

Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko, dan Fitur Layanan Terhadap Intensitas Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Syariah

Ahmad Ihsan^{1*}, Supriadi Hamid², Asyraf Mustamin³, Sitti Fatimah⁴, Samsul⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Negeri Alauddin Makassar

* E-mail Korespondensi: ahmadihsan432@gmail.com

Information Article

History Article

Submission: 15-02-2026

Revision: 14-03-2026

Published: 15-03-2026

DOI Article:

10.24905/mlt.v6i1.359

A B S T R A K

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko dan Fitur Layanan terhadap Intensitas nasabah menggunakan *Mobile Banking* Syariah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, dengan menggunakan pendekatan asosiatif dengan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 sampel. Teknik analisis data menggunakan uji koefisien determinasi, uji parsial, dan uji simultan, Namun sebelum itu dilakukan pengujian validitas, uji realibilitas dan uji asumsi klasik dengan alat bantu *software* SPSS 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi Manfaat berpengaruh positif secara signifikan terhadap Intensitas nasabah menggunakan *Mobile Banking* Syariah, Persepsi Risiko berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Intensitas nasabah menggunakan *Mobile Banking* Syariah, Fitur Layanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap Intensitas nasabah menggunakan *Mobile Banking* Syariah, dan Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko, dan Fitur layanan berpengaruh Positif dan Signifikan secara simultan terhadap Intensitas nasabah menggunakan *Mobile Banking* Syariah.

Kata Kunci: Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko, Fitur Layanan, Intensitas, *Mobile Banking* Syariah

A B S T R A C T

The purpose of this study is to determine the effect of Perceived Benefits, Perceived Risks and Service Features on the Intensity of Customers Using Sharia Mobile Banking. The method used in this study is a quantitative research method, using an associative approach with a sample size of 100 samples. Data analysis techniques use the coefficient of determination test, partial test, and simultaneous test. However, before that, validity testing, reliability testing and classical assumption testing were carried out using SPSS 26 software. The results of this study indicate that Perceived Benefits have a significant positive effect on the Intensity of Customers Using Sharia Mobile Banking, Service Features have a significant positive effect on the Intensity of customers using Sharia Mobile Banking, and Perceived Benefits, Perceived Risks, and Service Features have

Acknowledgment

a Positive and Significant effect simultaneously on the Intensity of customers using Sharia Mobile Banking

Key word: *Perceived Benefits, Perceived Risks, Service Features, Intensity, Sharia Mobile Banking*

© 2026 Published by multiplier. Selection and/or peer-review under responsibility of multiplier

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang pesat mendorong sektor perbankan untuk terus berbenah dalam meningkatkan kualitas. Di tengah kompetisi produk yang ketat, pembeda utama antarbank terletak pada mutu layanan dan kemampuan menciptakan inovasi. Islam pun menekankan pentingnya sikap kreatif dan inovatif dalam menjawab tantangan zaman.

Salah satu inovasi teknologi yang kini dikembangkan oleh perbankan adalah layanan *Mobile Banking*. Layanan ini ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam melakukan transaksi perbankan, sebagai alternatif selain melalui ATM atau kantor cabang. Dengan adanya *Mobile Banking*, nasabah dapat melakukan berbagai transaksi secara mudah dan praktis hanya melalui ponsel, sehingga memberikan kemudahan dan manfaat yang besar bagi mereka (Romadloniyah & Prayitno, 2018).

Persepsi manfaat berhubungan dengan bagaimana nasabah memandang manfaat nyata dari layanan tersebut. Beberapa nasabah berpendapat bahwa *Mobile Banking* tidak memberikan manfaat yang mendalam, terutama mereka yang tidak sering melakukan transaksi. Selain itu, nasabah yang kurang paham tentang teknologi akan memberikan kesan negative, yang di mana tujuan dari persepsi manfaat disini adalah untuk memberikan yang terbaik seperti penggunaan yang efisien, memberikan produktifitas, meningkatkan efektifitas dan memberikan banyak manfaat (Kholid & Soemarso, 2018).

Tabel 1. Pengguna *Mobile Banking*

Bank Konvensional		Bank Syariah	
Nama bank	Jumlah Pengguna	Nama Bank	Jumlah Pengguna
BRI	33,5 juta	BSI	7,12 juta
BCA	30,8 juta	Aladin	1,7 juta
Mandiri	24 juta	Muamalat	500 ribu
BNI	16,9 juta	BCA Syariah	398 ribu

Sumber data: *Google.com*, 2023

Berdasarkan tabel 1 diatas dapat kita lihat bahwasanya jumlah pengguna *Mobile Banking* bank konvensional per kuartal I 2024 (Setiawati, 2024), menunjukan jumlah pengguna yang

lebih banyak dibandingkan dengan *Mobile Banking* bank syariah per semester I 2024(Simamora, 2025).

Menurut Kotler dan Keller (2018:152) Persepsi risiko didefinisikan sebagai persepsi konsumen mengenai ketidakpastian dan konsekuensi negatif yang mungkin diterima atas pembelian suatu produk atau jasa. Menurut Wai et al (2018:247) Persepsi resiko adalah kombinasi dari konsekuensi negatif dan ketidakpastian yang akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Widhiaswara & Soesanto (2020:115) menyatakan bahwa Persepsi resiko adalah suatu konstruk yang mengukur kepercayaan ketidakpastian tentang kemungkinan yang tidak menyenangkan(Wawan Supriyatna, 2024). Menurut schiffman & Kanuk, Persepsi risiko merujuk pada keyakinan atau anggapan individu bahwa suatu keputusan yang diambil oleh pelanggan dapat menimbulkan konsekuensi yang tidak dapat dipastikan. Dalam konteks penggunaan *Mobile Banking*, risiko yang tergolong ringan bisa berupa gangguan koneksi internet dan gangguan teknis seperti artikel yang ditulis oleh Muhammad Ibrahim yang mengatakan bahwa PT Bank Syariah Indonesia (BSI) menyampaikan permintaan maaf atas gangguan berupa errornya aplikasi *Mobile Banking* yang tidak dapat diakses oleh pengguna (Ibrahim, 2024),sedangkan risiko yang lebih serius adalah potensi tindak kejahatan siber.

Pengembangan fitur layanan *Mobile Banking* berkaitan dengan kebutuhan untuk memenuhi ekspektasi nasabah yang terus berkembang, sekaligus menjaga keandalan. Nasabah menginginkan fitur yang lengkap, mudah diakses, dan intuitif, seperti transfer dana, pembayaran tagihan, serta pengecekan saldo secara real-time. Jika fitur-fitur ini lambat, kurang user-friendly, atau sering mengalami gangguan teknis, nasabah bisa merasa tidak nyaman dan beralih ke alternatif lain(Amalia & Hastriana, 2022).

Dalam meningkatkan intensitas nasabah menggunakan *Mobile Banking*, yang terkait dengan faktor persepsi manfaat, persepsi risiko, serta fitur layanan, mencakup beberapa aspek penting. Dari segi persepsi manfaat, nasabah mungkin merasa bahwa keuntungan yang ditawarkan belum cukup signifikan, terutama jika mereka jarang melakukan transaksi. Dari sisi risiko, kekhawatiran tentang keamanan data dan potensi penipuan online sering kali menjadi hambatan utama bagi nasabah untuk menggunakan *Mobile Banking* dan fitur layanan yang kurang mendukung(Nurdin et al., 2021).

METODE

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang bermanfaat, memecahkan masalah, dan mengembangkan pengetahuan. Penelitian yang akan dilakukan ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode ini digunakan untuk menguji teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Penelitian kuantitatif juga dikenal sebagai penelitian rasionalistik, fungsional, positivistik, dan penelitian dengan pendekatan pencarian kebenaran dari luar. Jenis penelitian ini mengumpulkan data dalam bentuk angka atau data kuantitatif. Dalam penelitian ini, sampel dihitung menggunakan teknik Slovin yang dikemukakan oleh Sugiyono. Rumus Slovin digunakan untuk menentukan ukuran sampel secara proporsional terhadap jumlah populasi, dan didapatkan jumlah responden sebanyak 100 responden.

HASIL

Uji Validitas

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Persepsi Manfaat	X1.1	0,897	0,196	Valid
	X1.2	0,864	0,196	Valid
	X1.3	0,883	0,196	Valid
	X1.4	0,786	0,196	Valid
	X1.5	0,865	0,196	Valid
Persepsi Risiko	X2.1	0,876	0,196	Valid
	X2.2	0,877	0,196	Valid
	X2.3	0,818	0,196	Valid
Fitur Layanan	X3.1	0,870	0,196	Valid
	X3.2	0,913	0,196	Valid
	X3.3	0,902	0,196	Valid
	X3.4	0,866	0,196	Valid
Intensitas	Y1	0,844	0,196	Valid
	Y2	0,780	0,196	Valid
	Y3	0,775	0,196	Valid
	Y4	0,879	0,196	Valid
	Y5	0,791	0,196	Valid

Sumber data: Output SPSS 26, 2025.

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa hasil pengujian pada setiap variabel yaitu mulai dari variable Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Risiko (X2), Fitur Layanan (X3) dan Intensitas (Y) menunjukkan pernyataan dalam kuesioner dikatakan valid secara statistik karena nilai r hitung dari setiap pertanyaan menunjukkan lebih besar dari r tabel $>0,196$.

Uji Realibilitas

Tabel 3 Uji Realibilitas

Variabel	<i>CroNbach Alpha</i>	r tabel	Keterangan
Persepsi Manfaat	0,910	0,60	Reliabel
Persepsi Risiko	0,817	0,60	Reliabel
Fitur Layanan	0,909	0,60	Reliabel
Intensitas	0,872	0,60	Reliabel

Sumber data: Output SPSS 26, 2025.

Berdasarkan tabel 3 diatas dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian realibilitas variabel pada penelitian ini reliabel yang menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0,60. Uraianya yaitu variable persepsi manfaat (X1) memiliki nilai 0,910, variable persepsi risiko (X2) 0,817, variable fitur layanan (X3) 0,909, dan variable intensitas (Y) bernilai 0,872.

Uji Normalitas

Tabel 4 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		0,0000000
	Std. Deviation		2,29173208
Most Extreme Differences	Absolute		0,090
	Positive		0,040
	Negative		-,090
Test Statistic			0,090
Asymp. Sig. (2-tailed)			0,046 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)			0,376 ^d

Sumber data: Output SPSS 26, 2025.

Berdasarkan tabel 4 diatas menunjukkan bahwa hasil uji normalitas residual data yang digunakan dalam penelitian ini, nilai *Monte Carlo sig.(2-tailed)* menunjukkan angka 0,376 sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada persamaan regresi tersebut berdistribusi normal karena nilai *Monte Carlo sig.(2-tailed)* lebih dari 0,05.

Uji Multikolinearitas**Tabel 5 Uji Multikolinearitas**

Model	Unstandardised Coefficients		Standardized Coefficients	t	sig	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2,444	1,319		1,853	0,067		
Persepsi Manfaat	0,274	0,084	0,309	3,284	0,001	0,360	2,780
Persepsi Risiko	0,049	0,073	0,038	0,672	0,503	0,994	1,006
Fitur Layanan	0,688	0,114	0,567	6,023	6,023	0,358	2,791

Sumber data: Output SPSS 26, 2025

Berdasarkan Tabel 5 di atas, nilai tolerance Variabel Persepsi manfaat 0,360, persepsi risiko 0,994 dan fitur layanan 0,358 di mana nilai nilai variable independent $> 0,10$ dan nilai $VIF < 10,00$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan multikolinearitas antara variabel independen dan dependen dalam penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas**Tabel 6 Uji Heteroskedastisitas**

Model	Unstandardised Coefficients		Standardized Coefficients	t	sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,759	0,776		3,556	0,001
Persepsi Manfaat	0,018	0,049	0,063	0,375	0,709
Persepsi Risiko	-0,005	0,043	-0,011	-0,107	0,915
Fitur Layanan	-0,079	0,067	-0,198	-1,173	0,244

Sumber data: Output SPSS 26, 2025

Berdasarkan Tabel 6 di atas dapat dilihat bahwa hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan koefisien korelasi Glejser, hasil uji heteroskedastisitas Persepsi manfaat sebesar 0,709, hasil uji heteroskedastisitas Persepsi risiko sebesar 0,915 dan hasil uji heteroskedastisitas fitur layanan sebesar 0,244. Semua nilai heteroskedastisitas yang diperoleh lebih besar dari 0,05, sehingga model ini tidak mengalami heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 7 Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardised Coefficients		Standardized Coefficients	t	sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,444	1,391		1,853	0,067
Persepsi Manfaat	0,274	0,084	0,309	3,284	0,001
Persepsi Risiko	0,049	0,073	0,038	0,672	0,503
Fitur Layanan	0,688	0,114	0,567	6,023	0,000

Sumber data: Output SPSS 26, 2025

Dari table 7 di atas diketahui nilai konstanta (a) sebesar 2,444, sedangkan nilai variable Persepsi Manfaat (X1) dan Persepsi Risiko (X2) dan Fitur Layanan (X3) (b/koeffisien regresi) sebesar 0,274, 0,049 dan 0,688. Dengan ini, persamaan regresi dapat ditulis

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 \text{ atau}$$

$$Y = 2,444 + 0,274 X_1 + 0,049 X_2 + 0,688 X_3$$

Output dari hasil analisis regresi berganda diperoleh konstanta sebesar 2,444 yang berarti bahwa variable manfaat yang konsisten memiliki nilai konsistensi sebesar 2,444. Jadi, hasil analisis penelitian ini adalah :

- 1) Koefisien regresi X1 sebesar 0,274 artinya setiap kenaikan 1% nilai persepsi manfaat, nilai persepsi manfaat meningkat sebesar 0,274.
- 2) Koefisien regresi X2 sebesar 0,049 artinya setiap kenaikan 1% nilai persepsi risiko maka nilai risikonya meningkat sebesar 0,049.
- 3) Koefisien regresi X3 sebesar 0,688 artinya setiap kenaikan 1% nilai risiko maka nilai risikonya meningkat sebesar 0,688.

Koefisien regresi bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa masing masing variabel Persepsi manfaat (X1), persepsi risiko (X2) dan fitur layanan (X3) memiliki hubungan/pengaruh yang signifikan terhadap intensitas (Y).

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,834 ^a	0,695	0,685	2,327
a. Predictors: (Constants), Fitur Layanan, Persepsi Risiko, Persepsi Manfaat				

Sumber data: Output SPSS 26, 2025

Berdasarkan tabel 7 diatas dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi R sebesar 0,695 atau 69,5%. Yang artinya variabel persepsi Manfaat (X1) Persepsi risiko (X2) dan fitur

layanan (X3) berpengaruh terhadap intensitas (Y) menggunakan *Mobile Banking* syariah sebanyak 69,5%, sedangkan sisanya sebesar 30,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 8 Uji t

Model	Unstandardised Coefficients		Standardized Coefficients	t	sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,444	1,391		1,853	0,067
Persepsi Manfaat	0,274	0,084	0,309	3,284	0,001
Persepsi Risiko	0,049	0,073	0,038	0,672	0,503
Fitur Layanan	0,688	0,114	0,567	6,023	0,000

Sumber data: Output SPSS 26, 2025

Berdasarkan tabel 8 hasil uji t diatas bahwa variabel Persepsi manfaat (X1) terhadap intensitas (Y) secara langsung berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai signifikansi 0,001 dan diperoleh t hitung sebesar 3,284 > dari t tabel 1,660, variabel persepsi risiko (X2) terhadap intensitas (Y) secara langsung tidak berpengaruh dan tidak signifikan dengan nilai signifikansi 0,503 dan diperoleh t hitung sebesar 0,672 < dari t tabel 1,660, variabel Fitur Layanan (X3) terhadap intensitas (Y) secara langsung berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai signifikansi 0,000 dan diperoleh t hitung sebesar 6,023 > dari t tabel 1,660.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 9 Uji F

ANOVA					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1183,838	3	394,613	72,858	,000 ^b
Residual	519,952	96	5,416		
Total	1703,790	99			

a. Dependent Variabel: Intensitas

b. Predictors: (Constants), Fitur Layanan, Persepsi Risiko, Persepsi Manfaat

Sumber data: Output SPSS 26, 2025

Berdasarkan tabel 9 diketahui nilai signifikansi untuk Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Risiko (X2), dan Fitur Layanan (X3) Terhadap Intensitas Nasabah menggunakan *Mobile Banking* Syariah (Y) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 dan F hitung 72,858 > F tabel 3,089, dimana hal ini membuktikan bahwa H₄ diterima, yaitu Persepsi Manfaat (X1), persepsi risiko (X2), fitur layanan (X3) berpengaruh simultan positif dan signifikan terhadap intensitas nasabah menggunakan *Mobile Banking* Syariah (Y).

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Intensitas Nasabah Menggunakan *Mobile Banking Syariah*

Berdasarkan Hasil analisis data melalui uji statistik menggunakan IBM SPSS 26 menunjukkan bahwa persepsi manfaat (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas penggunaan *Mobile Banking syariah* (Y). Nilai signifikansi $0,001 < 0,005$ dan nilai t-hitung $(3,284) > t\text{-tabel } (1,660)$, mengindikasikan bahwa H1 diterima. Artinya, semakin tinggi persepsi manfaat yang dirasakan, maka semakin besar pula intensitas mahasiswa dalam menggunakan *Mobile Banking syariah*. Dapat dipahami *Mobile Banking syariah* mempermudah berbagai transaksi keuangan rutin, termasuk transfer, pembayaran tagihan, pengecekan saldo, dan top-up e-wallet, tanpa perlu hadir secara fisik di bank. Akses yang fleksibel selama 24 jam serta efisiensi dari sisi waktu dan biaya membuat mahasiswa cenderung menggunakan layanan ini secara intensif. Bahkan, dalam situasi mendesak atau di luar jam operasional bank, *Mobile Banking* terbukti menjadi solusi yang praktis. Hal ini mencerminkan bahwa persepsi manfaat yang tinggi mendorong penggunaan yang berulang dan berkelanjutan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Edy Junaedi dan Neneng (2023) bahwa variabel Persepsi Manfaat (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan mobile banking pada PT. Bank Syariah Indonesia di Tangerang (Y) yang ditunjukkan oleh nilai coefficients sebesar 0,76 dan nilai signifikansi 0,027 lebih kecil dari 0,05.

B. Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Intensitas Nasabah Menggunakan *Mobile Banking Syariah*

Berdasarkan hasil olah data yang diperoleh menggunakan uji statistik IBM SPSS 26 menunjukkan bahwa persepsi risiko (X2) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap intensitas nasabah menggunakan *Mobile Banking syariah* (Y) dengan nilai signifikansi 0,503 lebih besar dari 0,005 dan nilai t-hitung $(0,672)$ lebih kecil dari t-tabel $(1,660)$. Sehingga dapat dipahami bahwa H2 ditolak yang artinya persepsi risiko tidak berpengaruh dalam mendorong intensitas nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking syariah*. Dapat dipahami bahwa meskipun menyadari berbagai potensi risiko seperti gangguan teknis, kesalahan transaksi, dan ancaman terhadap keamanan data, mayoritas mahasiswa tetap menggunakan *Mobile Banking syariah*. Hal ini didorong oleh kebiasaan mereka dalam menggunakan teknologi serta tingkat literasi digital yang relatif tinggi. Beberapa mahasiswa juga mengungkapkan bahwa selama ini tidak pernah mengalami kerugian nyata, sehingga tetap

menaruh kepercayaan pada sistem keamanan bank. Fitur proteksi seperti PIN, OTP, dan autentikasi ganda turut menambah rasa aman meskipun kesadaran terhadap potensi risiko tetap ada. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulfa Nazirah, Farid Fathony Ashal, Akmal Riza (2022) bahwa variable persepsi risiko (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking* yang ditujukan oleh nilai t-hitung 1,227 lebih kecil dari t-tabel 1,998 dan nilai signifikansi 0,224 lebih besar dari 0,05

C. Pengaruh fitur layanan terhadap Intensitas Nasabah Menggunakan *Mobile Banking Syariah*

Berdasarkan hasil olah data yang diperoleh menggunakan uji statistik IBM SPSS 26 menunjukkan bahwa fitur layanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas nasabah menggunakan *Mobile Banking syariah* (Y) dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,005 dan nilai t-hitung (6,023) lebih besar dari t-tabel (1,660). Sehingga dapat dipahami bahwa H₃ diterima yang artinya fitur layanan yang dirasakan oleh mahasiswa mampu mendorong intensitas nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking syariah*. Dapat dipahami bahwa berbagai fitur dalam aplikasi *Mobile Banking syariah*, seperti transfer dana, pembayaran, top-up dompet digital, terbukti sangat mendukung kebutuhan finansial mahasiswa sehari-hari. Akses yang mudah dan layanan yang berlangsung secara real-time menjadi alasan utama tingginya intensitas penggunaan. Selain itu, tampilan aplikasi yang sederhana, struktur menu yang jelas, dan stabilitas sistem turut memberikan rasa nyaman dalam penggunaan. Hal ini memperkuat argumen bahwa fitur yang lengkap dan mudah digunakan berdampak positif terhadap peningkatan frekuensi penggunaan layanan *Mobile Banking*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri Amalia dan Anna Zakiyah Hastriana (2023) bahwa variabel Fitur M-Banking (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam bertransaksi pada Bank Syariah KCP Sumenep (Y) yang ditunjukkan oleh nilai t-hitung (2,916) lebih besar dari t-tabel (1,660) dan nilai signifikansi 0,028 lebih kecil dari 0,05.

D. Pengaruh secara Simultan Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko, dan Fitur Layanan terhadap Intensitas Nasabah Menggunakan *Mobile Banking Syariah*

Berdasarkan hasil olah data yang diperoleh menggunakan uji statistik IBM SPSS 26, pada uji simultan menunjukkan bahwa persepsi manfaat (X1), persepsi risiko (X2), dan fitur layanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas nasabah menggunakan *Mobile Banking syariah* (Y) dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,005 dan nilai f-hitung (72,858) lebih besar dari f-tabel (3,089). Sehingga dapat dipahami bahwa H₄ diterima

yang artinya persepsi manfaat, persepsi risiko, fitur layanan simultan yang dirasakan oleh mahasiswa mampu mendorong intensitas nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* syariah. Dapat dilihat bahwa sebagian besar mahasiswa menggunakan *Mobile Banking* syariah secara rutin karena merasa layanan tersebut memudahkan transaksi, menghemat waktu, dan memberikan fleksibilitas. Akses selama 24 jam, kecepatan transaksi, serta kemampuan mengelola keuangan tanpa harus datang ke bank menjadi alasan utama tingginya intensitas penggunaan. Meskipun mahasiswa menyadari adanya risiko, seperti gangguan sistem atau keamanan data, mereka tetap merasa aman berkat adanya perlindungan seperti PIN, OTP, dan autentikasi ganda. Artinya, risiko tetap dipahami, tetapi dianggap dapat dikendalikan sehingga tidak menghalangi penggunaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Jessica Patricia Wijaya dan Dewi Sri (2023) bahwa variable Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan (X1), Persepsi Kemudahan (X2), dan Persepsi Risiko (X3) berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* pada UMKM di Kota Palembang yang ditunjukkan oleh nilai F-hitung (147,590) lebih besar dari F-Tabel (3,089) dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. .

SIMPULAN

1. Persepsi Manfaat (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensitas nasabah menggunakan *Mobile Banking* Syariah (Y) dengan nilai sig. sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t-hitung $3,284 > t\text{-tabel } 1,660$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima.
2. Persepsi Risiko (X2) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Intensitas nasabah menggunakan *Mobile Banking* Syariah (Y) dengan nilai sig. sebesar $0,503 > 0,05$ dan nilai t-hitung $0,672 < t\text{-tabel } 1,660$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak.
3. Fitur Layanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensitas nasabah menggunakan *Mobile Banking* Syariah (Y) dengan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t-hitung sebesar $6,023 > t\text{-tabel } 1,660$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima.
4. Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Risiko (X2), dan Fitur Layanan (X3) Terhadap Intensitas Nasabah menggunakan *Mobile Banking* Syariah (Y) dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan F hitung $72,858 > F \text{ tabel } 3,089$. Sehingga dapat disimpulkan H4 diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, P., & Hastriana, A. Z. (2022). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Keamanan, dan Fitur M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BSI KCP Sumenep). In *Islamic Sciences, Sumenep* (Vol. 1).
- Ibrahim, M. (2024, January 17). *Aplikasi Mobile Banking Error, BSI Minta Maaf*. InfoBankNews.Com.

- Kholid, F. I., & Soemarso, E. D. (2018). Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang. *Jurnal Sains Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(2), 49–57.
- Nurdin, Ningrum, R., Bachmid, S., & Jalil, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Di Bank Mega Syariah Cabang Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3(1), 30–45.
- Romadloniyah, L. A., & Prayitno, H. D. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank BRI Lamongan. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi*, III(2), 699–711.
- Setiawati, S. (2024, June 10). *Cashless Makin Digemari, Ini 5 Digital Banking Pilihan Warga RI*. CNBC Indonesia.
- Simamora, N. (2025, January 15). *Transaksi Mobile Banking Sejumlah Bank Syariah Melesat Pada Semester I-2024*. Kontan.Co.Id.
- Wawan Supriyatna, Z. (2024). Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Beli di E-Commerce Tokopedia di Tangerang Selatan. *Jurnal ARASTIRMA Universitas Pamulang*, 4(2), 495–508.