

ABSTRAK

Ruly Ahsanul Hakim
Nim. 1229220103

Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Pengaruh Sosial terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Syariah Pada Mahasiswa Muslim di Kota Bandung

Perkembangan teknologi digital dalam sektor perbankan telah mendorong munculnya berbagai inovasi layanan, salah satunya *mobile banking* syariah yang menawarkan kemudahan transaksi sesuai prinsip Islam. Namun, di tengah pertumbuhan tersebut, tingkat pemanfaatan layanan *mobile banking* syariah di kalangan mahasiswa Muslim masih belum optimal. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara ketersediaan layanan dan minat pengguna, sehingga perlu dikaji faktor-faktor yang memengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan layanan tersebut, khususnya dari aspek persepsi kemudahan, kepercayaan, dan pengaruh sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, dan pengaruh sosial terhadap minat mahasiswa Muslim dalam menggunakan layanan *mobile banking* syariah secara parsial, dan juga untuk menganalisis besaran pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, dan pengaruh sosial terhadap minat menggunakan *mobile banking* syariah pada Mahasiswa Muslim di Kota Bandung secara simultan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden Mahasiswa Muslim di Kota Bandung, yang terdiri dari Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, Universitas Muhammadiyah Bandung, dan Universitas Islam Bandung. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan uji regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, variabel persepsi kemudahan, kepercayaan, dan pengaruh sosial berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking* syariah ($F = 45.637$; $\text{Sig.} = 0.000$). Namun, secara parsial, hanya variabel pengaruh sosial yang berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan ($t = 6.731$; $\text{Sig.} = 0.000$), sedangkan persepsi kemudahan ($t = 0.661$; $\text{Sig.} = 0.510$) dan kepercayaan ($t = 1.729$; $\text{Sig.} = 0.087$) tidak berpengaruh signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa faktor lingkungan sosial, seperti keluarga, teman, dan lingkungan sekitar, memiliki peran yang lebih dominan dalam mendorong minat mahasiswa Muslim dalam menggunakan layanan *mobile banking* syariah dibandingkan dengan faktor persepsi kemudahan dan kepercayaan.

Kata kunci: Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Pengaruh Sosial, Minat, Mobile Bankin