>$) 0,1 dan mempunyai VIF dibawah ($<$) 10. Hasil uji multikolenieritas dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.6
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	colinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
<i>Constant</i>		
<i>Ease of Use (X)</i>	0.349	2.864
<i>Trust (M)</i>	0.349	2.864

Sumber: Data primer yang diolah SPSS, 2026

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, *Ease of Use (X)* berdasarkan hasil tolerance 0,349 lebih besar dari 0,1 dan berdasarkan nilai VIF 2,864 kurang dari 10. Hal ini menunjukkan bahwa murni berdiri sendiri dan tidak ada multikolinearitas. Sehingga model regresi layak untuk digunakan dalam melakukan pengujian. *Trust (M)*

berdasarkan hasil tolerance 0,349 lebih besar dari 0,1 dan berdasarkan nilai VIF 2,864 kurang dari 10. Hal ini menunjukkan bahwa murni berdiri sendiri dan tidak ada multikolinearitas. Sehingga model regresi layak untuk digunakan dalam melakukan pengujian

4.4.3 Uji Heterokedastisitas

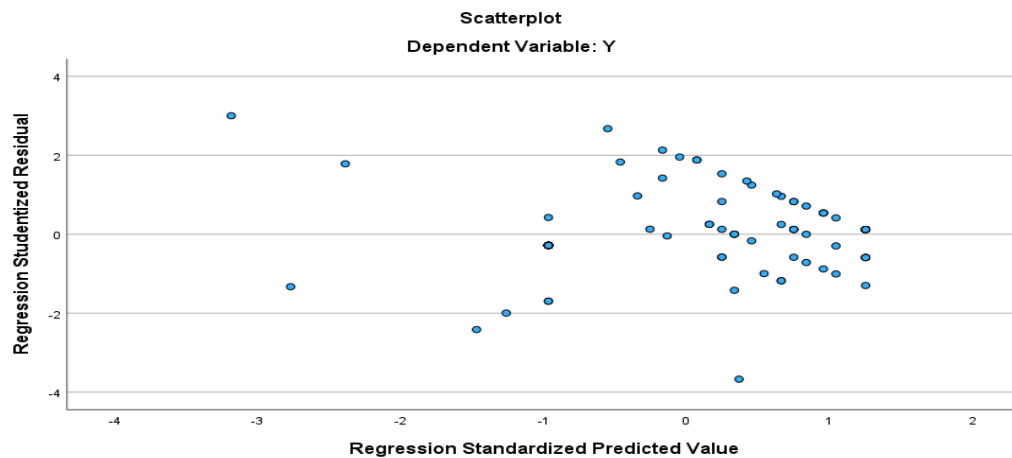
Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2020).

Dengan dasar analisis sebagai berikut :

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan bahwa penelitian tersebut telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka penelitian tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pola diatas dapat membuktikan apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dapat dibuktikan pada uji scatter plot.

Untuk mengetahui ada tidaknya gejala heteroskedastisitas, maka dapat dilihat lebih jelasnya seperti pada gambar berikut:



Sumber: data primer diolah SPSS, 2026

Gambar 4.5
Uji Heterokedastisitas

Dari scatterplot diatas dapat terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 dan sumbu Y, hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini. Sehingga model regresi layak digunakan dalam melakukan pengujian.

4.5 Hasil Analisis Regresi Linear

Analisis regresi linear digunakan untuk mengetahui besarnya variabel independen yaitu pengaruh *Ease of Use* terhadap variabel dependen *Usage of Mobile Banking*. Pengolahan data dengan program SPSS memberikan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.7
Analisis Regresi Liner

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.564	1.527		2.990	0.004
<i>Ease of Use</i>	0.796	0.068	0.77	11.703	<0.001
a. Dependent Variable: <i>Usage of Mobile Banking</i>					

Sumber: data primer diolah SPSS, 2026

Berdasarkan tabel 4.7 tersebut diatas, maka dapat dilihat bahwa persamaan regresi linear yang mencerminkan hubungan antar variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = 4.564 + 0,796 X_1$$

Dari persamaan regresi linear diatas menunjukan bahwa nilai koefisien regresi *Ease of Use* sebesar 0.796 bernilai positif yang berarti bahwa semakin baik *Ease of Use*, maka *Usage of Mobile Banking* akan semakin meningkat.

4.5.1 Hasil Regresi Mediasi

Regresi mediasi merupakan metode analisis yang digunakan untuk mengetahui peran variabel mediasi dalam menjembatani hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi apakah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen terjadi secara langsung maupun tidak langsung melalui variabel mediasi (*mediation analysis*).

Tabel 4.8
Regresi Mediasi X terhadap M

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.203	1.096		2.921	0.004
<i>Ease of Use</i>	0.646	0.049	0.807	13.237	<0.001
a. Dependent Variable: <i>Trust</i>					

Sumber: data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan tabel 4.8 tersebut diatas, maka dapat dilihat bahwa persamaan regresi linear yang mencerminkan hubungan antar variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$M = 3.203 + 0,646 X$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa koefisien regresi *Ease of Use* sebesar 0,646 bernilai positif. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan *Ease of Use* akan diikuti oleh peningkatan *Trust*. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Trust*.

Tabel 4.9
Regresi Mediasi X dan M Terhadap Y

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.677	1.452		1.843	0.069
<i>Ease of Use</i>	0.415	0.105	0.401	3.957	<0.001
<i>Trust</i>	0.589	0.131	0.457	4.506	<0.001
a. Dependent Variable: <i>Usage of Mobile Banking</i>					

Sumber: data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan tabel 4.9 tersebut diatas, maka dapat dilihat bahwa persamaan regresi linear yang mencerminkan hubungan antar variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = 2.677 + 0.415X + 0.589M$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa:

- Koefisien *Ease of Use* sebesar 0,415 bernilai positif, yang berarti *Ease of Use* berpengaruh langsung terhadap *Usage of Mobile Banking*.
- Koefisien *Trust* sebesar 0,589 bernilai positif, yang berarti *Trust* berpengaruh terhadap *Usage of Mobile Banking*.

Hal ini menunjukkan bahwa baik *Ease of Use* maupun *Trust* memiliki kontribusi dalam meningkatkan penggunaan mobile banking.

Berdasarkan hasil analisis regresi mediasi (*mediation regression*), diperoleh bahwa *Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Trust*, serta *Trust* berpengaruh positif terhadap *Usage of Mobile Banking*. Selain itu, *Ease of Use* juga tetap memiliki pengaruh langsung terhadap *Usage of Mobile Banking* meskipun variabel *Trust* dimasukkan ke dalam model regresi.

Temuan ini menunjukkan bahwa *Trust* berperan sebagai variabel yang menjembatani hubungan antara *Ease of Use* dan *Usage of Mobile Banking*. Dengan kata lain, semakin tinggi kemudahan penggunaan yang dirasakan oleh nasabah, maka akan meningkatkan *Trust*, yang selanjutnya mendorong peningkatan penggunaan mobile banking.

Namun demikian, karena pengaruh langsung *Ease of Use* terhadap *Usage of Mobile Banking* masih tetap ada setelah memasukkan variabel *Trust*, maka dapat disimpulkan bahwa *Trust* berperan sebagai variabel mediasi parsial (*partial mediation*). Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh *Ease of Use* terhadap *Usage of Mobile Banking* tidak hanya terjadi secara tidak langsung melalui *Trust*, tetapi juga secara langsung.

Dengan demikian, *Trust* tidak sepenuhnya menjadi variabel perantara (*full mediation*), melainkan hanya memperkuat hubungan antara *Ease of Use* dan *Usage of Mobile Banking*.

4.5.2 Sobel Test

Sobel test merupakan uji untuk mengetahui apakah hubungan yang melalui sebuah variabel mediasi secara signifikan mampu sebagai mediator dalam

hubungan tersebut. Sebagai contoh pengaruh A terhadap B melalui M dalam hal hubungan tersebut. Seperti pengaruh X terhadap Y melalui M. Dalam hal ini variabel M merupakan mediator hubungan dari X ke Y. Untuk menguji seberapa besar peran variabel Z memediasi pengaruh X terhadap Y digunakan uji sobel test.

Dimana sobel test menggunakan uji M dengan rumus sebagai berikut:

$$Z = \frac{ab}{\sqrt{b^2 S_a^2 + a^2 S_b^2}}$$

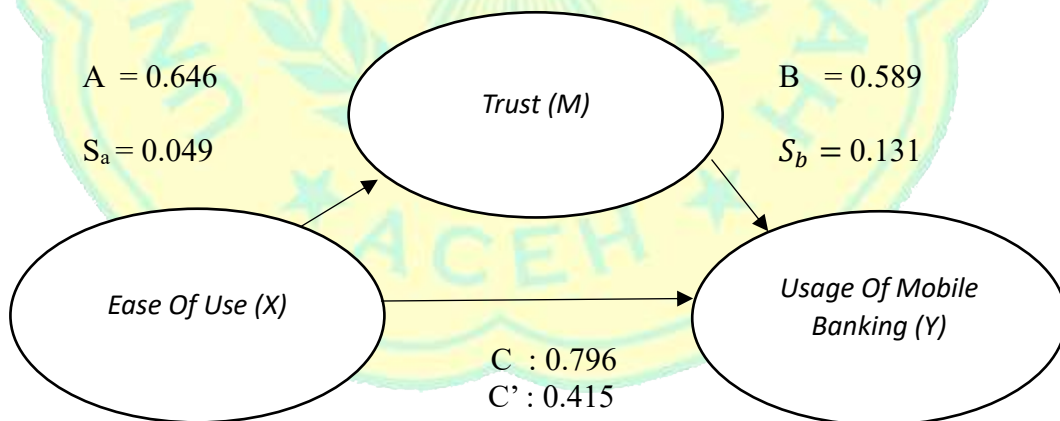
Dimana:

a = koefisien regresi *Ease of Use* → *Trust*

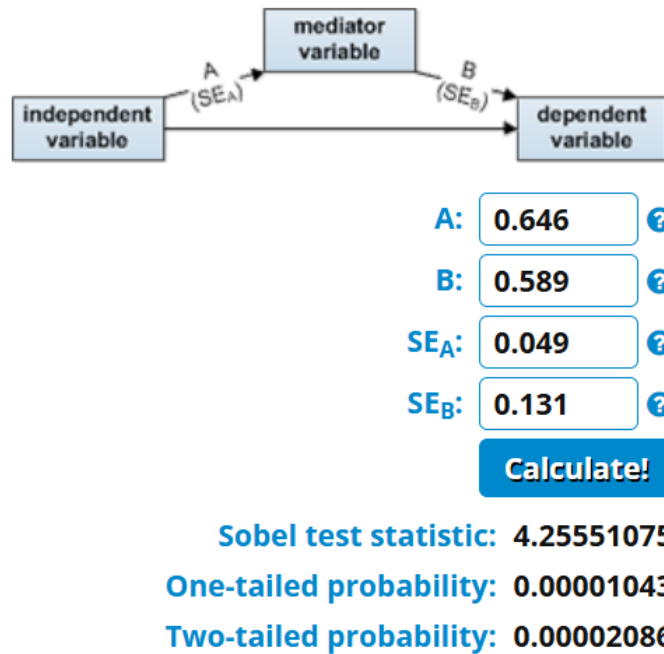
b = koefisien regresi *Trust* → *Usage of Mobile Banking*

S_a = standar error koefisien a

S_b = standar error koefisien b



Gambar 4.6
Hasil Uji Mediasi



Gambar 4.7
Hasil Kalkulator Sobel Test

Berdasarkan hasil pengujian mediasi menggunakan *Sobel Test*, diperoleh nilai statistik Z sebesar 4,2555, yang mana nilai tersebut lebih besar dari nilai kritis 1,96 pada tingkat signifikansi 5%. Selain itu, nilai probabilitas *two-tailed* sebesar 0,00002086, yang berarti jauh lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) antara *Ease of Use* terhadap *Usage of Mobile Banking* melalui variabel *Trust* adalah signifikan secara statistik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel *Trust* berperan sebagai mediator dalam hubungan antara kemudahan penggunaan dan penggunaan mobile banking.

Selanjutnya, berdasarkan hasil uji pengaruh langsung (*direct effect*), diketahui bahwa variabel *Ease of Use* tetap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Usage of Mobile Banking*, meskipun variabel *Trust* telah dimasukkan ke

dalam model penelitian. Hal ini menjadi indikator utama bahwa jenis mediasi yang terjadi adalah mediasi parsial, bukan mediasi penuh.

Mediasi parsial ini menunjukkan bahwa hubungan antara *Ease of Use* dan *Usage of Mobile Banking* tidak sepenuhnya bergantung pada variabel *Trust*. Artinya, terdapat dua jalur pengaruh yang terjadi secara simultan, yaitu pengaruh langsung, di mana kemudahan penggunaan secara langsung meningkatkan penggunaan mobile banking, serta pengaruh tidak langsung, di mana kemudahan penggunaan meningkatkan kepercayaan yang pada akhirnya mendorong peningkatan penggunaan mobile banking. Dengan demikian, *Trust* berperan sebagai variabel yang memperkuat hubungan antara *Ease of Use* dan *Usage of Mobile Banking*, namun bukan sebagai satu-satunya jalur pengaruh.

4.6 Pengujian Hipotesis

4.6.1 Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial (*partial effect*). Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana masing-masing variabel independen mampu menjelaskan variasi variabel dependen.

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS, diperoleh nilai t tabel sebesar 1,985 dengan tingkat signifikansi 0,05.

Tabel 4.10
Hasil Uji t

Coefficients						
model	unstandardized coefficients		Standardized coefficients	t Hitung	t Tabel	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	2.677	1.452	Beta	1.843	1,985	0.069
<i>Ease of Use</i>	0.646	0.105	0.401	3.957	1,985	<0.001
<i>Trust</i>	0.589	0.131	0.457	4.506	1,985	<0.001
Dependen Variabel: <i>Usage of Mobile Banking</i>						

Sumber: data primer diolah SPSS, 2026

Berdasarkan Tabel 4.10, maka dapat dijelaskan hasil pengujian hipotesis secara parsial sebagai berikut:

1. Pengaruh *Ease of Use* terhadap *Usage of Mobile Banking*

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *Ease of Use* memiliki nilai t hitung sebesar $3,957 > 1,985$ (t tabel) dengan nilai signifikansi $< 0,001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa *Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Usage of Mobile Banking*.

Artinya, semakin tinggi tingkat kemudahan penggunaan yang dirasakan oleh nasabah, maka akan semakin meningkatkan penggunaan mobile banking. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa *Ease of Use* berpengaruh terhadap *Usage of Mobile Banking* diterima.

2. Pengaruh *Trust* terhadap *Usage of Mobile Banking*

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *Trust* memiliki nilai t hitung sebesar $4,506 > 1,985$ (t tabel) dengan nilai signifikansi $< 0,001 < 0,05$. Hal

ini menunjukkan bahwa *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Usage of Mobile Banking*.

Artinya, semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah terhadap layanan mobile banking, maka akan semakin meningkatkan penggunaan mobile banking. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa *Trust* berpengaruh terhadap *Usage of Mobile Banking* diterima.

Berdasarkan hasil uji t pada model regresi yang melibatkan variabel *Ease of Use* dan *Trust*, diketahui bahwa kedua variabel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Usage of Mobile Banking*. Selain itu, *Ease of Use* tetap signifikan meskipun variabel *Trust* dimasukkan ke dalam model.

Hal ini menunjukkan bahwa *Trust* berperan sebagai variabel mediasi parsial (*partial mediation*) dalam hubungan antara *Ease of Use* dan *Usage of Mobile Banking*. Dengan kata lain, pengaruh *Ease of Use* terhadap penggunaan mobile banking tidak hanya terjadi secara langsung, tetapi juga secara tidak langsung melalui peningkatan *Trust*.

4.6.2 Koefisien Korelasi (R)

Koefisien korelasi (*R*) digunakan untuk mengukur tingkat keeratan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu model penelitian. Nilai koefisien korelasi berkisar antara 0 sampai dengan 1, dimana semakin mendekati angka 1 maka hubungan antar variabel semakin kuat.

Tabel 4.11
Uji Koefisien Korelasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.816 ^a	0.666	0.659	1.430
a. Predictors: (Constant), <i>Trust</i> , <i>Ease of Use</i>				

Sumber: data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan tabel 4.12, diperoleh nilai koefisien korelasi (*R*) sebesar 0,816. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel *Ease of Use* dan *Trust* terhadap *Usage of Mobile Banking* berada pada kategori sangat kuat, karena berada pada rentang 0,80–1,00.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara *Ease of Use* dan *Trust* dengan *Usage of Mobile Banking*, yang berarti semakin baik kemudahan penggunaan dan kepercayaan, maka akan semakin tinggi tingkat penggunaan mobile banking.

4.6.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (*R Square*) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen dalam suatu model penelitian.

Berdasarkan gambar 4.12, diperoleh nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,666 atau 66,6%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Ease of Use* dan *Trust* mampu menjelaskan variasi *Usage of Mobile Banking* sebesar 66,6%, sedangkan sisanya sebesar 33,4% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Selain itu, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,659 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel dan sampel, model penelitian ini tetap memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan variabel dependen.

Dengan demikian, model penelitian ini dapat dikatakan memiliki tingkat ketepatan yang baik (*goodness of fit*) dalam menjelaskan pengaruh *Ease of Use* dan *Trust* terhadap *Usage of Mobile Banking*.

4.7 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *ease of use* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *trust* dan *usage of mobile banking*. Selain itu, *trust* juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap *usage of mobile banking*, serta berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara *ease of use* dan *usage of mobile banking*. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antarvariabel tidak berdiri sendiri, melainkan saling berkaitan dan memperkuat satu sama lain dalam mendorong penggunaan layanan mobile banking.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan penggunaan suatu aplikasi mobile banking, maka semakin besar pula kemungkinan nasabah untuk mempercayai layanan tersebut. Kemudahan dalam mempelajari penggunaan aplikasi sejak awal, memahami fitur yang tersedia, serta proses transaksi yang sederhana dan tidak rumit menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi positif pengguna. Ketika nasabah merasa bahwa sistem mudah digunakan dan tidak membingungkan, maka rasa percaya terhadap keamanan dan keandalan sistem juga akan meningkat.

Selanjutnya, tingkat *trust* yang tinggi akan berdampak langsung pada peningkatan *usage of mobile banking*. Nasabah yang memiliki kepercayaan terhadap layanan cenderung lebih aktif dalam menggunakan aplikasi, baik untuk transaksi rutin maupun untuk berbagai kebutuhan perbankan lainnya. Kepercayaan ini mencakup keyakinan terhadap keamanan data pribadi, keakuratan sistem dalam memproses transaksi, serta tanggung jawab pihak bank dalam mengelola layanan digital.

Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *usage of mobile banking* telah berada pada kategori yang baik. Hal ini terlihat dari tingginya intensitas penggunaan oleh nasabah, pemanfaatan berbagai fitur yang tersedia dalam aplikasi, serta adanya kecenderungan untuk terus menggunakan layanan tersebut dalam jangka panjang. Nasabah tidak hanya menggunakan mobile banking sebagai alternatif, tetapi juga telah menjadikannya sebagai sarana utama dalam melakukan transaksi perbankan, baik yang bersifat finansial maupun non-finansial.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa peningkatan *usage of mobile banking* tidak hanya dipengaruhi oleh faktor *ease of use*, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh tingkat *trust* yang dimiliki oleh nasabah. Kedua faktor ini saling melengkapi, di mana kemudahan penggunaan akan mendorong terbentuknya kepercayaan, dan kepercayaan tersebut pada akhirnya akan memperkuat keputusan nasabah untuk terus menggunakan mobile banking. Oleh karena itu, keberhasilan dalam meningkatkan penggunaan layanan mobile banking sangat bergantung pada kemampuan dalam menjaga keseimbangan antara kemudahan sistem dan tingkat kepercayaan pengguna.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh *Ease of Use* terhadap *Usage of Mobile Banking* dengan *Trust* sebagai variabel mediasi pada Bank BCA Syariah Kota Banda Aceh, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Trust*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *Ease of Use* layanan mobile banking, maka akan meningkatkan kepercayaan nasabah.
2. Variabel *Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Usage of Mobile Banking*. Artinya, *Ease of Use* menjadi faktor penting dalam mendorong nasabah untuk menggunakan layanan mobile banking.
3. Variabel *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Usage of Mobile Banking*. Hal ini menunjukkan bahwa *Trust* nasabah terhadap keamanan dan keandalan sistem menjadi faktor utama dalam meningkatkan penggunaan mobile banking.
4. Variabel *Trust* terbukti berperan sebagai variabel mediasi parsial (*partial mediation*) dalam hubungan antara *Ease of Use* dan *Usage of Mobile Banking*. Hal ini berarti bahwa pengaruh *Ease of Use* terhadap *Usage of*

Mobile Banking tidak hanya terjadi secara langsung, tetapi juga secara tidak langsung melalui peningkatan *Trust*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas layanan mobile banking. Pihak bank diharapkan dapat terus meningkatkan *ease of use* pada aplikasi mobile banking, seperti memperbaiki tampilan antarmuka agar lebih sederhana dan mudah dipahami oleh seluruh kalangan nasabah. Selain itu, pihak bank juga perlu meningkatkan *trust* nasabah dengan memperkuat sistem keamanan, menjaga kerahasiaan data, serta memberikan jaminan perlindungan terhadap risiko transaksi digital. Bank juga disarankan untuk melakukan edukasi dan sosialisasi secara berkala terkait penggunaan mobile banking guna meningkatkan pemahaman dan rasa aman nasabah. Mengingat peran *trust* sebagai variabel mediasi, maka strategi peningkatan *usage of mobile banking* sebaiknya dilakukan dengan mengintegrasikan aspek *ease of use* dan *trust* secara bersamaan.

Selain itu, untuk pengembangan penelitian selanjutnya, disarankan agar dapat menambahkan variabel lain seperti *perceived risk*, *security*, atau *user satisfaction* guna memperluas model penelitian. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan metode analisis yang lebih kompleks seperti Structural Equation Modeling (SEM) untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif. Di samping itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek penelitian pada bank atau wilayah lain agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan secara lebih luas.

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan serta menjadi bahan pertimbangan bagi pihak perbankan dalam meningkatkan kualitas layanan mobile banking sehingga mampu memenuhi kebutuhan dan meningkatkan *trust* nasabah secara berkelanjutan.



DAFTAR PUSTAKA

- Afshan, S., & Sharif, A. (2016). Acceptance of mobile banking framework in Pakistan. *Telematics and Informatics*, 33(2), 370–387.
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., & Williams, M. D. (2020). Consumer adoption of mobile banking in developing countries: The role of trust, risk, and ease of use. *International Journal of Information Management*, 50, 365–380. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.05.004>
- Ascarya, & Sakti, R. (2020). *Perbankan syariah: Teori dan praktik di Indonesia*. Rajawali Pers.
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2021). Mobile banking adoption: The role of trust. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59, 102385. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102385>
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.51.6.1173>
- Chong, A. Y. L., Lo, C. K. Y., & Weng, X. (2019). The business value of IT investments on supply chain: A contingency perspective. *Journal of Business Research*, 94, 374–385. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.01.063>
- Davis, F. D. (2019). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2020). Trust and TAM in online shopping: An integrated model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51–90. <https://doi.org/10.2307/3250951>
- Hayes, A. F. (2018). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach* (2nd ed.). Guilford Press.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2021). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Nripendra P. Rana, N. P., Yogesh K. Dwivedi, Y. K., Michael D. Williams, M. D., & Ahmed Alalwan, A. A. (2022). Understanding mobile banking adoption:

- The moderating role of perceived risk and trust. *International Journal of Bank Marketing*, 40(2), 245–265.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). *Laporan perkembangan perbankan digital Indonesia 2021*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Putri, N., & Hidayat, R. (2023). Trust sebagai mediasi dalam penggunaan layanan digital perbankan syariah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 9(2), 45–60. <https://doi.org/10.24042/jebi.v9i2.987>
- Rahi, S., Ghani, M. A., & Ngah, A. H. (2020). Factors influencing mobile banking adoption among customers. *International Journal of Bank Marketing*, 38(4), 859–879.
- Rizky, A., & Yasa, N. (2022). Faktor yang mempengaruhi penggunaan mobile banking di Indonesia. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 21(1), 33–50. <https://doi.org/10.24843/JMT.2022.v21.i01.p03>
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Shaikh, A. A., & Karjaluoto, H. (2019). Mobile banking adoption: A literature review. *Telematics and Informatics*, 32(1), 129–142.
- Sugiyono. (2019). *Statistik untuk penelitian*. Alfabeta.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research methods for business: A skill-building approach* (8th ed.). Wiley.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2020). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2020). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Yang, K., & Forney, J. (2021). The role of trust in mobile banking adoption: An integrated model. *Journal of Financial Services Marketing*, 26(1), 45–59. <https://doi.org/10.1057/s41264-020-00084-2>
- Yogesh K. Dwivedi, Y. K., Nripendra P. Rana, N. P., Michael D. Williams, M. D., & Ahmed Alalwan, A. A. (2021). Adoption of mobile banking services: Examining the role of trust and ease of use. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59, 102385. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102385>

Zhou, T. (2019). An empirical examination of initial trust in mobile banking. *Internet Research*, 29(1), 142–161. <https://doi.org/10.1108/IntR-03-2018-0123>

