PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KERAGAMAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI NASABAH MENGGUNAKAN BCA MOBILE (STUDI KASUS PADA BCA KCP SUMATERA)

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Menyelesaikan Pendidikan Strata Satu (S-1)

SKRIPSI

Ditulis Oleh:
RIO FERDINAND
201010137

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA
MEDAN
2024

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi Dengan Judul Pengaruh Kemudahan Pengunaan Dan Keragaman Fitur Layanan Terhadap Minat Bertransaksi Nasabah Menggunakan BCA Mobile (Studi Kasus Pada BCA Kcp Sumatra)

Yang dipersiapkan oleh:
Rio Ferdinand
201010137

Telah diperiksa, disetujui dan dinilai layak untuk diajukan pada Sidang Skripsi

Medan, 10 Juni 2024

Disetujui Oleh
Tim Pembimbing,

Pembimbing I,

Dedy Lazuardi, S.E, M.M.

NIDN : 0127117801

Pembimbing II,

Dr. Fenny, S.E., M.M.

NIDN : 0128049003

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi Dengan Judul Pengaruh Kemudahan Pengunaan Dan Keragaman Fitur Layanan Terhadap Minat Bertransaksi Nasabah Menggunakan BCA Mobile (Studi Kasus Pada BCA Kcp Sumatra)

Yang dipersiapkan oleh:
RIO FERDINAND
201010137

Telah selesai diuji dan dinyatakan LULUS pada Sidang Meja Hijau

Medan, 10 Juli 2024

Penguji I,

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN : 0006037202

Penguji II,

Muammar rinaldi.,S.Pd,M.Si
NIDN : 0108069301

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil pekerjaan saya sendiri, berdasarkan hasil penelitian yang saya lakukan dan bukan merupakan duplikat skripsi yang pernah dibuat oleh orang lain (plagiarism, pencurian hasil karya milik orang lain). Jika saya mengambil sebagian sebagai kutipan dari karya orang lain maka saya akan mengindikasikan hal itu secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

Jika saya melanggar pernyataan saya tersebut dan memalsukan data penelitian maka saya menyatakan bersedia dikenakan sanksi plagiarisme dan sanksi akademik lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di program sarjana STIE Eka Prasetya Medan.

Nama	:	Rio Ferdinand
NIM	:	201010137
Judul Skripsi	:	Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Keragaman Fitur Layanan Terhadap Minat Bertransaksi Nasabah Menggunakan BCA Mobile (Studi Kasus Pada BCA KCP Sumatera)
Pembimbing – I	:	Dedy Lazuardi, S.E., M.M.
Pembimbing – II	:	Dr. Fenny, S.E., M.M.

Saya menandatangani pernyataan ini dengan sadar dan pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 10 Mei 2024



Rio Ferdinand
201010137

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Pengasih atas segala karunia yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **"Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Keragaman Fitur Layanan Terhadap Minat Bertransaksi Nasabah Menggunakan BCA Mobile (Studi Kasus pada BCA KCP Sumatera)"** sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Strata 1 (S-1) Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya.

Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan Skripsi ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center, Bapak Susanto, S.T., S.Pd, M.M.
2. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.
4. Ketua Program Studi Manajemen, Ibu Dr. Fenny, S.E., M.M.
5. Bapak Dedy Lazuardi S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
6. Ibu Dr. Fenny, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
7. Kepala Bagian Akademik Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M.

8. Kepala Bagian Keuangan Ibu Elysa, S.M.

9. Kepala Bagian Kemahasiswaan Bapak Junaidi, S.M.

10. Seluruh Dosen Pengajar dan Staf Pegawai Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Prasetya Medan.

11. Kedua orang tua tercinta, saudariku serta teman – teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan baik moril, materil, maupun spiritual.

Penulis menyadari Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan Skripsi ini sangat diharapkan penulis. Terima kasih.

Medan, 10 Mei 2024

Penulis

Rio Ferdinand

201010137

ABSTRAK

Rio Ferdinand, 201010137, 2024, Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Keragaman Fitur Layanan Terhadap Minat Bertransaksi Nasabah Menggunakan BCA Mobile (Studi Kasus pada BCA KCP Sumatera), STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Dedy Lazuardi, S.E., M.M., Pembimbing II: Dr. Fenny, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Keragaman Fitur Layanan baik secara parsial maupun simultan terhadap Minat Bertransaksi Nasabah menggunakan BCA Mobile.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan kuantitatif serta sumber data berupa data primer dan sekunder. Populasi dalam penelitian adalah seluruh nasabah yang tidak menggunakan BCA Mobile sebanyak 3.267 nasabah. Jumlah sampel adalah 97 nasabah. Teknik pengambilan sampel dengan *nonprobability sampling* menggunakan jenis *sampling insidental*. Data dianalisis dengan metode analisis regresi linier berganda yang menghasilkan persamaan **Minat Bertransaksi = 5,289 + 0,338 Kemudahan Penggunaan + 0,548 Keragaman Fitur Layanan + e.**

Hasil penelitian menunjukkan Kemudahan Penggunaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Bertransaksi. Keragaman Fitur Layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Bertransaksi. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan diketahui bahwa hasil uji – F menunjukkan variabel Kemudahan Penggunaan dan Keragaman Fitur Layanan secara simultan berpengaruh terhadap Minat Bertransaksi nasabah menggunakan BCA Mobile.

Besarnya R *Square* adalah 0,612 atau 61,2% yang artinya Kemudahan Penggunaan dan Keragaman Fitur Layanan berpengaruh terhadap Minat Bertransaksi sebesar 61,2% dan sisanya sebesar 38,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti persepsi risiko, persepsi manfaat, dan gaya hidup.

Kata Kunci: Kemudahan Penggunaan, Keragaman Fitur Layanan, Minat Bertransaksi.

ABSTRACT

Rio Ferdinand, 201010137, 2024, The Effect of Ease of Use and Diversity of Service Features on Customer Transaction Interest in Using BCA Mobile (Case Study at BCA KCP Sumatra), STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Advisor I: Dedy Lazuardi, S.E., M.M., Advisor II: Dr. Fenny, S.E., M.M.

This study aims to determine the effect of Ease of Use and Diversity of Service Features both partially and simultaneously on Customer Transaction Interest using BCA Mobile.
This study uses descriptive and quantitative methods and data sources in the form of primary and secondary data. The population in the study were all customers who did not use BCA Mobile as many as 3,267 customers. The sample size was 97 customers. Sampling technique with nonprobability sampling using incidental sampling type. The data were analyzed using multiple linear regression analysis methods which resulted in the equation ***Transaction Interest = 5.289 + 0.338 Ease of Use + 0.548 Service Feature Diversity + e.***
The results showed that Ease of Use partially had a positive and significant effect on Transaction Interest. Diversity of Service Features partially has a positive and significant effect on Transaction Interest. Based on the results of simultaneous hypothesis testing, it is known that the results of the - F test show that the variables of Ease of Use and Diversity of Service Features simultaneously affect customer Transaction Interest using BCA Mobile.
The amount of R Square is 0.612 or 61.2%, which means that Ease of Use and Service Feature Diversity affect Transaction Interest by 61.2% and the remaining 38.8% is influenced by other factors not examined in this study, such as perceived risk, perceived benefits, and lifestyle.

Keywords: Ease of Use, Diversity of Service Features, Transaction Interest.

MOTTO

“Dari cinta timbul kesedihan, dari cinta timbul ketakutan, bagi orang yang telah bebas dari rasa cinta, tiada lagi kesedihan maupun ketakutan.”

(Dhammapada Piya Vagga. 213)

“Janganlah gunakan energi anda untuk khawatir. Gunakan energi anda untuk percaya, menciptakan, belajar, berfikir, dan bertumbuh.”

(Richard Feymann)

“Jika kamu selalu peduli terhadap apa yang dipikirkan orang lain, maka kamu akan selalu menjadi tahanan mereka.”

(Rio Ferdinand)

PERSEMBAHAN

SKRIPSI ini kupersembahkan untuk:

TUHAN yang tak pernah berhenti melimpahkan kasih karunia – Nya dalam hidupku. Terima kasih banyak ya, Tuhan…

Orang tua, nafas hidupku, yang tidak pernah jemu mendukung dan memotivasiku untuk menjadi orang yang sukses.

Teman-teman yang telah membantu selama pengerjaan skripsi, terima kasih karena akhirnya skripsi ini dapat kita selesaikan bersama – sama.

DAFTAR ISI

JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

KATA PENGANTAR……..……...……..…. v

ABSTRAK……..…. vii

***ABSTRACT*…….……..…….. viii**

MOTTO……...….. ix

HALAMAN PERSEMBAHAN…… x

DAFTAR ISI…….……..... xi

DAFTAR TABEL…..……...…….……....… xv

DAFTAR GAMBAR……..……...….....… xvi

DAFTAR LAMPIRAN…….……...…..... xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian…… 1

1.2 Identifikasi Masalah……..…….. 7

1.3 Batasan Masalah……..…… 7

1.4 Rumusan Masalah……..…… 8

1.5 Tujuan Penelitian..……..……. 8

1.6 Manfaat Penelitian……..…..….. 9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Landasan Teori……..……..... 10

2.1.1 Teori Minat Bertransaksi…..…….....……..…….. 10

2.1.1.1 Pengertian Minat Beli……...…..….. 10

2.1.1.2 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli…….……..... 11

2.1.1.3 Indikator Minat Beli……..…….....… 12

2.1.2 Teori Kemudahan Penggunaan...…….... 13

2.1.2.1 Pengertian Kemudahan Penggunaan..…...13
2.1.2.2 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kemudahan Penggunaan..…….. 15
2.1.2.3 Indikator Kemudahan Penggunaan..……... 15
2.1.3 Teori Keragaman Fitur Layanan..……..... 16
2.1.3.1 Pengertian Keragaman Produk…...…….. 16
2.1.3.2 Ciri – Ciri Keragaman Produk…….…... 17
2.1.3.3 Indikator Keragaman Produk.....……...… 18
2.2 Penelitian Terdahulu……. 19
2.3 Kerangka Pemikiran…….……. 22
2.4 Hipotesis…….……... 22
BAB III METODE PENELITIAN
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian…….……...…..... 23
3.1.1 Lokasi Penelitian…….…… 23
3.1.2 Waktu Penelitian…….……...… 23
3.2 Jenis Data dan Sumber Data Penelitian..……..... 23
3.2.1 Jenis Data…….……... 23
3.2.2 Sumber Data…….……... 24
3.3 Populasi dan Sampel…….……...….. 24
3.3.1 Populasi…….…….. 24
3.3.2 Sampel……. 25
3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian…….. 26
3.5 Teknik Pengumpulan Data……..... 27
3.6 Teknik Analisa Data…….……. 29
3.6.1 Uji Validitas……...…. 29
3.6.2 Uji Reliabilitas……...……. 30
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.,,…… 30
3.6.3.1 Uji Multikolinearitas…….....… 31
3.6.3.2 Uji Heteroskedastisitas…….…. 31
3.6.3.3 Uji Normalitas…….….. 32
3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda…..……..… 33

3.6.5 Pengujian Hipotesis……. 34
3.6.5.1 Uji t (Uji Parsial)……..…. 34
3.6.5.2 Uji F (Uji Simultan)…….…. 35
3.6.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)……..……. 36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN
4.1 Gambaran Umum Penelitian……..… 38
4.1.1 Sejarah Singkat BCA……...……..…. 38
4.1.2 Visi dan Misi BCA…….…...…….…. 39
4.1.2.1 Visi BCA……..…….……. 39
4.1.2.2 Misi BCA……...…….…… 39
4.1.3 Struktur Organisasi BCA KCP Sumatera……..... 40
4.2 Hasil Penelitian…….…… 45
4.2.1 Deskripsi Responden…….…….. 45
4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas…….…….. 47
4.2.2.1 Uji Validitas……. 47
4.2.2.2 Uji Reliabilitas…….. 50
4.2.3 Uji Asumsi Klasik……...…… 51
4.2.3.1 Uji Multikolinearitas……..... 51
4.2.3.2 Uji Heteroskedastisitas.…...…….…… 52
4.2.3.3 Uji Normalitas……...…….. 53
4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda……..... 54
4.2.5 Pengujian Hipotesis……...…….. 55
4.2.5.1 Uji t (Uji Parsial)…….…. 55
4.2.5.2 Uji F (Uji Simultan)…….. 57
4.2.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)……... 58
4.2.7 Kontribusi Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Keragaman Fitur Layanan Terhadap Minat Bertransaksi……...……..… 58
4.3 Pembahasan…….... 60
4.3.1 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Bertransaksi…….……..... 60

4.3.2 Pengaruh Keragaman Fitur Layanan Terhadap Minat Bertransaksi……...…....… 62
4.3.3 Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Keragaman Fitur Layanan Terhadap Minat Bertransaksi…..……..… 63

BAB V KESIMPULAN, SARAN, DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

5.1 Kesimpulan……...…… 66
5.2 Saran……...……..…… 66
5.3 Implikasi Manajerial……..... 67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

SURAT IZIN RISET

SURAT BALASAN IZIN RISET

FOTOCOPY BERWARNA KARTU PESERTA SEMINAR PROPOSAL

FOTOCOPY BERWARNA KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 **Jumlah Pengguna BCA Mobile dan *Non* BCA Mobile serta Target Pengguna BCA Mobile di BCA KCP Sumatera……..…. 2**

Tabel 1.2 **Hasil Prasurvei Terhadap Nasabah BCA KCP Sumatera...…. 4**

Tabel 1.3 **Fitur Layanan yang Belum Tersedia di Layanan BCA Mobile 6**

Tabel 2.1 **Penelitian Terdahulu……...… 19**

Tabel 3.1 **Definisi Operasional Variabel Penelitian…….. 27**

Tabel 3.2 **Skala *Likert*……...…… 29**

Tabel 4.1 **Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin…...……... 45**

Tabel 4.2 **Deskripsi Responden Berdasarkan Umur……...…...….. 46**

Tabel 4.3 **Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Transaksi…... 46**

Tabel 4.4 **Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan Penggunaan (X_1)…. 48**

Tabel 4.5 **Hasil Uji Validitas Variabel Keragaman Fitur Layanan (X_2).. 49**

Tabel 4.6 **Hasil Uji Validitas Variabel Minat Bertransaksi (Y).....……. 49**

Tabel 4.7 **Hasil Uji Reliabilitas……..……. 51**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran……... 22
Gambar 4.1 Struktur Organisasi BCA KCP Sumatera…….....……..... 40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner
Lampiran 2 Tabulasi Data Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
Lampiran 3 Hasil Analisis Data Validitas Kemudahan Penggunaan (X_1)
Lampiran 4 Hasil Analisis Data Reliabilitas Kemudahan Penggunaan (X_1)
Lampiran 5 Hasil Analisis Data Validitas Keragaman Fitur Layanan (X_2)
Lampiran 6 Hasil Analisis Data Reliabilitas Keragaman Fitur Layanan (X_2)
Lampiran 7 Hasil Analisis Data Validitas Minat Bertransaksi (Y)
Lampiran 8 Hasil Analisis Data Reliabilitas Minat Bertransaksi (Y)
Lampiran 9 Tabulasi Kuesioner Responden
Lampiran 10 Hasil Uji Multikolinearitas
Lampiran 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas
Lampiran 12 Hasil Uji Normalitas
Lampiran 13 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda
Lampiran 14 Hasil Pengujian Parsial (Uji – t)
Lampiran 15 Hasil Pengujian Simultan (Uji – F)
Lampiran 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Lampiran 17 Hasil Peran Dominan Variabel Bebas
Lampiran 18 Nilai Koefisien Korelasi
Lampiran 19 Tabel t dan r
Lampiran 20 Tabel F

B A B I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Era revolusi industri 4.0 telah memberikan banyak sisi positif dalam tatanan kehidupan manusia. Hal ini disebabkan dalam revolusi industri 4.0 kehidupan manusia menjadi sangat dipermudah karena teknologi digital sudah mengalami kemajuan yang begitu pesatnya. Dominannya peranan teknologi digital saat ini membuat pelaku usaha sangat memanfaatkan momentum era revolusi industri 4.0 ini dalam melakukan ekspansi usahanya.

Memasuki era revolusi industri 4.0 secara nyata membuat setiap instansi dan pelaku usaha harus menyesuaikan diri terhadap kehadiran teknologi digital yang semakin pesat. Mengingat perubahan dan kondisi tidak menentu kerap terjadi dalam dunia bisnis, maka setiap instansi dan pelaku usaha harus beradaptasi dengan menciptakan strategi yang memanfaatkan teknologi digital dalam mempertahankan kelangsungan usahanya di kancah persaingan bisnis. Teknologi digital adalah suatu alat yang tidak lagi menggunakan tenaga manusia secara manual, tetapi lebih pada sistem pengoperasian otomatis dengan sistem komputerisasi atau format yang dapat dibaca oleh komputer (Rezeki, dkk, 2023). Adapun salah satu instansi keuangan yang selalu berinovasi untuk mempertahankan kinerjanya di dunia persaingan bisnis adalah Bank BCA.

Bank Central Asia yang sering dikenal dengan BCA merupakan salah satu golongan lembaga finansial bank swasta yang terbesar di negara Indonesia yang berdiri pada tanggal 21 Februari 1957. Bank Central Asia diketahui memperluas

jaringan layanan dengan mendirikan 139 kantor cabang utama, 873 kantor cabang pembantu, dan 244 kantor kas. Dalam meningkatkan ketertarikan bertransaksi nasabah, BCA menetapkan strategi dengan memanfaatkan kemajuan teknologi digital saat ini dengan menghadirkan layanan BCA *Mobile* yang bisa digunakan kapanpun dan dimanapun selama berada dalam jangkauan *smartphone* yang terhubung dengan layanan internet.

Kehadiran layanan BCA *Mobile* tersebut secara nyata telah memberi kemudahan bagi setiap nasabah disebabkan nasabah dapat melakukan aktivitas transaksi kapanpun dan dimanapun sehingga tidak perlu lagi harus berkunjung ke BCA setiap kali melakukan aktivitas bertransaksi. Perbandingan jumlah nasabah yang menggunakan layanan BCA Mobile dengan yang tidak menggunakan BCA *Mobile* serta target jumlah nasabah pengguna BCA *Mobile* di BCA KCP Sumatera dapat terlihat dalam tabel berikut.

Tabel 1.1
Jumlah Pengguna BCA Mobile dan Non BCA Mobile serta Target Pengguna BCA Mobile di BCA KCP Sumatera

Tahun	*Non* Pengguna BCA *Mobile*	Pengguna BCA *Mobile*	Target Pengguna
2019	1800	991	1000
2020	2165	1286	1500
2021	2551	1652	2000
2022	3033	2155	2500
2023	3267	2378	3000

Sumber: Bank BCA KCP Sumatera, 2023

Berdasarkan data tabel di atas, diketahui bahwa lebih dominan jumlah nasabah yang tidak menggunakan BCA *Mobile* daripada jumlah nasabah yang menggunakan BCA *Mobile*. Selain itu, target jumlah nasabah pengguna BCA *Mobile* tidak pernah tercapai selama tahun berjalan tersebut. Hal ini menunjukkan

bahwa masih rendahnya minat nasabah dalam bertransaksi menggunakan BCA *Mobile*.

Minat beli merupakan perasaaan tertarik atau keinginan terhadap suatu objek atau produk yang dilihat dimana timbul dari dalam diri atau sikap individu sehingga adanya serangkaian tingkah laku respon positif agar melakukan keputusan pembelian (Hartanto dan Indriyani, 2022). Dominannya jumlah nasabah yang tidak menggunakan BCA *Mobile* serta tidak tercapainya target jumlah nasabah pengguna BCA *Mobile* di BCA KCP Sumatera dapat disebabkan oleh beberapa hal, salah satunya adalah faktor kemudahan penggunaan.

Kemudahan penggunaan adalah konsumen yang terbebas dari suatu aktivitas ketika menggunakan teknologi dan hal ini tentu saja akan berdampak terhadap keputusan pembelian dari seorang konsumen (Hartanto dan Indriyani, 2022). Pendapat lain disampaikan oleh para ahli bahwa minat beli merupakan perasaan yang tertarik atau keinginan terhadap suatu benda yang timbul dari dalam diri atau sikap individu sehingga terdapat serangkaian tingkah laku yang positif agar melakukan kegiatan keputusan pembelian (Gunawan, 2022). Kemudahan dalam menggunakan aplikasi BCA *Mobile* ini tercermin dari nasabah yang merasa dipermudah karena dapat melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun sehingga tidak perlu harus mengunjungi bank secara langsung setiap kali ingin melakukan transaksi. Selain itu, kemudahan penggunaan juga diketahui dari nasabah yang tidak akan dipersulit jika ingin setor tunai ke ATM tetapi tidak membawa kartu ATM, karena dapat diatasi dengan BCA *Mobile* yang ada di telepon genggam yang dimiliki oleh nasabah.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, cukup banyak nasabah yang tidak berminat menggunakan BCA *Mobile* di BCA KCP Sumatera disebabkan nasabah tersebut masih gagap teknologi sehingga tidak paham bagaimana langkah menggunakan BCA *Mobile* dalam memenuhi aktivitas bertransaksi. Cukup banyaknya nasabah di BCA KCP Sumatera yang masih gagap teknologi diketahui melalui hasil prasurvei yang dilakukan oleh peneliti kepada 50 nasabah dan hasil prasurvei ini dapat dilihat melalui data tabel berikut ini.

Tabel 1.2
Hasil Prasurvei Terhadap Nasabah BCA KCP Sumatera

Pernyataan	Jumlah Nasabah	
	Setuju	Tidak Setuju
Transaksi melalui BCA *mobile* mudah dipelajari. Transaksi melalui BCA *mobile* mudah penggunaannya. Saya lebih suka transaksi via BCA *mobile*. Fitur di BCA mobile dapat digunakan dengan mudah. BCA mobile praktis penggunaannya. BCA mobile memproses transaksi dengan cepat.	14	36

Sumber: Bank BCA KCP Sumatera, 2023

Berdasarkan hasil prasurvei kepada 50 nasabah dengan memberikan 6 pernyataan positif layanan transaksi BCA *mobile*, diketahui bahwa sebanyak 14 nasabah yang memilih jawaban setuju atas 6 pernyataan positif terkait layanan transaksi menggunakan BCA *mobile* dan diketahui juga sebanyak 36 nasabah yang memilih jawaban tidak setuju atas setiap pernyataan positif terkait penggunaan layanan transaksi BCA *mobile*. Dapat diasumsikan bahwa lebih dominannya jumlah nasabah yang memilih jawaban tidak setuju disebabkan nasabah masih gagap teknologi dan merasa lebih mudah melakukan transaksi secara konvensional di BCA.

Selain itu, cukup banyak nasabah yang merasa takut untuk menggunakan BCA *Mobile* disebabkan maraknya kasus penipuan yang bermotif layanan transaksi bank saat ini yang dilakukan oleh pelaku kejahatan sehingga untuk mengatasi tindakan kriminal tersebut, nasabah tidak mau menggunakan layanan BCA *Mobile* bahkan cukup banyak juga nasabah di BCA KCP Sumatera yang menutup layanan BCA *Mobile* karena pernah mengalami kasus penipuan tersebut. Maraknya kasus penipuan tersebut oleh pelaku kejahatan membuat nasabah berasumsi bahwa penggunaan layanan BCA *Mobile* tidak memberikan kemudahan bagi nasabah, melainkan menimbulkan kekhawatiran nasabah akan lenyapnya saldo nasabah akibat penggunaan layanan transaksi dengan BCA *Mobile*. Oleh karena hal itu, jumlah nasabah pengguna BCA Mobile per tahun tidak pernah sesuai dengan target jumlah pengguna yang diharapkan oleh BCA KCP Sumatera.

Faktor lain yang menjadi penduga terhadap masih rendahnya minat nasabah menggunakan BCA *Mobile* adalah faktor keragaman fitur layanan. Keragaman produk adalah keberagaman dari seluruh produk yang ditawarkan, termasuk dengan ketersediaan produk dan kelengkapan produk pada setiap saat termasuk merek, ukuran, kualitas produk, dan lain sebagainya (Gunawan, 2022). BCA selalu berinovasi secara berkala dengan menghadirkan beragam fitur layanan pada aplikasi BCA *Mobile* yang dapat memenuhi beragam kebutuhan transaksi dari nasabah, seperti pengecekan saldo bank dan mutasi rekening, pengiriman dana, *top-up,* pembayaran tagihan, penarikan *non* tunai, serta saat ini dengan layanan BCA *Mobile* nasabah bisa melakukan pembelian tiket pesawat dan kereta, *booking* hotel,

belanja kebutuhan sehari – hari dengan menggunakan fitur layanan *lifestyle* di BCA *Mobile*.

Mengingat karakteristik masyarakat saat ini cenderung ingin serba cepat, beragamnya fitur layanan pada BCA *Mobile* tentu saja sangat mempermudah dan mendukung aktivitas bertransaksi nasabah dalam kehidupan sehari – hari. Namun, yang menjadi permasalahan yang dihadapi terkait keragaman fitur layanan di BCA KCP Sumatera adalah meskipun BCA *Mobile* memiliki beragam fitur, cukup banyak nasabah di BCA KCP Sumatera yang lebih berminat menggunakan aplikasi bertransaksi yang lain. Nasabah yang lebih memilih menggunakan aplikasi layanan bertransaksi yang lain disebabkan BCA *Mobile* belum memiliki fitur yang lebih spesifik jika dibandingkan dengan layanan aplikasi bertransaksi yang lain. Berikut adalah fitur layanan yang belum tersedia pada layanan BCA *Mobile*.

Tabel 1.3
Fitur Layanan yang Belum Tersedia di Layanan BCA Mobile

Fitur	Aplikasi yang Sudah Menerapkan
Paylater	Shopee Pay, Dana, Gopay, Kredivo, Ovo, dan Akulaku
Tabungan Emas	Dana dan Shopee
Bebas Uang Administrasi	Dana, Jenius, Ovo, Flip, dan Oy!
Jaminan Saldo Kembali	Gopay dan Dana
Pembayaran Pajak	Dana, Shopee Pay, dan Tokopedia
Pembayaran Asuransi Kesehatan	Tokopedia, Ovo, Gopay, Shopee Pay, Dana, dan LinkAja

Sumber: Observasi Awal, 2023

Pada data di atas dapat terlihat bahwa BCA *Mobile* belum menyediakan enam fitur penting yang dibutuhkan oleh kebanyakan nasabah saat ini dalam menggunakan layanan transaksi, seperti fitur *paylater* yang membuat nasabah dapat melakukan pembelian produk meskipun saldo tidak mencukupi, fitur tabungan emas, fitur *transfer* yang bebas uang administrasi, serta fitur jaminan saldo kembali jika nasabah melakukan kesalahan dalam pengiriman dana.

Berdasarkan permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam di BCA KCP Sumatera dengan judul **"PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KERAGAMAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI NASABAH MENGGUNAKAN BCA *MOBILE* (STUDI KASUS PADA BCA KCP SUMATERA)."**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian masalah yang telah dijelaskan, maka disinyalir identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Masih rendahnya minat nasabah menggunakan BCA *Mobile* yang diketahui dari dominannya jumlah nasabah yang tidak menggunakan BCA *Mobile* serta tidak tercapainya target jumlah nasabah pengguna BCA *Mobile*.
2. Masih terdapat cukup banyak nasabah yang gagap teknologi dan maraknya modus penipuan membuat nasabah berasumsi bahwa BCA *Mobile* tidak memberikan kemudahan dalam penggunaan.
3. Fitur yang tersedia di BCA *Mobile* dinilai belum spesifik atau lengkap.

1.3 Batasan Masalah

Peneliti mengfokuskan penelitian ini dengan mengkaji bagaimana kontribusi Kemudahan Penggunaan (X_1) dan Keragaman Fitur Layanan (X_2) terhadap Minat Bertransaksi nasabah dengan lingkup penelitian di BCA KCP Sumatera.

1.4 Rumusan Masalah

Berikut adalah rumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Apakah ada pengaruh antara Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bertransaksi Nasabah menggunakan BCA *Mobile*?
2. Apakah ada pengaruh Keragaman Fitur Layanan terhadap Minat Bertransaksi Nasabah Menggunakan BCA *Mobile*?
3. Apakah ada pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Keragaman Fitur Layanan secara bersama – sama terhadap Minat Bertransaksi Nasabah Menggunakan BCA *Mobile*?

1.5 Tujuan Penelitian

Berikut ini adalah tujuan penelitian berdasarkan uraian rumusan masalah yang telah dijelaskan:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bertransaksi nasabah menggunakan BCA *Mobile*.
2. Untuk mengetahui pengaruh Keragaman Fitur Layanan terhadap Minat Bertransaksi nasabah menggunakan BCA *Mobile*.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Keragaman Fitur Layanan secara bersama – sama terhadap Minat Bertransaksi Nasabah menggunakan BCA *Mobile*.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, yaitu:

1. Aspek Teoritis

   Untuk memperluas wawasan teoritis mengenai faktor – faktor yang memberikan dampak terhadap Minat Bertransaksi, seperti Kemudahan Penggunaan dan Keragaman Fitur Layanan.

2. Aspek Praktis

   a. Manfaat bagi BCA KCP Sumatera adalah dapat menjadi landasan penilaian dari pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Keragaman Fitur Layanan terhadap Minat Bertransaksi nasabah menggunakan BCA *Mobile* sehingga kedepannya pihak BCA bisa membuat aturan yang lebih tepat agar minat nasabah semakin tinggi dalam bertransaksi menggunakan layanan aplikasi BCA *Mobile* daripada bertransaksi secara konvensional di bank ataupun menggunakan aplikasi lain untuk memenuhi aktivitas bertransaksi.

   b. Manfaat secara akademis adalah dapat dijadikan sebagai kajian bahan studi kepustakaan, sebagai landasan bagi setiap peneliti kedepannya yang meneliti permasalahan yang sama dengan peneliti saat ini, serta dapat dijadikan sebagai pedoman bagi peneliti kedepannya untuk memperkaya penulisan karya ilmiah.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Minat Bertransaksi

2.1.1.1 Pengertian Minat Beli

Dalam setiap aktivitas bertransaksi, menemukan dan mengembangkan minat bertransaksi nasabah adalah tugas utama seorang pemasar. Minat bertransaksi nasabah dapat muncul ketika seorang pemasar berhasil melakukan pendekatan dengan nasabah. Oleh sebab itu, seorang pemasar harus membangun hubungan baik dengan nasabah sehingga pemasar lebih mudah menawarkan layanan transaksi kepada nasabah.

Minat beli merupakan perasaaan tertarik atau keinginan terhadap suatu objek atau produk yang dilihat dimana timbul dari dalam diri atau sikap individu sehingga adanya serangkaian tingkah laku respon positif agar melakukan keputusan pembelian (Hartanto dan Indriyani, 2022).

Minat beli merupakan perasaan yang tertarik atau keinginan terhadap suatu benda yang timbul dari dalam diri atau sikap individu sehingga terdapat serangkaian tingkah laku yang positif agar melakukan kegiatan keputusan pembelian (Gunawan, 2022).

Minat beli (*willingnes to buy*) adalah salah satu komponen dari proses konsumen memberi keputusan pembelian di kegiatan konsumsi (Puspita, dkk, 2021).

Minat beli konsumen (*purchase intention*) merupakan kesediaan konsumen untuk membeli suatu produk (barang atau jasa) berdasarkan penilaian sampai kepada keputusan untuk membeli produk tersebut (Bancin, 2021).

Minat beli merupakan pernyataan mental dari diri konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu (Siswanto dan Cahyono, 2022).

Berdasarkan seluruh pendapat yang dikemukakan para ahli, diambil suatu kesimpulan bahwa minat beli adalah suatu kondisi dimana konsumen merasa tertarik untuk memiliki produk atau jasa untuk dikonsumsi setelah melihat serangkaian keunggulan dari produk atau jasa tersebut berdasarkan rekomendasi dari orang lain ataupun ulasan dari orang yang telah memakai produk atau jasa tersebut.

2.1.1.2 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli

Dalam proses pembelian, minat konsumen sangat berkaitan dengan motivasi pelanggan untuk menggunakan atau membeli produk. Bisa dinyatakan bahwa minat dapat dipahami sebagai pernyataan psikologis pelanggan yang mencerminkan perencanaan pembelian banyak barang ataupun dengan *brand* tertentu.

Beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli seorang konsumen, yaitu (Riyanto dan Permana, 2022):

1. Perbedaan pekerjaan.

   Konsumen yang memiliki aktivitas yang padat akan memiliki niat dan keputusan yang berbeda dengan konsumen yang memiliki aktivitas cenderung lebih senggang.

2. Perbedaan kelas sosial dan ekonomi.

   Konsumen dengan tingkat sosial ekonomi tinggi lebih mudah dalam mencapai apa yang diinginkan berbeda dengan konsumen dengan tingkat sosial ekonomi yang lebih rendah.

3. Perbedaan hobi dan kegemaran.

   Bagaimana seorang konsumen menggunakan waktu luang sehingga berpengaruh terhadap bagaimana dia minat pada suatu produk atau jasa.

4. Perbedaan jenis kelamin.

   Kecenderungan psikologi pria dan wanita dalam berbelanja turut berpengaruh bagaimana niat beli terjadi.

5. Perbedaan usia.

   Kecenderungan suatu kebutuhan dan keinginan seseorang berbeda seiring perbedaan usianya.

2.1.1.3 Indikator Minat Beli

Kegiatan *marketing* tidak bisa lepas dari dinamika dan keadaan sekitar bisnis. Agar bisnis dapat tetap bertahan dan terus menghasilkan keuntungan, maka produk yang dihasilkan juga harus sesuai dengan target pelanggan sehingga dalam hal ini dapat menumbuhkan ketertarikan yang tinggi dari pelanggan untuk terus

melakukan pembelian. Beberapa indikator minat beli yaitu (Hartanto dan Indriyani, 2022):

1. Minat transaksional.

   Menggambarkan kecenderungan seseorang untuk membeli produk.

2. Minat refensial.

   Kecenderungan konsumen untuk mereferensikan produk kepada orang lain.

3. Minat preferensial.

   Menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut.

4. Minat eksploratif

   Menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya untuk mendukung sifat – sifat positif dari produk tersebut.

2.1.2 Teori Kemudahan Penggunaan

2.1.2.1 Pengertian Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) bagi seseorang dalam mempelajari teknologi informasi. Kemudahan penggunaan juga memberikan indikasi bahwa orang yang menggunakan teknologi informasi akan melakukan kegiatan dengan lebih mudah dibandingkan dengan orang yang melakukan kegiatan secara manual.

Kemudahan penggunaan adalah terbebasnya konsumen dari suatu usaha saat menggunakan teknologi dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Hartanto dan Indriyani, 2022).

Persepsi kemudahan penggunaan adalah suatu kepercayaan tentang efektivitas proses pengambilan keputusan. Jika seseorang mempercayai bahwa sistem mudah digunakan maka individu akan mencoba untuk menggunakannya (Handiman, dkk, 2022).

Kemudahan penggunaan merupakan kriteria penilaian yang sangat penting dalam menentukan kualitas produk inovasi. Oleh karena itu, kriteria ini harus menjadi salah satu pertimbangan ketika mengembangkan produk (Noperman, 2022).

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Santi dan Erdani, 2021).

Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) merupakan kepercayaan dari seseorang bahwa penggunaan teknologi mudah untuk dipahami (Asmarina, dkk, 2021).

Berdasarkan keseluruhan pendapat para ahli, dapat diambil suatu kesimpulan bahwa kemudahan penggunaan adalah sejauh mana seseorang memiliki keyakinan bahwa suatu teknologi dapat digunakan dengan jelas dan tanpa memerlukan banyak usaha, namun harus mudah dalam hal penggunaan dan pengoperasian.

2.1.2.2 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kemudahan Penggunaan

Kemudahan dan manfaat yang dirasakan oleh pengguna dalam menggunakan suatu layanan akan memunculkan kepercayaan bagi pengguna untuk terus menggunakan layanan tersebut dan juga menimbulkan sikap loyal pada diri pengguna. Kemudahan menggunakan teknologi dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu (Chaniago, dkk, 2022):

1. Faktor pertama berfokus pada teknologi itu sendiri, suatu teknologi yang baik dan digunakan secara terus menerus akan memberikan kemudahan bagi pengguna dalam menggunakannya.
2. Faktor kedua adalah reputasi akan teknologi tersebut yang diperoleh oleh pengguna.
3. Faktor ketiga yang mempengaruhi persepsi pengguna terhadap kemudahan menggunakan adalah tersedianya mekanisme pendukung yang handal.

2.1.2.3 Indikator Kemudahan Penggunaan

Karakteristik yang mudah digunakan harus ada dalam suatu layanan digital sehingga dengan adanya karakteristik tersebut akan memberikan kenyamanan dan kemudahan akses bagi setiap pengguna. Indikator kemudahan penggunaan adalah sebagai berikut (Hartanto dan Indriyani, 2022):

1. *Easy to learn*.

   Mudah untuk dipelajari artinya ketika pertama kali melakukan transaksi akan langsung mengerti dan paham tata cara penggunaan.

2. *Understandable*.

   Teknologi yang jelas dan dapat dioperasikan dengan mudah akan memudahkan pemakai dalam penggunaannya.

3. *Easy to get the system to do what user want to do*.

   Bahwa suatu aplikasi dapat menyediakan layanan yang mudah sesuai dengan kebutuhan orang yang menggunakan.

4. *Doesn't required a lot of mental effort*.

   Tidak dibutuhkan banyak usaha atau pengorbanan dalam menggunakan suatu layanan teknologi.

5. *Flexibel*.

   Dapat digunakan di mana saja dan kapan saja dalam menggunakan suatu layanan teknologi.

2.1.3 Teori Keragaman Fitur Layanan

2.1.3.1 Pengertian Keragaman Produk

Ketertarikan konsumen akan produk yang bervariatif tentu saja akan mempengaruhi volume penjualan. Oleh sebab itu, seorang pemilik usaha yang ingin mempertahankan keunggulan kompetitif dalam pasaran hendaknya harus mengerti aspek atau dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual oleh pemilik usaha tersebut dengan produk pesaing.

Keragaman produk atau lini produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli (Arman, 2022).

Keragaman produk adalah keberagaman dari seluruh produk yang ditawarkan, termasuk dengan ketersediaan produk dan kelengkapan produk pada setiap saat di toko termasuk merek, ukuran, kualitas produk, dan lain sebagainya (Gunawan, 2022).

Keragaman produk adalah macam – macam produk dalam artian kelengkapan produk mulai dari merek, ukuran, dan kualitas serta ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko (Indrasari, 2019).

Keragaman produk barang dan jasa adalah keragaman dari fungsi atau manfaat barang dan jasa tersebut (Purba, dkk, 2021).

Keragaman produk merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan pelaku usaha kepada konsumen. Oleh sebab itu, pelaku usaha harus membuat keputusan tepat mengenai keragaman produk yang ditawarkan, dengan adanya keragaman produk memberikan kemudahan kepada konsumen untuk memilih sesuai dengan kebutuhan konsumen (Rahmawati, 2022).

Berdasarkan pendapat para ahli, disimpulkan bahwa keragaman produk adalah variasi produk yang tersedia dalam suatu toko, mulai dari kelengkapan merek, kelengkapan ukuran produk, hingga tipe – tipe produk yang tersedia di toko tersebut.

2.1.3.2 Ciri – Ciri Keragaman Produk

Ketertarikan konsumen terhadap produk yang beragam sangat mempengaruhi volume penjualan dari suatu toko. Kumpulan seluruh barang atau produk yang ditawarkan penjual kepada konsumen memiliki berbagai ciri – ciri.

Ciri – ciri keragaman produk yang dihasilkan suatu perusahaan adalah sebagai berikut (Indrasari, 2019):

1. Lebar

   Berapa banyak lini produk berbeda yang dimiliki.

2. Kedalaman

   Jumlah seluruh barang pada bauran tersebut.

3. Keluasan

   Berapa banyak jenis yang ditawarkan masing – masing produk pada lini tersebut.

4. Konsistensi Bauran Produk

   Seberapa erat hubungan berbagai lini produk dalam penggunaan akhir, ketentuan produksi, saluran distribusi, atau lainnya.

2.1.3.3 Indikator Keragaman Produk

Suatu toko yang memiliki konsumen yang senang mencari variasi barang maka perlu memperpanjang lini produk. Sumber daya akan mempengaruhi kemampuan suatu toko memperpanjang lini produk. Memperpanjang berarti memerlukan tambahan sumber daya untuk mendistribusikan produk.

Indikator keragaman produk terdiri dari (Arman, 2022):

1. Kelengkapan Produk atau Barang

   Tersedianya kategori setiap produk atau barang yang lengkap.

2. Macam Merek

   Beragamnya merek di setiap kategori produk yang dijual.

bervariasi, yaitu dari ukuran atau kemasan kecil, sedang, dan besar.

3. Ketersediaan Produk

Mencakup jumlah produk di setiap kategori yang harus diperhatikan, jangan sampai kehabisan *stock*.

2.2 Penelitian Terdahulu

Peneliti mengeksplorasi sejumlah penelitian terdahulu sebagai acuan dalam kajian ini. Berikut adalah tinjauan penelitian terdahulu dalam Tabel 2.1:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	I Gusti Ngurah Mayun Prabawalingga dan I Ketut Yadnyana (2020) E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Vol 5, No. 10, 2016 ISSN: 2337-3067. Sinta 3. Bali	Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan Dengan Minat Penggunaan sebagai Variabel Intervening Terhadap Perilaku Penggunaan Sistem	Variabel: Persepsi Kemanfaatan (X_1), Persepsi Kemudahan (X_2), Minat Penggunaan (Z), dan Perilaku Penggunaan (Y)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan, persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan, persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan, persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan, minat penggunaan berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan, persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan melalui minat penggunaan, dan persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan melalui minat penggunaan

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
2.	Tika Arifiyanti dan Rose Rahmidani (2019) Jurnal Ecogen, Volume 2, Nomor 3, 2019 ISSN: 2654-8429. Sinta: 3 Padang	Pengaruh Inovasi Produk, Kemasan, dan Variasi Produk terhadap Minat Beli *Ice Cream* Aice di Kota Padang	Variabel: Inovasi Produk (X_1), Kemasan (X_2), Variasi Produk (X3), dan Minat Beli (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh faktor yang diteliti baik secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap minat beli konsumen.
3.	Andhika Bayu Pratama dan I Dewa Gede Dharma Suputra (2019) E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, Volume 27, Nomor 2, Mei 2019. ISSN: 2302-8556. Sinta: 3 Bali	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik	Variabel: Persepsi Manfaat (X_1), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_2), Tingkat Kepercayaan (X_3), dan Minat Menggunakan (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan tingkat kepercayaan secara keseluruhan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik
4.	Dessy Trismiyanti dan Thesa Alif Ravelby (2020) Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol 11, No 1, Januari 2020 E-ISSN: 2338-8234. Sinta: 2 Solok	Pengaruh Kemasan dan Keragaman Produk terhadap Minat Beli Makanan Kucing (Studi Kasus Merek Whiskas pada Pemilik Kucing di Kota Solok)	Variabel: Kemasan (X_1), Keragaman Produk (X_2), dan Minat Beli (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh faktor yang diteliti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

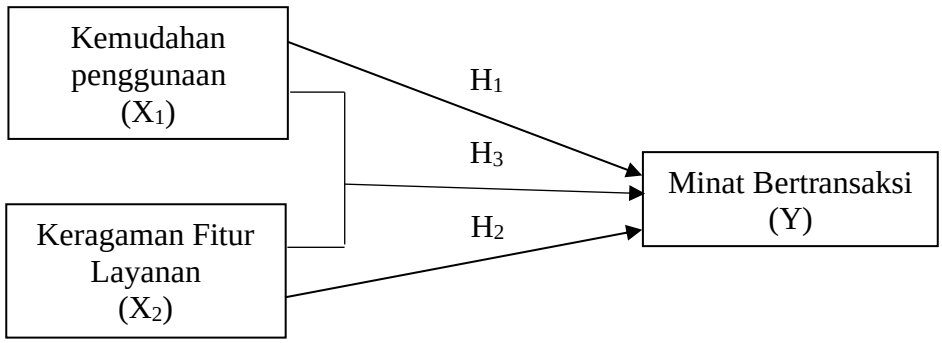
No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
5.	Latifah Robaniyah dan Henny Kurnianingsih (2021) Journal Image, Volume 10, Nomor 1, 2021 ISSN: 2339-2878. Sinta 3 Solo	Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Ovo	Variabel: Persepsi Manfaat (X_1), Kemudahan Penggunaan (X_2), Keamanan (X_3), dan Minat Menggunakan (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh faktor yang diteliti berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi Ovo.
6.	Annisa Lisdayanti, dkk (2020) PalArchs Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology, Volume 17, Nomor 10, 2020 ISSN: 1567-214X. Scopus: Q3. Netherland	*The Effect of Perceptions of Ease and Perception of Risk on Interest in Shopping Online Using The Shopee Application in The Pandemic Era*	Variabel: *Perceptions of Ease* (X_1), *Perception on Risk* (X_2) dan *Interest* (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh faktor yang diteliti berpengaruh terhadap minat dalam berbelanja *online* menggunakan aplikasi Shopee.
7.	Adeel Shah, dkk (2023) Journal of Advanced Manufacturing System, Volume 22, Nomor 1, 2023 ISSN: 1793-6896. Scopus: Q3. Singapore	*Effect of Product Assortment, Internet of Things, Order Fulfillment, Green on Purchase Intention Through the Mediating Role of Shopping Assistance*	Variabel: *Product Assortment* (X_1), *Internet of Things* (X_2), *Order Fulfillment* (X3), *Green Packaging* (X4), *Green Design* (X5), *Shopping Assistance* (Z), dan *Purchase Intention* (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa *product assortment, internet of things, order fullfillment, green packaging, green design, dan shopping assistance* berpengaruh terhadap *Purchase Intention*.
8.	Massoud Moslehpour, dkk (2018) Sustainability, Volume 10, Nomor 234, 2018 ISSN: 2071-1050. Scopus: Q1.	*e-Purchase Intention of Taiwanese Consumers: Sustainable Mediation of Perceived Usefulness and*	Variabel: *Perceived of Usefulness* (X_1), *Perceived Ease of Use* (X_2), dan *e-Purchase Intention* (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh faktor yang diteliti berpengaruh terhadap *e-purchase intention*.

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	Switzerland	*Perceived Ease of Use*		

2.3 Kerangka Pemikiran

Berikut adalah kerangka pemikiran dalam penelitian ini:

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



2.4 Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan peneliti sebelumnya, maka peneliti mengajukan beberapa hipotesis, yaitu sebagai berikut:

H_1: Terdapat pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bertransaksi Nasabah menggunakan BCA *Mobile* di BCA KCP Sumatera.

H_2: Terdapat pengaruh Keragaman Fitur Layanan terhadap Minat Bertransaksi Nasabah menggunakan BCA *Mobile* di BCA KCP Sumatera.

H_3: Terdapat pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Keragaman Fitur Layanan terhadap Minat Bertransaksi Nasabah menggunakan BCA *Mobile* di BCA KCP Sumatera.

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Lokasi dilaksanakannya penelitian adalah di BCA KCP Sumatera di Jl. Aiptu K.S. Tubun No. 46, Medan.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian direncanakan mulai dari bulan Maret 2024 sampai dengan bulan April 2024.

3.2 Jenis Data dan Sumber Data Penelitian

3.2.1 Jenis Data

Peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif dan metode kuantitatif dalam melaksanakan penelitian.

Penelitian deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata – rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, kurtosis, dan *skewness* (kemencengan distribusi) (Ghozali, 2021). Penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019).

3.2.2 Sumber Data

Sumber data dapat dipahami sebagai sumber atau referensi pengumpulan data yang dibutuhkan untuk mendukung kegiatan penelitian. Tanpa adanya sumber data, maka kegiatan penelitian tidak bisa dilaksanakan. Pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai cara. Jika dilihat dari sumbernya, maka pengumpulan data dapat terbagi menjadi sumber primer dan sumber sekunder.

Data berdasarkan sumbernya terdiri dari dua jenis, yaitu sebagai berikut (Sugiyono, 2019):

1. Sumber primer.

   Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang diberikan ke nasabah dan wawancara.

2. Sumber sekunder.

   Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder diperoleh dari arsip Bank BCA KCP Sumatera, web resmi Bank BCA, serta perolehan informasi mengenai Bank BCA melalui penelusuran di internet.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi dapat dipahami sebagai seluruh kelompok individu atau objek di mana seorang peneliti ingin mengeneralisasikan hasil penelitian. Dalam melaksanakan penelitian, populasi penelitian merupakan hal yang penting untuk

ditentukan karena dalam menentukan sampel atau responden penelitian semuanya berasal dari populasi penelitian.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Populasi penelitian adalah seluruh nasabah yang tidak menggunakan BCA *Mobile* di BCA KCP Sumatera sebanyak 3.267 nasabah.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan perwakilan dari populasi yang hasilnya mewakili keseluruhan gejala yang telah diteliti atau diamati. Sampel ditetapkan dari suatu populasi penelitian karena tidak memungkinkan peneliti untuk meneliti semua yang ada dalam populasi penelitian.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2019). Populasi penelitian ini berjumlah 3.267 nasabah yang tidak menggunakan BCA *Mobile*, sampel diperkecil dengan rumus Slovin.

Rumus slovin adalah salah satu teori penarikan sampel yang paling populer untuk penelitian kuesioner yang biasa digunakan untuk pengambilan jumlah sampel yang harus representatif agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel (Rifkhan, 2023). Berikut adalah perhitungan jumlah sampel berdasarkan rumus slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N\,(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel
N = Jumlah populasi
e = Tingkat kesalahan/*standard error* (10%)

$$n = \frac{3.267}{1 + 3.267\ (0,1)^2}$$

$$= \frac{3.267}{1 + 3.267\ (0,01)}$$

$$= 97,02$$

$$= 97$$

Berdasarkan hasil, jumlah sampel adalah sebanyak 97 nasabah dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling*, yang artinya teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2019). Jenis *nonprobability sampling* yang digunakan adalah *sampling insidental*, dimana siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2019).

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat dalam penyajian tabel berikut ini:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Pengertian Variabel	Indikator	Skala
Kemudahan Penggunaan (X_1)	Kemudahan penggunaan adalah terbebasnya konsumen dari suatu usaha saat menggunakan teknologi dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Sumber: (Hartanto dan Indriyani, 2022)	1. *Easy to learn*. 2. *Understandable*. 3. *Easy to get the system to do what user want to do*. 4. *Doesn't required a lot of mental effort*. 5. *Flexibel*. Sumber: (Hartanto dan Indriyani, 2022)	*Likert*
Keragaman Fitur Layanan (X_2)	Keragaman produk atau lini produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli. Sumber: (Arman, 2022)	1. Kelengkapan produk atau barang. 2. Macam merek. 3. Ketersediaan produk. Sumber: (Arman, 2022)	*Likert*
Minat Bertransaksi (Y)	Minat beli merupakan perasaaan tertarik atau keinginan terhadap suatu objek atau produk yang dilihat dimana timbul dari dalam diri atau sikap individu sehingga adanya serangkaian tingkah laku respon positif agar melakukan keputusan pembelian. Sumber:(Hartanto dan Indriyani, 2022)	1. Minat transaksional. 2. Minat referensial. 3. Minat preferensial. 4. Minat eksploratif. Sumber: (Hartanto dan Indriyani, 2022)	*Likert*

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data terdiri dari (Sugiyono, 2019), yaitu:

1. Kuesioner.

   Kuesioner yang telah dicetak diberikan ke setiap nasabah yang mengunjungi Bank BCA KCP Sumatera. Kuesioner berisikan pernyataan yang harus diisi oleh nasabah sesuai dengan apa yang dipikirkan nasabah

2. Studi kepustakaan.

   Dilakukan dengan pencarian data melalui arsip serta melakukan pencarian informasi mengenai variabel yang diteliti serta penelitian terdahulu dengan membaca dan mengumpulkan sejumlah referensi melalui *e – book*, buku, dan jurnal.

3. Wawancara.

   Wawancara dilakukan kepada pimpinan Bank BCA KCP Sumatera dan karyawan untuk mengulas lebih dalam mengenai Bank BCA KCP Sumatera, yaitu mulai dari awal berdirinya sampai bisa mencapai kesuksesannya sekarang. Wawancara juga dilakukan dengan nasabah yang tidak mengerti menjawab kuesioner yang dibagikan. Jenis kuesioner adalah kuesioner yang bersifat tertutup, yaitu berisikan pernyataan sehingga nasabah bisa langsung menjawab dengan lima pilihan jawaban yang juga telah tersedia dengan pengukuran skala *Likert*. Skala *Likert* atau dengan istilah *summated scale* (skala yang ditotalkan) pada mulanya adalah skala ordinal (Ghozali, 2021). Berikut adalah pilihan jawaban dan skor dalam pengukuran skala *Likert*:

Tabel 3.2
Skala Likert

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Ragu – Ragu atau Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: (Ghozali, 2021)

3.6 Teknik Analisa Data

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk menyatakan sejauh mana data yang terdapat di angket dapat mengukur apa yang ingin diukur. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat.

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Untuk mengetahui layak atau tidak layak suatu *item* yang digunakan, maka dilakukan uji signifikansi 0,05, yang artinya suatu item dinyatakan valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total (Ghozali, 2021).

Pengujian validitas menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* (produk momen *Pearson*). Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (dengan uji 2 sisi signifikansi 0,05) maka setiap butir pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total dan dapat diasumsikan telah dinyatakan valid (Ghozali, 2021).

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah bentuk pengujian yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif dan konsisten apabila alat ukur digunakan berulang kali. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas suatu test merujuk pada derajat stabilitas konsistensi, daya prediksi, dan akurasi.

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban yang diberikan terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2021).

Pengujian reliabilitas menggunakan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja, yang artinya pengukuran dilakukan hanya sekali dan hasilnya dibandingkan dengan pernyataan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pernyataan dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* (a), dengan kriteria disebut reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,70 (Ghozali, 2021).

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan bentuk pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah model regresi sudah baik atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang bersifat *Blue*, *Best*, *Linear*, *Unbias*, dan *Estimator*, serta bebas dari deteksi multikolinearitas dan heteroskedastisitas serta data yang dimiliki harus terdistribusi secara normal.

Terdapat tiga uji asumsi untuk pengujian model regresi, yaitu (Ghozali, 2018):

1. Uji multikolinearitas
2. Uji heteroskedastisitas
3. Uji normalitas

3.6.3.1 Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent)*. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel *independent*. Masalah multikolinearitas bisa disebabkan oleh penggunaan nilai lag (*lagged value*) dari variabel – variabel bebas tertentu dalam model regresi.

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Peneliti menggunakan deteksi multikolinearitas menggunakan VIF dengan ketentuan jika nilai toleransi lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF tidak lebih dari 10, maka dinyatakan model regresi bebas dari multikolinearitas (Ghozali, 2021).

3.6.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas merupakan bentuk pengujian untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual. Pengujian heteroskedastisitas juga bertujuan untuk mencapai model regresi yang bersifat homoskedastisitas atau bebas dari heteroskedastisitas. Cukup

sering pengujian heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *glejser*, yaitu dengan meregres nilai absolut residual (UbsUt) sebagai variabel *dependent*.

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2021). Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam pengujian heteroskedastisitas peneliti menggunakan 2 metode, yaitu:

1. Uji *Glejser*, dengan ketentuan jika nilai signifikansi seluruh variabel X lebih besar dari 0,05 maka model yang digunakan bebas dari heteroskedastisitas.
2. Grafik Plot, antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID, deteksi heteroskedastisitas dilakukan dengan berpedoman pada ketentuan jika tidak ada pola yang jelas, serta titik – titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

3.6.3.3 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu bentuk pengujian dari asumsi klasik yang digunakan untuk mengetahui apakah setiap variabel yang diteliti sudah terdistribusi normal atau tidak. Dengan pengujian normalitas diharapkan bahwa data dari setiap variabel sudah terdistribusi normal sehingga model regresi layak digunakan dalam penelitian.

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2021). Dalam pengujian ini, peneliti menggunakan uji statistik non – parametrik *Kolmogorov Smirnov* (K – S). Uji K – S dilakukan dengan membuat hipotesis:

H_0: Data residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

H_1: Data residual berdistribusi tidak normal jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

Dasar pengambilan keputusan untuk deteksi normalitas dengan grafik histogram dan grafik normal plot adalah jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sebaliknya jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, sehingga dapat disimpulkan model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan suatu metode untuk meramalkan nilai pengaruh dua variabel *independent*/lebih terhadap satu variabel *dependent*. Analisis regresi linier berganda juga dapat membuktikan ada tidaknya hubungan antara dua variabel atau lebih dari variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel terikat (*dependent*).

Analisis regresi linier bertujuan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih serta menunjukkan arah hubungan antara variabel *dependen*

dengan variabel *independen* (Ghozali, 2021). Pengujian analisis regresi linier berganda dalam penelitian bertujuan mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel bebas yaitu Kemudahan Penggunaan dan Keragaman Fitur Layanan terhadap variabel terikat yaitu Minat Bertransaksi. Berikut adalah formula dari analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini:

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

Keterangan:

Y	= Minat Bertransaksi (*dependent variable*)
a	= Konstanta
b_1 dan b_2	= Koefisien regresi dari masing – masing variabel X
X_1	= Kemudahan Penggunaan
X_2	= Keragaman Fitur Layanan
e	= Residual/*error* (5%)

3.6.5 Pengujian Hipotesis

3.6.5.1 Uji t (Uji Parsial)

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t merupakan pengujian hipotesis yang dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh masing – masing variabel *independent* atau variabel bebas yang terdapat di dalam model regresi secara individual (parsial) terhadap variabel *dependent* atau variabel terikat. Untuk mengetahui terdapat pengaruh atau tidak, pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel}.

Uji t untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/*independen* secara individual dalam menerangkan variasi variabel *dependen* (Ghozali, 2021). Dapat disimpulkan pengujian hipotesis dengan uji t

bertujuan mengetahui apakah masing – masing dari variabel X berpengaruh secara parsial atau tidak terhadap variabel Y. Bentuk pengujiannya sebagai berikut:

1. H_0: $b_1, b_2 = 0$

   Kemudahan Penggunaan dan Keragaman Fitur Layanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Minat Bertransaksi nasabah menggunakan BCA *Mobile* di BCA KCP Sumatera.

2. H_a: $b_1, b_2 \neq 0$

   Kemudahan Penggunaan dan Keragaman Fitur Layanan secara parsial berpengaruh terhadap Minat Bertransaksi nasabah menggunakan BCA *Mobile* di BCA KCP Sumatera.

Pengujian hipotesis dengan uji t menggunakan tingkat signifikansi 5% dan uji 2 sisi. Adapun ketentuan pengujian hipotesis dengan uji t adalah sebagai berikut:

1. H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$
2. H_1 diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

3.6.5.2 Uji F (Uji Simultan)

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F merupakan pengujian hipotesis yang dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh seluruh variabel *independent* atau variabel bebas yang terdapat di dalam model regresi secara bersamaan (simultan) terhadap variabel *dependent* atau variabel terikat. Untuk mengetahui terdapat pengaruh atau tidak, pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel}.

Uji F merupakan bentuk uji hipotesis atau uji signifikansi anova yang akan memberikan indikasi apakah variabel Y berhubungan linear atau tidak terhadap setiap variabel X yang diteliti (Ghozali, 2021). Pengujian hipotesis dengan uji F dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana berpengaruh secara simultan atau bersama – sama dari Kemudahan Penggunaan dan Keragaman Fitur Layanan terhadap Minat Bertransaksi.

Pengujian hipotesis dengan uji F dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 5%. Adapun ketentuan pengujian hipotesis dengan uji F adalah sebagai berikut:

1. H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$
2. H_1 diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

3.6.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian dengan uji koefisisen determinasi (R_2) merupakan pengujian untuk mengetahui besarnya kontribusi seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Semakin tinggi hasil dari pengujian koefisien determinasi (R_2) maka semakin tinggi juga kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan hibungannya terhadap variaebel terikat.

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependen*. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel *independen* dalam menjelaskan variabel *dependen* sangat terbatas (Ghozali, 2021). Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin besar hasil

dari koefisien determinasi, maka semakin besar juga pengaruh variabel X yang dapat menjelaskan variabel Y.

Uji koefisien determinasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh seluruh variabel X, yaitu Kemudahan Penggunaan dan Keragaman Fitur Layanan dalam menjelaskan hubungannya terhadap variabel Y, yaitu Minat Bertransaksi nasabah menggunakan BCA *Mobile* di BCA KCP Sumatera.

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat BCA

Sejarah Bank Central Asia (BCA) dimulai pada tahun 1955, CV Perseroan Dagang dan *Industrie Semarang Knitting Factor* berdiri sebagai cikal bakal Bank Central Asia (BCA). Pada tanggal 21 Februari 1957, BCA mulai beroperasi dengan kantor pusat di Jakarta. Selanjutnya, sekitar tahun 1970, nama bank resmi memakai nama PT Bank Central Asia (BCA) dan berhasil memperkuat jaringan cabang serta berkembang menjadi bank devisa.

Sekitar tahun 1980, BCA mengembangkan berbagai produk dan layanan serta pengembangan teknologi informasi, dengan menerapkan *online system* untuk jaringan kantor cabang, dan meluncurkan Tabungan Hari Depan (Tahapan) BCA. Pada tahun 1990an, BCA memulai layanan ATM (Anjungan Tunai Mandiri). Selain itu BCA juga mulai bekerja sama dengan institusi terkemuka, antara lain PT Telkom untuk pembayaran tagihan telepon melalui ATM BCA. Pada tahun 2000an, BCA memperkuat dan mengembangkan produk dan layanan, terutama perbankan elektronik dengan memperkenalkan Debit BCA, Tunai BCA, *internet banking*, KlikBCA, *mobile banking* (m-BCA), EDCBIZZ, dan lain lain.

Tahun 2010-2013, BCA memasuki lini bisnis baru yaitu perbankan syariah, pembiayaan sepeda motor, asuransi umum, dan sekuritas guna meningkatan layanan dari BCA yang telah menyelesaikan pembangunan *Disaster*

Recovery Center (DRC) di Surabaya yang berfungsi sebagai *disaster recovery backup data center* yang terintegrasi dengan dua *mirroring data center*. Tahun 2014-2016, BCA mengembangkan MyBCA, sebagai layanan perbankan digital yang dapat digunakan secara mandiri dan meluncurkan produk *electronic wallet* berbasis aplikasi. Tahun 2017-2018, BCA mulai membangun kolaborasi dengan perusahaan *fintech* atau *e-commerce* untuk sistem pembayaran tanpa *cash* melalui BCA. Tahun 2019, BCA meluncurkan BCA Keyboard untuk memudahkan transaksi perbankan diberbagai *online chat platform* dan sistem pembukaan rekening melalui *BCA Mobile* dan WELMA (sebuah *mobile apps* untuk layanan *wealth management*).

Kedepannya BCA akan terus berinovasi dengan memanfaatkan beragam perangkat teknologi digital untuk memperkuat *customer experience* dan meningkatkan efisiensi operasional di kantor cabang pembantu (KCP).

4.1.2 Visi dan Misi BCA

4.1.2.1 Visi BCA

Menjadi bank pilihan utama andalan masyarakat yang berperan sebagai pilar penting perekonomian Indonesia.

4.1.2.2 Misi BCA

Misi BCA terdiri dari beberapa poin, yaitu:

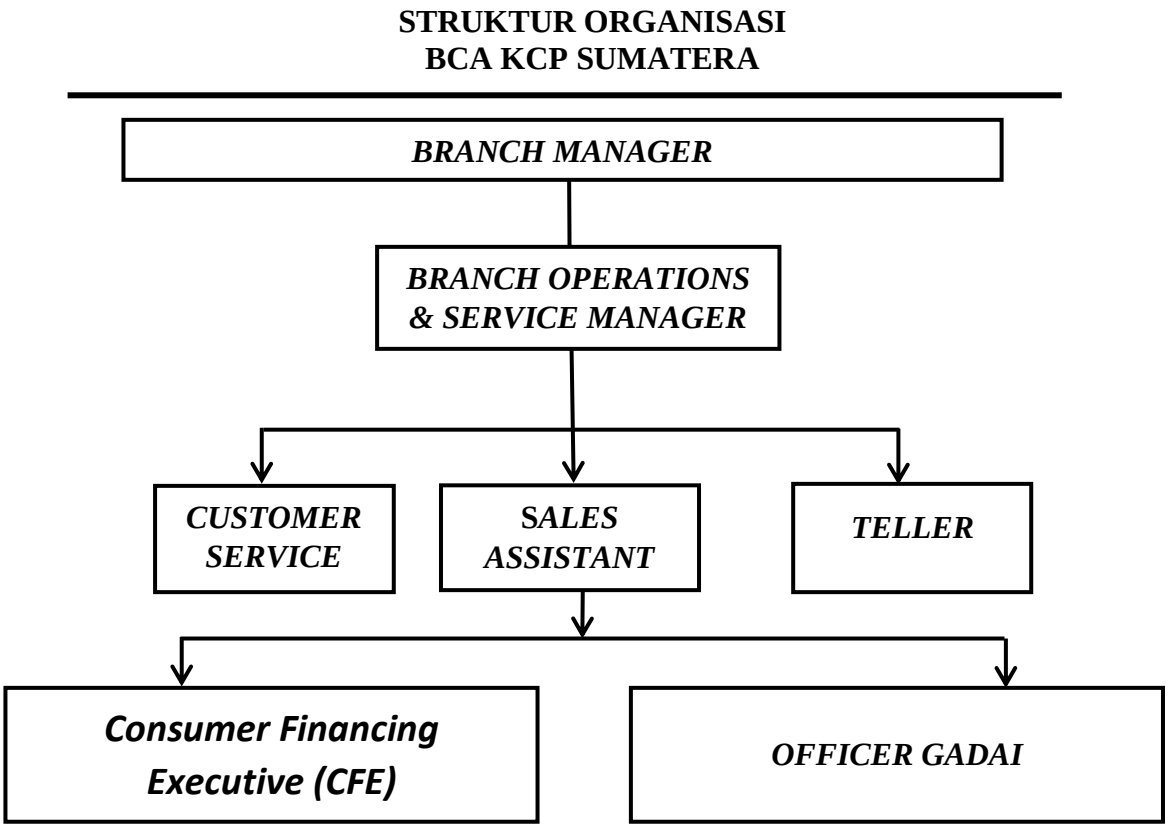
1. Membangun institusi yang unggul di bidang penyelesaian pembayaran dan solusi keuangan bagi nasabah bisnis dan perorangan.

2. Memahami beragam kebutuhan nasabah dan memberikan layanan finansial yang tepat demi tercapainya kepuasan optimal bagi nasabah.
3. Meningkatkan nilai *franchise* dan nilai *stakeholders* BCA.

4.1.3 Struktur Organisasi BCA KCP Sumatera

Struktur organisasi merupakan hal yang sangat penting dalam pencapaian tujuan, hal ini di karenakan dalam struktur organisasi tersebut ada pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab yang jelas. Struktur organisasi pada suatu perusahaan akan menyebabkan kelancaran kerja serta meningkatkan efisiensi dan efektivitas perusahaan tersebut. Berikut struktur organisasi BCA KCP Sumatera.

Gambar 4.1
Struktur Organisasi BCA KCP Sumatera



Sumber: BCA KCP Sumatera, 2024

Berikut tugas dari masing – masing jabatan pada struktur organisasi:

1. *Branch manager*.

   Tugas dan tanggung jawab *branch manager* adalah sebagai berikut:

   a. Membangun budaya *cost awareness* dan *cost effisiensi* serta mengelola dan melakukan *monitoring* terhadap seluruh biaya-biaya sehingga seluruh biaya yang dikeluarkan dapat termonitor dengan baik dan efisien serta tidak melebihi anggaran yang telah ditetapkan.
   b. Melakukan pemasaran, menganalisa dan mengelola calon nasabah atau debitur BCA sesuai wewenang dan target yang telah ditentukan.
   c. Melakukan koordinasi dengan pimpinan wilayah, devisi jaringan, dan layanan kantor pusat dalam rangka *monitoring terhadap service standard* yang diberikan oleh seluruh *staff* sehingga *service* yang diberikan sesuai dengan standar layanan bank.
   d. Melakukan koordinasi dalam *monitoring* seluruh keluhan atau *complaint* nasabah terselesaikan dengan baik, serta penyelesaiannya dilakukan tepat waktu dan memenuhi kebutuhan nasabah dengan tetap memperhatikan ketentuan yang berlaku di bank.
   e. Melakukan koordinasi dalam membuat rencana atau langkah-langkah perbaikan *service* yang harus dilakukan sehingga service yang diberikan kepada nasabah meningkat dari waktu - kewaktu sesuai dengan target.
   f. Mewakili direksi dalam hubungan dengan pihak eksternal dalam upaya pencapaian misi kantor cabang secara optimal.

g. Menetapkan pembagian tugas serta penengahan disiplin kepada pegawai yang menjadi tanggung jawab penyelesaiannya.

h. Memberikan penilaian kinerja secara objektif dan memberikan *feedback* baik positif maupun negatif terhadap pegawai bawahannya.

2. *Branch operations & service manager*.

Tugas dan tanggung jawab *branch operations & service manager* adalah sebagai berikut:

a. Mengelola dan melakukan *monitoring* terhadap seluruh biaya-biaya operasional.

b. Menentukan kebutuhan likuidasi untuk transaksi di kantor cabang.

c. Melakukan *monitoring* terhadap standar layanan yang diberikan oleh seluruh *staff*.

d. Melakukan *monitoring* seluruh keluhan nasabah terselesaikan dengan baik serta tepat waktu.

e. Mengelola administrasi kredit, dana, dan jasa.

3. *Customer service*.

Tugas dan tanggung jawab *customer sevice* adalah sebagai berikut:

a. Memberikan informasi kepada nasabah atau calon nasabah mengenai produk dan jasa bank.

b. Melayani nasabah maupun calon nasabah sesuai dengan standar layanan.

c. Mendengar dan mencatat keluhan nasabah (*walk in* dan *by phone*) dan meyelesaikan keluhan tersebut dalam batas wewenang yang dimiliki atau meneruskan kepada *officer operational*.

d. Melakukan *follow up* atas keluhan nasabah sesuai dengan sistem prosedur sehingga dapat diselesaikan dengan baik sesuai ketentuan.

e. Melayani administrasi pembukaan dan penutupan rekening.

4. *Teller*.

Tugas dan tanggung jawab *teller* adalah sebagai berikut:

a. Memberikan informasi kepada nasabah atau calon nasabah mengenai produk dan jasa BCA.

b. Melayani nasabah maupun calon nasabah sesuai dengan standar layanan.

c. Menerima dan melayani nasabah yang memerlukan transaksi tunai dan *non*-tunai sesuai dengan sistem, prosedur, dan standar layanan bank.

d. Mengadministrasikan uang tunai sesuai dengan kebijakan yang berlaku agar pelayanan kepada nasabah berjalan dengan lancar.

e. Melakukan *balancing* kas pada awal atau akhir hari dengan menyelesaikan nota-nota transaksi pembukuan dengan fisik uang yang ada dan menyerahkannya kepada *officer operational* dana dan jasa untuk dimasukan ke kas.

5. *Sales assistant.*

Tugas dan tanggung jawab *sales assistant* adalah sebagai berikut:

a. Melakukan koordinasi dengan manager terkait pencapaian target.
b. Melakukan koordinasi dengan pihak eksternal & internal dalam mengelola seluruh keluhan nasabah agar terselesaikan dengan baik.
c. Mengelola dan menjaga hubungan baik dengan relasi bisnis.
d. Melakukan promosi produk kepada nasabah dan calon nasabah.
e. Mengumpulkan informasi dan data untuk menyusun daftar potensial nasabah sebagai target pemasaran kredit dan produk internasional.

6. *Consumer Financing Executive (CFE)*.

Tugas dan tanggung jawab bagian *consumer financing executive (CFE)* adalah sebagai berikut:

a. Mengelola dana dan menjaga hubungan baik dengan nasabah dan calon nasabah.
b. Mengumpulkan informasi dan data untuk menyusun daftar potensial nasabah sebagai target pemasaran dana consumer.
c. Menyusun rencana aktivitas pemasaran dana consumer secara reguler.

7. *Officer* gadai.

Tugas dan tanggung jawab bagian *officer* gadai adalah sebagai berikut:

a. Memasukan data nasabah, barang jaminan, uang pinjaman ke dalam komputerisasi.
b. Memberi nomor surat bukti gadai emas sesuai dengan nomor yang diterbitkan komputer.
c. Memasukan data bukti gadai ke kas debit atau kredit.

d. Menerbitkan hasil cetak transaksi barang jaminan dan saldo kas.

e. Melakukan penyegelan terhadap barang jaminan.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Deskripsi Responden

Deskripsi responden adalah penggambaran mengenai setiap unit yang akan diteliti yang meliputi ciri atau profil responden yang didapat melalui pengolahan data setelah pembagian kuesioner. Dari pembagian kuesioner, diperoleh data sebanyak 97 nasabah sebagai responden penelitian. Data mengenai deskripsi responden yang diperoleh melalui pembagian kuesioner adalah dari jenis kelamin, umur, dan frekuensi transaksi. Deskripsi responden penelitian dapat dilihat melalui uraian tabel berikut ini:

Tabel 4.1
Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki – Laki	70	72,3%
Perempuan	27	27,8%
Total	**97**	**100%**

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas diketahui bahwa responden nasabah dengan jenis kelamin laki - laki lebih mendominasi, yaitu sebanyak 70 orang atau 72,3% dari jumlah seluruh responden. Sedangkan untuk nasabah dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 27 orang atau 27,8% dari jumlah seluruh responden. Jadi dapat disimpulkan bahwa jumlah responden laki - laki yang lebih banyak disebabkan kebanyakan nasabah laki – laki di BCA adalah seorang wirausaha, sehingga pengurusan transaksi keuangan usaha lebih banyak diurus oleh laki – laki.

Tabel 4.2
Deskripsi Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah Responden	Persentase (%)
Di Bawah 30 Tahun	25	25,8%
31 Tahun sampai 40 Tahun	41	42,3%
41 Tahun sampai 50 Tahun	21	21,6%
Di Atas 50 Tahun	10	10,3%
Total	**97**	**100%**

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.2 diketahui responden nasabah berumur 31 tahun sampai 40 tahun yang lebih mendominasi, yaitu sebanyak 41 orang atau 42,3% dari jumlah seluruh responden. Responden nasabah berumur di bawah 30 tahun adalah sebanyak 25 orang atau 25,8%. Responden nasabah berumur 41 tahun sampai 50 tahun adalah sebanyak 21 orang atau 21,6%, dan responden nasabah berumur di atas 50 tahun adalah sebanyak 10 orang atau 10,3%. Dapat disimpulkan banyaknya responden nasabah berumur 31 tahun sampai 40 tahun disebabkan umur tersebut adalah masa produktif dan kebanyakan pada rentang umur tersebut adalah orang yang pekerjaannya sebagai wirausaha, sehingga dalam memenuhi kelangsungan hidup dan usahanya kebanyakan pada rentang umur tersebutlah yang mengunjungi bank untuk melakukan transaksi keuangan. Responden terendah dengan umur di atas 50 tahun karena kebanyakan pada umur tersebut adalah masa dimana orang sudah tidak terlalu produktif dan lebih banyak menghabiskan waktu di rumah.

Tabel 4.3
Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Transaksi

Frekuensi Transaksi	Jumlah Responden	Persentase (%)
Sekali Sebulan	4	4,1%
Dua Kali sampai Tiga Kali Sebulan	41	42,3%
Lebih Tiga Kali Sebulan	52	53,6%
Total	**97**	**100%**

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas, dapat dilihat bahwa responden dengan frekuensi transaksi lebih tiga kali sebulan yang paling mendominasi, yaitu sebanyak 52 orang atau 53,6% dari total responden. Responden dengan frekuensi transaksi dua kali sampai tiga kali sebulan adalah sebanyak 41 orang atau 42,3%, dan responden dengan frekuensi transaksi sekali sebulan adalah sebanyak 4 responden atau 4,1% dari total seluruh responden. Banyaknya responden yang melakukan transaksi lebih tiga kali sebulan ke bank biasanya dilakukan oleh para nasabah pebisnis.

4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.2.2.1 Uji Validitas

Adapun pengujian validitas dalam penelitian ini dengan menggunakan korelasi *Bivariate Pearson*, dimana hasil dari pengujian yaitu r_{hitung} akan dibandingkan dengan r_{tabel}. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan nilai positif maka butir atau pernyataan indikator dinyatakan valid (Ghozali, 2021).

Uji validitas dilakukan dengan pembagian kuesioner kepada konsumen sebanyak 30 responden, perhitungan nilai df adalah dengan rumus df = n – 2, maka didapatkan nilai df = 28. Jika melihat kembali r_{tabel} dengan tingkat signifikansi 0,05 untuk uji dua arah, maka didapatkan nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Sedangkan untuk nilai r_{hitung} diperoleh dengan memasukkan masing – masing skor *item* dan skor total untuk diolah dengan SPSS 27, berikut hasil pengujian validitas dari setiap variabel:

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan Penggunaan (X_1)

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Proses transaksi melalui BCA *Mobile* sangat mudah dipelajari.	0,589	0,361	Valid
2.	Transaksi melalui BCA *Mobile* sangat mudah penggunaannya.	0,751	0,361	Valid
3.	Saya merasa semua fitur dalam BCA *Mobile* dapat digunakan dengan mudah.	0,664	0,361	Valid
4.	Karena fitur yang mudah digunakan, maka akan membuat saya sangat dipermudah dalam melakukan segala transaksi.	0,736	0,361	Valid
5.	BCA *Mobile* menyediakan fitur yang sesuai dengan kebutuhan orang yang menggunakan.	0,619	0,361	Valid
6.	Saya merasa dengan adanya BCA *Mobile* dapat meningkatkan efisiensi saya.	0,453	0,361	Valid
7.	Menurut saya BCA *Mobile* layak dijadikan sebagai transaksi *non* tunai karena tidak dibutuhkan pengorbanan dalam menggunakan layanan tersebut.	0,771	0,361	Valid
8.	Saya merasa dengan BCA *Mobile* saya dapat melakukan transaksi dengan cepat.	0,619	0,361	Valid
9.	Saya merasa dengan BCA *Mobile* saya dapat melakukan transaksi secara praktis.	0,766	0,361	Valid
10.	BCA *Mobile* dapat meningkatkan efektivitas dalam melakukan transaksi *non* tunai.	0,623	0,361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat dilihat bahwa hasil uji validitas dari variabel Kemudahan Penggunaan dengan nilai r_{hitung} terbesar adalah pada pernyataan ketujuh, yaitu sebesar 0,771. Sedangkan nilai r_{hitung} terkecil dimiliki oleh pernyataan keenam, yaitu sebesar 0,453. Pada Tabel 4.5 juga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan tersebut memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel}, dengan nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Hal ini sesuai dengan syarat dalam pengujian validitas, maka dapat dinyatakan seluruh pernyataan yang digunakan telah valid.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Keragaman Fitur Layanan (X_2)

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	BCA *Mobile* memiliki fitur layanan yang sangat lengkap sesuai dengan kebutuhan nasabah.	0,556	0,361	Valid
2.	Nasabah berkomitmen terus menggunakan BCA *Mobile* karena aplikasi layanan transaksi lainnya tidak memiliki fitur selengkap BCA *Mobile.*	0,786	0,361	Valid
3.	BCA *Mobile* terus menyempurnakan layanan transaksi dengan terus berinovasi menciptakan berbagai fitur terbaru dari waktu ke waktu.	0,807	0,361	Valid
4.	BCA *Mobile* menyediakan layanan transaksi untuk nasabah yang berusia di bawah 17 tahun, seperti layanan tabungan simpanan pelajar, layanan tabunganku BCA, dan layanan Xpresi BCA.	0,705	0,361	Valid
5.	Layanan BCA *Mobile* menghadirkan kemudahan transaksi perbankan baik melalui *Klik* BCA serta *My* BCA.	0,768	0,361	Valid
6.	Layanan BCA *Mobile* bisa diakses kapanpun dimanapun sesuai yang dinginkan nasabah.	0,662	0,361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.6 dapat dilihat bahwa hasil uji validitas dengan nilai r_{hitung} terbesar dimiliki oleh pernyataan ketiga, yaitu sebesar 0,807. Sedangkan untuk nilai r_{hitung} terkecil dimiliki oleh pernyataan pertama, yaitu sebesar 0,556. Pada Tabel 4.6 juga diketahui bahwa seluruh pernyataan tersebut memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel}, yaitu dengan nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Hal ini sesuai dengan syarat dalam pengujian validitas, jika nilai r_{hitung} seluruh pernyataan lebih besar dari r_{tabel} maka dapat dinyatakan seluruh pernyataan yang digunakan dalam kuesioner telah valid.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Minat Bertransaksi (Y)

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Saya berminat menggunakan layanan transaksi BCA *Mobile* setelah adanya dorongan akan kebutuhan.	0,487	0,361	Valid

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
2.	Saya berminat menggunakan layanan BCA *Mobile* karena lebih aman daripada menggunakan transaksi secara konvensional.	0,438	0,361	Valid
3.	Saya akan merekomendasikan ke orang lain untuk menggunakan BCA *Mobile*.	0,524	0,361	Valid
4.	Saya merekomendasikan ke orang lain karena layanan BCA *Mobile* yang bagus untuk digunakan.	0,641	0,361	Valid
5.	Saya tetap memilih BCA *Mobile* sebagai pilihan utama saya untuk bertransaksi meskipun sudah sangat banyak aplikasi layanan bertransaksi lainnya.	0,742	0,361	Valid
6.	Saya berminat menggunakan layanan BCA *Mobile* karena dapat meningkatkan kepercayaan diri saya.	0,602	0,361	Valid
7.	Saya memutuskan menggunakan BCA *Mobile* karena memiliki kualitas layanan yang baik.	0,876	0,361	Valid
8.	Saya mencari informasi terlebih dahulu mengenai BCA *Mobile* sebelum memutuskan untuk menggunakan layanan transaksi tersebut.	0,775	0,361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat dilihat bahwa hasil uji validitas dengan nilai r_{hitung} terbesar dimiliki oleh pernyataan ketujuh, yaitu sebesar 0,876. Sedangkan nilai r_{hitung} terkecil dimiliki oleh pernyataan kedua, yaitu sebesar 0,438. Pernyataan seluruh variabel Minat Bertransaksi menunjukkan nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel}, yaitu dengan nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Hal ini sesuai dengan syarat dalam pengujian validitas, jika nilai r_{hitung} seluruh pernyataan lebih besar dari r_{tabel} maka dinyatakan seluruh pernyataan yang digunakan telah valid.

4.2.2.2 Uji Reliabilitas

Kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban yang diberikan terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Peneliti menggunakan cara *one shot*, yang artinya pengukuran dilakukan hanya sekali dan

hasilnya dibandingkan dengan pernyataan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pernyataan dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* (a), dengan kriteria pengujian dimana variabel disebut reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70 (Ghozali, 2021). Berikut hasil pengujian reliabilitas pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	*Cronbach Alpha*	*N of Items*	Keterangan
Kemudahan Penggunaan (X_1)	0,851	10	Reliabel
Keragaman Fitur Layanan (X_2)	0,808	6	Reliabel
Minat Bertransaksi (Y)	0,778	8	Reliabel

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.8 diketahui *Cronbach Alpha* setiap variabel lebih besar dari 0,70. Maka seluruh pernyataan yang digunakan telah reliabel.

4.2.3 Uji Asumsi Klasik

4.2.3.1 Uji Multikolinearitas

Untuk deteksi multikolinearitas menggunakan VIF dengan ketentuan jika nilai tolerance ≤ 0,10 atau sama dengan nilai VIF ≥ 10, maka dinyatakan terjadi multikolinearitas dalam model regresi (Ghozali, 2021). Hasil dari pengujian multikolinearitas dapat dilihat pada lampiran 10.

Berdasarkan hasil *output* SPSS diketahui nilai dari *tolerance* masing – masing variabel bebas lebih besar dari 0,10 serta nilai VIF seluruh variabel tidak lebih dari 10, maka dapat disimpulkan model regresi yang digunakan tidak terjadi gejala multikolinearitas.

4.2.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam pengujian heteroskedastisitas, peneliti menggunakan 2 metode, yaitu (Ghozali, 2021):

1. Uji *Glejser* dengan dasar pengambilan keputusan jika probabilitas signifikansi di atas 0,05, maka disimpulkan model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas.
2. Grafik Plot, antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID, deteksi heteroskedastisitas dilakukan dengan berpedoman pada ketentuan jika tidak ada pola yang jelas, serta titik – titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Berikut adalah hasil dari pengujian heteroskedastisitas yang dapat dilihat pada lampiran 11.

Berdasarkan *output* SPSS diketahui nilai signifikansi dari variabel X_1 dan X_2 lebih besar dari 0,05 dengan nilai sig. masing – masing variabel sebesar 0,329 dan 0,814 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

Berdasarkan *output scatterplot* pada lampiran 11 dapat terlihat bahwa titik – titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0

pada sumbu Y. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

4.2.3.3 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam pengujian ini, peneliti menggunakan uji statistik non – parametrik *Kolmogorov Smirnov* (K – S) dan analisis grafik histogram serta grafik normal plot. Uji K – S dilakukan dengan membuat hipotesis:

H_0: Data residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

H_1: Data residual berdistribusi tidak normal jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

Deteksi normalitas dengan grafik histogram dan grafik normal *probability plot* adalah jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2021). Hasil pengujian normalitas dapat terlihat pada lampiran 12.

Diketahui nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, dengan nilai 0,200 yang artinya H0 diterima. Maka disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal.

Grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal karena data tegak lurus di atas angka 0 dan berbentuk simetris sehingga dapat dinyatakan model regresi memenuhi asumsi normalitas. Begitu juga dengan grafik normal *probability*

plot menunjukkan data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier bertujuan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih serta menunjukkan arah hubungan antara variabel *dependen* dengan variabel *independen* (Ghozali, 2021). Berikut formulanya:

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

Keterangan:

Y	= Minat Bertransaksi (*dependent variable*)
a	= Konstanta
b_1, b_2, b_3	= Koefisien regresi dari masing – masing variabel X
X_1	= Kemudahan Penggunaan
X_2	= Keragaman Fitur Layanan
e	= Residual/*error* (5%)

Berdasarkan hasil *output* SPSS di lampiran 13, diperoleh persamaan regresi linier berganda dengan rumus berikut:

Minat Bertransaksi = 5,289 + 0,338 Kemudahan Penggunaan + 0,548 Keragaman Fitur Layanan

Persamaan regresi linier berganda dapat dijelaskan dalam uraian berikut:

1. Nilai konstanta (a) = 5,289, artinya ketika nilai variabel bebas yaitu Kemudahan Penggunaan (X_1) dan Keragaman Fitur Layanan (X_2) bernilai 0 maka Minat Bertransaksi adalah tetap sebesar 5,289.
2. Koefisien b_1X_1 = 0,338, artinya bahwa ketika Kemudahan Penggunaan (X_1) meningkat sebesar 1%, maka Minat Bertransaksi (Y) akan meningkat sebesar 0,338.

3. Koefisien b_2X_2 = 0,548, artinya bahwa ketika Keragaman Fitur Layanan (X_2) meningkat sebesar 1%, maka Minat Bertransaksi (Y) juga mengalami peningkatan sebesar 0,548.

4.2.5 Pengujian Hipotesis

4.2.5.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/*independen* secara individual menerangkan variasi variabel *dependen* (Ghozali, 2021). Jadi dapat disimpulkan pengujian hipotesis dengan uji t bertujuan mengetahui apakah Kemudahan Penggunaan dan Keragaman Fitur Layanan berpengaruh secara parsial atau tidak terhadap Minat Bertransaksi. Bentuk pengujiannya sebagai berikut:

3. H_0: $b_1, b_2 = 0$

   Kemudahan Penggunaan dan Keragaman Fitur Layanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Minat Bertransaksi nasabah menggunakan BCA *Mobile*.

4. H_1: $b_1, b_2 \neq 0$

   Kemudahan Penggunaan dan Keragaman Fitur Layanan secara parsial berpengaruh terhadap Minat Bertransaksi nasabah menggunakan BCA *Mobile*.

Pengujian hipotesis dengan uji t dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 5% dan uji 2 sisi. Ketentuan pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

3. H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$

4. H_1 diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

Dalam menentukan nilai t_{tabel}, harus mencari dahulu derajat kebebasan (*degree of freedom*) dengan perhitungan sebagai berikut:

df = n – k = 97 – 2 = 95

Keterangan:

df = Derajat kebebasan (*degree of freedom*)

n = Jumlah sampel

k = Jumlah seluruh variabel bebas.

Diperoleh besarnya df adalah 95, maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,9853. Hasil dari t_{hitung} dapat dilihat melalui penyajian tabel di lampiran 14. Berdasarkan data pada lampiran 14, maka terdapat beberapa hal yang dapat dijelaskan dalam uraian berikut ini:

1. Besarnya t_{hitung} pada Kemudahan Penggunaan (X_1) adalah sebesar 4,758, dengan tingkat signifikan 0,000. Ini artinya t_{hitung} lebih besar dari $t_{tabel,}$ yaitu 4,758 > 1,9853 dan dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,05. Maka dalam hal ini H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_1, yaitu Kemudahan Penggunaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Bertransaksi nasabah menggunakan BCA *Mobile*.

2. Besarnya t_{hitung} pada Keragaman Fitur Layanan (X_2) adalah 4,117, dengan tingkat signifikan 0,000. Ini artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel}, yaitu 4,117 > 1,9853 dan dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,05. Maka dalam hal ini H_2 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_2, yaitu

Keragaman Fitur Layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Bertransaksi nasabah menggunakan BCA *Mobile*.

4.2.5.2 Uji F (Uji Simultan)

Pengujian hipotesis uji F dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah seluruh variabel X berpengaruh secara simultan terhadap variabel Y, yaitu Minat Bertransaksi. Pengujian hipotesis dengan uji F dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 5%. Adapun ketentuan pengujian hipotesis dengan uji F adalah sebagai berikut:

1. H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$
2. H_1 diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

Dalam menentukan nilai F_{tabel} diperlukan adanya derajat kebebasan dengan rumus sebagai berikut:

df (pembilang) = k – 1 = 2 – 1 = 1

df (penyebut) = n – k = 97 – 2 = 95

Keterangan:

df = Derajat kebebasan (*degree of freedom*)

n = Jumlah sampel

k = Jumlah seluruh variabel bebas.

Df penyebut diketahui sebesar 3,94. Selanjutnya nilai dari F_{tabel} dibandingkan dengan nilai F_{hitung}. Hasil dari F_{hitung} dapat dilihat di lampiran 15. Pada lampiran 15 dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel}, yaitu 74,202 > 3,94, maka H_0 ditolak atau H_3 diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh

variabel bebas yaitu Kemudahan Penggunaan dan Keragaman Fitur Layanan secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Bertransaksi nasabah menggunakan BCA *Mobile*.

4.2.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependen* (Ghozali, 2021). Nilai yang mendekati satu berarti variabel – variabel *independen* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel *dependen*. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) dapat dilihat pada lampiran 16.

Berdasarkan lampiran 16 diketahui nilai *R square* adalah sebesar 0,612, artinya Minat Bertransaksi dapat dijelaskan variabel Kemudahan Penggunaan dan Keragaman Fitur Layanan sebesar 61,2% dan sisanya sebesar 38,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini atau faktor - faktor lain yang berasal dari luar model penelitian, seperti persepsi risiko, persepsi manfaat, dan gaya hidup.

4.2.7 Kontribusi Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Keragaman Fitur Layanan Terhadap Minat Bertransaksi

Masing-masing variabel Kemudahan Penggunaan dan Keragaman Fitur Layanan tentu saja memiliki besar nilai pengaruh terhadap Minat Bertransaksi. Selain uji R *square*, penting untuk mengetahui seberapa besar kekuatan masing –

masing dari variabel Kemudahan Penggunaan dan Keragaman Fitur Layanan terhadap Minat Bertransaksi. Hasil pengujiannya dapat terlihat pada lampiran 17.

Dari hasil pengujian, diketahui bahwa variabel Kemudahan Penggunaan memberikan pengaruh yang lebih dominan terhadap Minat Bertransaksi karena posisinya yang berada diurutan paling atas setelah variabel Keragaman Fitur Layanan. Selanjutnya, perlu untuk mengetahui seberapa besar kekuatan kontribusi masing – masing variabel bebas dalam menjelaskan kekuatan pengaruhnya terhadap Minat Bertransaksi. Untuk mengetahui kontribusi masing – masing variabel bebas, maka harus mengetahui terlebih dahulu nilai koefisien korelasinya. Hasil pengujiannya dapat terlihat pada lampiran 18.

Berdasarkan hasil yang terlihat pada lampiran 18, maka selanjutnya mencari seberapa besar kontribusi Kemudahan Penggunaan dan Keragaman Fitur Layanan terhadap Minat Bertransaksi. Rumus untuk mencari kontribusi variabel X terhadap Y adalah sebagai berikut:

Kontribusi Variabel X = *Koefisien Standardized* x Koefisien Korelasi

Berdasarkan rumus tersebut, maka berikut adalah perhitungan untuk mengetahui kontribusi secara parsial dari *Content Marketing* dan E-WOM terhadap Minat Beli:

1. Kontribusi Kemudahan Penggunaan = 0,450 x 0,736 = 0,3312
2. Kontribusi Keragaman Fitur Layanan = 0,390 x 0,720 = 0,2808
3. Kontribusi secara simultan = 0,3312 + 0,2808 = 0,612

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka dapat dijelaskan beberapa hal dalam uraian berikut ini:

1. Besarnya kontribusi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bertransaksi adalah sebesar 0,3312, ini artinya secara parsial Kemudahan Penggunaan mampu menjelaskan kekuatan pengaruhnya terhadap Minat Bertransaksi sebesar 33,12%.
2. Besarnya kontribusi Keragaman Fitur Layanan terhadap Minat Bertransaksi adalah sebesar 0,2808, ini artinya secara parsial Keragaman Fitur Layanan mampu menjelaskan kekuatan pengaruhnya terhadap Minat Bertransaksi sebesar 28,08%.
3. Besarnya kontribusi secara simultan terhadap Minat Bertransaksi adalah sebesar 0,612, ini artinya Kemudahan Penggunaan dan Keragaman Fitur Layanan secara bersamaan mampu menjelaskan kekuatan pengaruhnya terhadap Minat Bertransaksi sebesar 61,2%. Hasil ini selaras dengan nilai R *square* pada hasil pengujian koefisien determinasi.

4.3 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti akan membahas mengenai:

4.3.1 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Bertransaksi

Dari pengujian hipotesis secara parsial (uji – t) diketahui bahwa besarnya t_{hitung} pada Kemudahan Penggunaan (X_1) adalah sebesar 4,758, dengan tingkat signifikan 0,000. Ini artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel}, yaitu 4,758 > 1,9853 dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel (X_1),

yaitu Kemudahan Penggunaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Bertransaksi nasabah menggunakan BCA *Mobile*.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka Kemudahan Penggunaan menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap Minat Bertransaksi nasabah menggunakan BCA *Mobile* dikarenakan ketika Kemudahan Penggunaan mengalami kenaikan yang diikuti oleh adanya usaha dari pihak BCA untuk memperbaiki sistem layanan dari sebelumnya maka Minat Bertransaksi nasabah juga meningkat.

Seperti yang telah disampaikan oleh peneliti terdahulu, tanpa disadari segala hambatan dalam transaksi konvensional dapat teratasi berkat era digital yang semakin maju, dimana peredaran uang tunai tidak sebanyak dulu lagi (Rezeki *et al*., 2020). Namun, perlu diperhatikan secara mendalam bagi pihak BCA dalam mengkaji layanan penggunaan BCA *Mobile* untuk seluruh nasabah BCA, apakah layanan yang ditampilkan selama ini memudahkan atau tidak bagi nasabah. Dengan adanya kegiatan dan tindakan tersebut diharapkan dapat menumbuhkan minat yang tinggi dari nasabah dalam menggunakan BCA *Mobile*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan aplikasi Ovo (Robaniyah & Kurnianingsih, 2021). Hasil penelitian yang peneliti lakukan saat ini dengan variabel Kemudahan Penggunaan juga menunjukkan/mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu tersebut.

4.3.2 Pengaruh Keragaman Fitur Layanan Terhadap Minat Bertransaksi

Dari pengujian secara parsial (uji – t) diketahui bahwa besarnya t_{hitung} pada variabel Keragaman Fitur Layanan (X_2) adalah sebesar 4,117, dan dengan tingkat signifikan 0,000. Ini artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel}, yaitu 4,117 > 1,9853 dan dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Keragaman Fitur Layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Bertransaksi nasabah menggunakan BCA *Mobile*. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka Keragaman Fitur Layanan juga menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap Minat Bertransaksi nasabah menggunakan BCA *Mobile* dikarenakan ketika Keragaman pada Fitur Layanan mengalami kenaikan yang diikuti oleh adanya usaha dari pihak BCA untuk melengkapi berbagai fitur pada BCA *Mobile* dari sebelumnya maka Minat Bertransaksi nasabah juga meningkat.

Seperti yang telah disampaikan oleh peneliti terdahulu, bahwa keberagaman produk merupakan suatu rancangan baru yang sangat berbeda dari pesaing untuk memberikan produk unggul di mata pelanggan, serta memberikan perbedaan yang unggul yang dapat melalui bentuk, keistimewaan, kualitas kinerja, kualitas kesesuaian, daya tahan, keandalan, mudah diperbaiki, memiliki gaya dan rancangan yang sesuai (Lazuardi, 2021). Dengan merujuk pada pendapat tersebut, maka sudah selayaknya bagi pihak BCA untuk menciptakan berbagai layanan inovatif yang tidak dimiliki oleh layanan *e-money* lainnya karena dengan adanya inovasi dalam menghadirkan berbagai layanan tersebut dapat membuat nasabah lebih tertari menggunakan layanan BCA Mobile karena merasa lebih komplit

daripada layanan *e-money* lainnya. Dengan adanya tindakan dari pihak BCA dalam menghadirkan sejumlah layanan fitur diharapkan dapat menumbuhkan ketertarikan nasabah untuk bertransaksi menggunakan BCA *Mobile*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu *Product Assortment Internet Things* berpengaruh terhadap Interest in *Purchase Intention* (Shah *et al*., 2023). Hasil penelitian yang peneliti lakukan saat ini dengan variabel Keragaman Fitur Layanan juga menunjukkan/mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu tersebut.

4.3.3 Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Keragaman Fitur Layanan Terhadap Minat Bertransaksi

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis secara simultan diketahui bahwa hasil uji – F menunjukkan variabel Kemudahan Penggunaan dan Keragaman Fitur Layanan secara simultan berpengaruh terhadap Minat Bertransaksi nasabah menggunakan BCA *Mobile*.

Berdasarkan hasil R *Square*, Minat Bertransaksi dapat dijelaskan variabel Kemudahan Penggunaan dan Keragaman Fitur Layanan sebesar 61,2% dan sisanya sebesar 38,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti persepsi risiko, persepsi manfaat, dan gaya hidup.

Dengan begitu, maka Kemudahan Penggunaan dan Keragaman Fitur Layanan secara bersamaan atau secara simultan berpengaruh terhadap Minat Bertransaksi nasabah menggunakan BCA *Mobile*. Hasil penelitian ini selaras

dengan pendapat peneliti terdahulu yang memaparkan bahwa dengan memahami faktor – faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen secara signifikan, maka pelaku dapat memaksimalkan aktivitas bisnisnya untuk memperoleh hasil yang maksimal (Gultom, 2021).

Seperti yang telah dinyatakan oleh peneliti terdahulu bahwa persaingan bisnis saat ini tidak mampu lagi dihindari oleh perusahaan berskala besar maupun kecil sehingga dalam menghadapi persaingan ini memaksa perusahaan untuk berorientasi pada kegiatan pemasaran (Gustina *et al*., 2022). Keragaman Fitur Layanan juga merupakan bagian dari elemen strategi pemasaran 4P, yaitu *Product* yang dapat membantu setiap pihak instansi dalam meningkatkan layanan dan ini sangat perlu dimaksimalkan oleh Pihak BCA dalam rangka meningkatkan Minat Bertransaksi nasabah menggunakan BCA *Mobile*.

Hal yang sama juga dipaparkan peneliti terdahulu yang menyatakan bahwa keuntungan usaha bisa diperoleh apabila terjadi keputusan pembelian yang tinggi terhadap produk yang dipasarkan dan keputusan pembelian erat kaitannya dengan strategi pemasaran yang tepat dan baik apabila sebuah usaha ingin meningkatkan keuntungan yang diperoleh (Rezeki *et al*., 2023). Dengan merujuk pada pemaparan peneliti terdahulu tersebut, maka sudah tidak bisa dipungkiri bahwa elemen Keragaman Fitur Layanan yang juga merupakan bagian dari strategi pemasaran 4P harus senangtiasa diperhatikan oleh pihak BCA karena dapat mempengaruhi minat bertransaksi nasabah menggunakan BCA Mobile.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *e-Purchase Intention*

(Moslehpour *et al*., 2018). Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa Variasi Produk baik secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap Minat Beli *Ice Cream* Aice di Kota Padang (Arifiyanti & Rahmidani, 2019).

BAB V
KESIMPULAN, SARAN, DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

5.1 Kesimpulan

Mengacu pada hasil dan pembahasan penelitian, maka dapat dibuat beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kemudahan Penggunaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Bertransaksi nasabah menggunakan BCA *Mobile*.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Keragaman Fitur Layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Bertransaksi nasabah menggunakan BCA *Mobile*.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kemudahan Penggunaan dan Keragaman Fitur Layanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Bertransaksi nasabah menggunakan BCA *Mobile*.

5.2 Saran

Saran akademis yang peneliti berikan adalah sebagai berikut:

1. Menambah Variabel Penelitian

   Untuk peneliti selanjutnya yang ingin melanjutkan penelitian yang telah peneliti lakukan saat ini, disarankan dapat melanjutkan penelitian ini menggunakan variabel – variabel lain yang dapat mempengaruhi Minat

Bertransaksi nasabah, seperti persepsi risiko, persepsi manfaat, dan gaya hidup

2. Perluasan Cakupan Geografis

   Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden yang kurang beragam karena pembagian kuesioner hanya diambil dari beberapa orang saja. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat memperluas cakupan dari responden yang diteliti.

3. Menambah Jumlah Responden

   Sehubungan dengan keterbatasan waktu, peneliti hanya mengambil 97 orang sebagai responden penelitian. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat meningkatkan jumlah sampel penelitian sehingga lebih mewakili keadaan yang sebenarnya.

5.3 Implikasi Manajerial

Berdasarkan analisa yang telah peneliti lakukan, maka hasil implikasi yang dapat diberikan kepada pihak BCA adalah sebagai berikut:

1. Pihak BCA harus mempertahankan Kemudahan Penggunaan dalam menggunakan layanan transaksi BCA *Mobile* terhadap Minat Bertransaksi dari nasabah dengan cara

   a. Pihak BCA dapat mempertahankan kepraktisan transaksi melalui BCA *Mobile* dengan cara mempertahankan tampilan dari aplikasi yang mudah dimengerti oleh penggunanya dengan membuat ikon

yang mudah dimengerti serta menyederhanakan proses dalam satu kali klik.

b. Pihak BCA disarankan selalu berinovasi dalam melakukan transformasi digital sehingga hal ini akan membuat nasabah merasa lebih dipermudah dalam menggunakan layanan BCA *Mobile* dan tidak terhambat melakukan proses transaksi karena adanya sistem yang *error* dari BCA *Mobile* tersebut.

2. Keragaman Fitur Layanan harus ditingkatkan terhadap Minat Bertransaksi dari nasabah dengan memperhatikan:

a. Pihak BCA harus senantiasa mempertahankan layanan transaksi untuk nasabah yang berusia di bawah 17 tahun, seperti layanan tabungan simpanan pelajar, layanan tabunganku BCA, dan layanan Xpresi BCA sehingga dengan adanya layanan tersebut dapat melatih kaum gen Z akan banyaknya manfaat yang diperoleh dalam menggunakan transaksi berbasis digital sehingga dengan demikian di masa yang akan datang dapat semakin meningkatkan minat nasabah dalam bertransaksi berbasis digital.

b. Pihak BCA diharapkan dapat meningkatkan perilaku inovatif dalam menghadirkan sejumlah fitur pembaruan di BCA *Mobile* sehingga nasabah tetap loyal dalam bertransaksi menggunakan BCA *Mobile*.

DAFTAR PUSTAKA

Arman. 2022. *Introduksi Manajemen Pemasaran*. Pagar Alam: LD Media.

Arifiyanti, T. dan Rahmidani, R. 2019. "Pengaruh Inovasi Produk, Kemasan, dan Variasi Produk terhadap Minat Beli *Ice Cream* Aice di Kota Padang." Jurnal Ecogen, Vol 2: 270 - 279. Sinta: 3.

Asmarina, N. L. P. G. M., dkk. 2021. *Pengaruh Perceived of Use dan Perceived Usefulnes Terhadap Niat Beli Kembali*. Tanggerang: Pascal Books.

Bancin, J. B. 2021. *Citra Merek dan Word of Mouth (Peranannya dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)*. Surabaya: Jakad Media Publishing.

Chaniago, S., dkk. 2022. *Buku Monograf Keputusan Pembelian Pengguna Ovo Ditinjau Dari Kemudahan, Price Discount, dan Kepuasan*. Surabaya: Global Aksara Pers.

Gunawan, D., dkk. 2022. *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. Tebing Tinggi: PT Inovasi Pratama Internasional.

Gunawan, D., dkk. 2022. *Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing*. Tebing Tinggi: PT Inovasi Pratama Internasional.

Ghozali, I. 2021. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Indrasari, M. 2019. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.

Handiman, U. T., dkk. 2022. *Komunikasi dan Kepemimpinan Organisasi*. Tebing Tinggi: Yayasan Kita Menulis.

Hartanto, B. dan Indriyani, L. 2022. *Minat Beli Konsumen di Marketplace Shopee*. Tebing Tinggi: PT Inovasi Pratama Internasional.

Lisdayanti, A., dkk. 2020. "The Effect of Perceptions of Ease and Perception of Risk on Interesting in Shopping Online Using The Shopee Application in The Pandemic Era." PalArchs Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology, Vol 17: 1288–1297. Scopus: Q3.

Moslehpour, M., dkk. 2021. "e- Purchase Intention of Taiwanesse Consumers: Sustainable Mediation of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use, Vol 10: 1-17. Scopus: Q1.

Noperman, F. 2022. *Inovasi Pembelajaran Dari Ide Kreatif di Kepala Sampai Praktik Inovatif di Kelas*. Yogyakarta: Laksbang Pustaka.

Purba, B., dkk. 2022. *Ekonomi Publik*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Prabawalingga, I. G. N. M. dan Yadnyana, I. K. 2020. "Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan Dengan Minat Penggunaan sebagai Variabel Intervening Terhadap Perilaku Penggunaan Sistem." E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Vol 5: 3359 - 3390. Sinta: 3.

Pratama, A. B. dan Suputra, I. D. G. D. 2020. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik." E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, Vol 27: 927 - 953. Sinta: 3.

Puspita, Y. D., dkk. 2021. *Riset Populer Pemasaran Jilid 2*. Bandung: Media Sains Indonesia.

Rahmawati. 2022. *Apa Saja Variabel Penelitian Dalam Bidang Marketing ??? (Panduan Bagi Peneliti Pemula)*. Samarinda: Mulawarman University Press.

Rezeki, S., dkk. 2023. Pemasaran Digital. Sijunjung: Penerbit Mitra Cendekia Media.

Rifkhan. 2023. *Pedoman Metodologi Penelitian Data Panel dan Kuesioner*. Indramayu: CV. Adanu Abimata.

Riyanto, D. W. U. dan Permana, G. I. 2022. *Dampak Pemasaran Sosial Media dan Citra Merek Terhadap Niat Beli*. Malang: Pustaka Peradaban.

Robaniyah, L. dan Kurnianingsih 2021. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Ovo" Journal Image, Vol 10: 53 - 62. Sinta: 3.

Santi, I. H. dan Erdani, B. 2021. *Technology Acceptance Model (TAM) Penggunaannya pada Analisis User Experience dalam Penerimaan Sistem Informasi Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*. Pekalongan: NEM.

Shah, A., dkk. 2023. "Effect of Product Assortment, Internet of Things Order Fulfillment, Green on Purchase Intention Through the Mediating Role of Shopping Assistance." Journal of Advanced Manufacturing System, Vol 123: 147. Scopus: Q3.

Siswanto, Y. T. dan Cahyono, D. 2022. *Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Pasaman Barat: CV. Azka Pustaka.

Sugiyono 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Trismiyanti, D. dan Ravelby, T. A. 2020. “Pengaruh Kemasan dan Keragaman Produk Terhadap Minat Beli Makanan Kucing (Studi Kasus Merek Whiskas pada Pemilik Kucing di Kota Solok.” Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol 11: 24 - 30. Sinta: 2.

Lampiran 1 Kuesioner

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KERAGAMAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI NASABAH MENGGUNAKAN BCA MOBILE (STUDI KASUS PADA BCA KCP SUMATERA)

Responden yang terhormat,
Saya mohon kesediaan Anda untuk menjawab pertanyaan maupun pernyataan pada kuesioner penelitian saya dalam rangka menyelesaikan tugas akhir saya. Atas perhatian dan kerja samanya, saya ucapkan terima kasih.

Identitas Responden

1. Nama :

2. Jenis Kelamin : ☐ Laki – laki
   ☐ Perempuan

3. Umur : ☐ Di Bawah 30 Tahun
   ☐ 31 Tahun s/d 40 Tahun
   ☐ 41 Tahun s/d 50 Tahun
   ☐ Di Atas 50 Tahun

4. Frekuensi Transaksi : ☐ Sekali Sebulan
   ☐ Dua Kali sampai Tiga Kali Sebulan
   ☐ Lebih Tiga Kali Sebulan

Petunjuk dalam pengisian kuesioner

Bapak/Ibu diharapkan hanya memilih salah satu jawaban yang paling benar dengan memberikan tanda silang (X) pada salah satu jawaban tersebut.

Pilihan jawaban: SS = Sangat Setuju
S = Setuju

KS = Kurang Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

1. KEMUDAHAN PENGGUNAAN (X_1)

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
	Easy to learn					
1.	Proses transaksi melalui BCA *Mobile* sangat mudah dipelajari.					
2.	Transaksi melalui BCA *Mobile* sangat mudah penggunaannya.					
	Understandable					
3.	Saya merasa semua fitur dalam BCA *Mobile* dapat digunakan dengan mudah.					
4.	Karena fitur yang mudah digunakan, maka akan membuat saya sangat dipermudah dalam melakukan segala transaksi.					
	Easy to get the system to do what user want to do					
5.	BCA *Mobile* menyediakan fitur yang sesuai dengan kebutuhan orang yang menggunakan.					
6.	Saya merasa dengan adanya BCA *Mobile* dapat meningkatkan efisiensi saya.					
	Doesn't required a lot of mental effort					
7.	Menurut saya BCA *Mobile* layak dijadikan sebagai transaksi *non* tunai karena tidak dibutuhkan pengorbanan dalam menggunakan layanan tersebut.					
8.	Saya merasa dengan BCA *Mobile* saya dapat melakukan transaksi dengan cepat.					
	Flexibel					
9.	Saya merasa dengan BCA *Mobile* saya dapat melakukan transaksi secara praktis.					

10.	BCA *Mobile* dapat meningkatkan efektivitas dalam melakukan transaksi *non* tunai.					

2. KERAGAMAN FITUR LAYANAN (X_2)

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
	Kelengkapan Produk atau Barang					
1.	BCA *Mobile* memiliki fitur layanan yang sangat lengkap sesuai dengan kebutuhan nasabah.					
2.	Nasabah berkomitmen terus menggunakan BCA *Mobile* karena aplikasi layanan transaksi lainnya tidak memiliki fitur selengkap BCA *Mobile*.					
	Macam Merek					
3.	BCA *Mobile* terus menyempurnakan layanan transaksi dengan terus berinovasi menciptakan berbagai fitur terbaru dari waktu ke waktu.					
4.	BCA *Mobile* menyediakan layanan transaksi untuk nasabah yang berusia di bawah 17 tahun, seperti layanan tabungan simpanan pelajar, layanan tabunganku BCA, dan layanan Xpresi BCA.					
	Ketersediaan Produk					
5.	Layanan BCA *Mobile* menghadirkan kemudahan transaksi perbankan baik melalui *Klik* BCA serta *My* BCA.					
6.	Layanan BCA *Mobile* bisa diakses kapanpun dimanapun sesuai yang dinginkan nasabah.					

3. MINAT BERTRANSAKSI (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
	Minat transaksional					
1.	Saya berminat menggunakan layanan transaksi BCA *Mobile* setelah adanya dorongan akan kebutuhan.					
2.	Saya berminat menggunakan layanan BCA *Mobile* karena lebih aman daripada menggunakan transaksi secara konvensional.					
	Minat refensial					
3.	Saya akan merekomendasikan ke orang lain untuk menggunakan BCA *Mobile*.					

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
	Minat transaksional					
4.	Saya merekomendasikan ke orang lain karena layanan BCA *Mobile* yang bagus untuk digunakan.					
	Minat preferensial					
5.	Saya tetap memilih BCA *Mobile* sebagai pilihan utama saya untuk bertransaksi meskipun sudah sangat banyak aplikasi layanan bertransaksi lainnya.					
6.	Saya berminat menggunakan layanan BCA *Mobile* karena dapat meningkatkan kepercayaan diri saya.					
	Minat eksploratif					
7.	Saya memutuskan menggunakan BCA *Mobile* karena memiliki kualitas layanan yang baik.					
8.	Saya mencari informasi terlebih dahulu mengenai BCA *Mobile* sebelum memutuskan untuk menggunakan layanan transaksi tersebut.					

Lampiran 2 Tabulasi Data Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Pernyataan Kemudahan Penggunaan (X1)											
No.	**X11**	**X12**	**X13**	**X14**	**X15**	**X16**	**X17**	**X18**	**X19**	**X10**	**Total**
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	47
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
7	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	48
8	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
9	4	4	3	5	5	5	5	4	3	3	41
10	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	48
11	4	3	3	4	1	5	3	3	4	5	35
12	3	5	4	4	5	3	4	4	4	5	41
13	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	44
14	4	5	5	5	4	5	4	3	5	5	45

Pernyataan Kemudahan Penggunaan (X1)											
No.	**X11**	**X12**	**X13**	**X14**	**X15**	**X16**	**X17**	**X18**	**X19**	**X10**	**Total**
15	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	44
16	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	48
17	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
19	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
21	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	40
22	4	4	5	4	4	5	3	5	3	4	41
23	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	48
24	4	4	4	5	4	5	4	4	5	3	42
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
27	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	41
28	3	5	5	5	4	3	5	5	5	5	45
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
30	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	38
Total	**129**	**129**	**128**	**130**	**126**	**136**	**127**	**126**	**132**	**132**	**1.295**

Pernyataan Keragaman Fitur Layanan (X2)							
No.	**X21**	**X22**	**X23**	**X24**	**X25**	**X26**	**Total**
1	5	5	5	5	5	5	30
2	5	4	5	5	5	5	29
3	4	4	4	4	3	4	23
4	4	4	3	4	4	4	23
5	5	5	5	5	5	5	30
6	4	4	4	4	4	4	24
7	5	5	5	5	5	5	30
8	4	3	4	3	4	4	22
9	4	4	4	5	5	5	27
10	3	5	5	5	5	5	28
11	4	3	3	4	1	5	20
12	4	5	4	4	5	5	27
13	4	4	4	5	3	3	23
14	4	5	5	5	4	5	28
15	5	4	3	4	5	5	26
16	5	4	5	4	4	5	27
17	4	4	4	4	3	4	23
18	4	4	3	4	4	3	22
19	5	5	4	4	4	4	26

Pernyataan Keragaman Fitur Layanan (X2)							
No.	**X21**	**X22**	**X23**	**X24**	**X25**	**X26**	**Total**
20	5	5	5	5	5	5	30
21	4	4	4	3	4	5	24
22	4	4	5	4	4	5	26
23	4	5	5	5	5	5	29
24	4	3	4	5	4	5	25
25	4	3	4	4	4	4	23
26	4	4	4	4	4	3	23
27	5	4	4	4	4	5	26
28	5	5	5	5	5	5	30
29	5	5	5	5	4	5	29
30	4	4	4	4	4	4	24
Total	**130**	**127**	**128**	**131**	**125**	**136**	**777**

Pernyataan Minat Bertransaksi (Y)									
No.	**Y11**	**Y12**	**Y13**	**Y14**	**Y15**	**Y16**	**Y17**	**Y18**	**Total**
1	3	3	4	3	4	4	3	4	28
2	3	3	3	3	4	5	3	5	29
3	3	3	4	3	5	4	3	4	29
4	4	4	5	4	5	5	4	5	36
5	4	3	4	3	4	5	4	5	32
6	4	4	4	4	5	5	4	5	35
7	5	5	4	5	4	5	5	5	38
8	4	4	5	4	5	4	4	4	34
9	4	4	5	4	4	4	4	4	33
10	4	4	5	4	5	5	4	5	36
11	5	5	5	5	4	4	5	4	37
12	5	4	5	4	5	4	4	4	35
13	5	4	5	5	5	5	5	5	39
14	5	5	5	5	4	4	5	4	37
15	5	4	5	5	5	5	5	5	39
16	5	5	5	5	4	4	4	4	36
17	5	5	5	5	4	5	4	5	38
18	5	5	2	5	4	4	4	4	33
19	5	5	3	4	4	3	4	3	31
20	5	5	2	4	2	3	2	3	26
21	5	4	4	1	3	3	3	3	26
22	5	5	4	1	4	4	4	4	31
23	5	5	4	4	4	3	4	3	32

Pernyataan Minat Bertransaksi (Y)									
No.	**Y11**	**Y12**	**Y13**	**Y14**	**Y15**	**Y16**	**Y17**	**Y18**	**Total**
24	4	5	4	4	4	2	4	4	31
25	4	5	1	3	4	4	4	3	28
26	4	5	4	3	3	3	3	3	28
27	4	5	4	4	3	3	3	3	29
28	2	1	4	3	2	3	2	2	19
29	1	2	4	5	4	5	4	4	29
30	5	4	4	3	2	3	2	2	25
Total	**127**	**125**	**122**	**115**	**119**	**120**	**113**	**118**	**959**

Lampiran 3 Hasil Analisis Data Validitas Kemudahan Penggunaan (X_1)

Correlations											
		X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X110	Total
X11	Pearson Correlation	1	.223	.235	.263	.287	.663**	.453*	.192	.410*	.223	.589**
	Sig. (2-tailed)		.236	.211	.161	.124	.000	.012	.310	.025	.235	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X12	Pearson Correlation	.223	1	.507**	.613**	.492**	.018	.545**	.540**	.503**	.503**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.236		.004	.000	.006	.923	.002	.002	.005	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X13	Pearson Correlation	.235	.507**	1	.353	.344	.149	.356	.438*	.503**	.503**	.664**
	Sig. (2-tailed)	.211	.004		.055	.063	.433	.054	.015	.005	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X14	Pearson Correlation	.263	.613**	.353	1	.308	.470**	.556**	.314	.588**	.420*	.736**
	Sig. (2-tailed)	.161	.000	.055		.098	.009	.001	.091	.001	.021	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X15	Pearson Correlation	.287	.492**	.344	.308	1	.052	.559**	.417*	.301	.105	.619**
	Sig. (2-tailed)	.124	.006	.063	.098		.786	.001	.022	.106	.581	.000

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X16	Pearson Correlation	.663**	.018	.149	.470**	.052	1	.199	.066	.318	.141	.453*
	Sig. (2-tailed)	.000	.923	.433	.009	.786		.293	.729	.087	.457	.012
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X17	Pearson Correlation	.453*	.545**	.356	.556**	.559**	.199	1	.464**	.549**	.372*	.771**
	Sig. (2-tailed)	.012	.002	.054	.001	.001	.293		.010	.002	.043	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X18	Pearson Correlation	.192	.540**	.438*	.314	.417*	.066	.464**	1	.301	.301	.619**
	Sig. (2-tailed)	.310	.002	.015	.091	.022	.729	.010		.106	.106	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X19	Pearson Correlation	.410*	.503**	.503**	.588**	.301	.318	.549**	.301	1	.643**	.766**
	Sig. (2-tailed)	.025	.005	.005	.001	.106	.087	.002	.106		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X110	Pearson Correlation	.223	.503**	.503**	.420*	.105	.141	.372*	.301	.643**	1	.623**
	Sig. (2-tailed)	.235	.005	.005	.021	.581	.457	.043	.106	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.589**	.751**	.664**	.736**	.619**	.453*	.771**	.619**	.766**	.623**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.012	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).												
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).												

Lampiran 4 Hasil Analisis Data Reliabilitas Kemudahan Penggunaan (X_1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.851	10

Lampiran 5 Hasil Analisis Data Validitas Keragaman Fitur Layanan (X_2)

Correlations								
		X21	X22	X23	X24	X25	X26	Total
X21	Pearson Correlation	1	.341	.304	.239	.313	.339	.556**
	Sig. (2-tailed)		.065	.102	.203	.093	.067	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X22	Pearson Correlation	.341	1	.597**	.531**	.571**	.318	.786**
	Sig. (2-tailed)	.065		.000	.003	.001	.087	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X23	Pearson Correlation	.304	.597**	1	.573**	.494**	.493**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.102	.000		.001	.005	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X24	Pearson Correlation	.239	.531**	.573**	1	.396*	.340	.705**
	Sig. (2-tailed)	.203	.003	.001		.031	.066	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X25	Pearson Correlation	.313	.571**	.494**	.396*	1	.367*	.768**
	Sig. (2-tailed)	.093	.001	.005	.031		.046	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X26	Pearson Correlation	.339	.318	.493**	.340	.367*	1	.662**
	Sig. (2-tailed)	.067	.087	.006	.066	.046		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.556**	.786**	.807**	.705**	.768**	.662**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								

Lampiran 6 Hasil Analisis Data Reliabilitas Keragaman Fitur Layanan (X_2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.808	6

Lampiran 7 Hasil Analisis Data Validitas Minat Bertransaksi (Y)

Correlations									
		Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18
Y11	Pearson Correlation	1	.801**	.086	.132	.047	-.118	.345	.055
	Sig. (2-tailed)		.000	.653	.488	.803	.534	.062	.771
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y12	Pearson Correlation	.801**	1	-.111	.213	.044	-.233	.361*	.012
	Sig. (2-tailed)	.000		.559	.259	.816	.216	.050	.948
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y13	Pearson Correlation	.086	-.111	1	.261	.384*	.273	.375*	.380*
	Sig. (2-tailed)	.653	.559		.164	.036	.144	.041	.039
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y14	Pearson Correlation	.132	.213	.261	1	.315	.328	.549**	.374*
	Sig. (2-tailed)	.488	.259	.164		.090	.077	.002	.042
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y15	Pearson Correlation	.047	.044	.384*	.315	1	.623**	.712**	.766**
	Sig. (2-tailed)	.803	.816	.036	.090		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y16	Pearson Correlation	-.118	-.233	.273	.328	.623**	1	.507**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.534	.216	.144	.077	.000		.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y17	Pearson Correlation	.345	.361*	.375*	.549**	.712**	.507**	1	.644**
	Sig. (2-tailed)	.062	.050	.041	.002	.000	.004		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

Y18	Pearson Correlation	.055	.012	.380*	.374*	.766**	.829**	.644**	1
	Sig. (2-tailed)	.771	.948	.039	.042	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).									
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).									

Lampiran 8 Hasil Analisis Data Reliabilitas Minat Bertransaksi (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.778	8

Lampiran 9 Tabulasi Kuesioner Responden

Nomor Butir Kuesioner - Kemudahan Penggunaan (X1)											
No.	**X11**	**X12**	**X13**	**X14**	**X15**	**X16**	**X17**	**X18**	**X19**	**X110**	**Total**
1	3	3	2	2	2	2	2	5	5	4	30
2	3	4	4	4	4	3	4	4	5	5	40
3	4	4	4	4	4	3	1	1	1	1	27
4	4	4	4	4	1	1	1	3	4	4	30
5	4	4	4	4	4	4	2	1	1	1	29
6	5	5	5	4	1	2	2	2	2	1	29
7	4	5	4	4	5	2	2	2	3	3	34
8	5	5	5	4	5	4	1	1	1	1	32
9	4	4	4	2	5	5	5	4	1	2	36
10	2	2	4	5	5	5	5	5	5	4	42
11	2	2	2	2	2	2	2	4	4	5	27
12	3	3	3	3	3	2	2	1	1	1	22
13	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
14	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	44
15	4	5	5	5	2	5	5	5	5	5	46
16	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	48
17	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	44
18	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	47
19	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
20	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	44
21	5	1	1	2	5	5	5	5	5	5	39
22	3	5	1	1	1	2	5	5	5	5	33
23	3	4	4	4	1	1	1	2	4	4	28
24	4	4	4	4	4	4	1	2	4	4	35
25	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	29
26	2	2	2	2	2	4	5	5	5	5	34
27	1	1	1	1	1	5	5	5	5	5	30
28	4	4	4	4	1	1	1	4	4	4	31

Nomor Butir Kuesioner - Kemudahan Penggunaan (X1)											
No.	**X11**	**X12**	**X13**	**X14**	**X15**	**X16**	**X17**	**X18**	**X19**	**X110**	**Total**
29	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	42
30	4	4	4	4	4	3	3	1	1	1	29
31	2	2	2	2	2	5	5	5	4	4	33
32	1	1	1	1	5	5	5	5	5	5	34
33	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
34	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	41
35	4	4	4	4	4	4	3	3	3	1	34
36	3	4	4	3	5	5	5	4	5	5	43
37	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	47
38	4	5	5	5	5	5	5	5	2	1	42
39	2	2	2	2	2	4	4	5	5	5	33
40	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
41	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	46
42	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
43	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
44	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
45	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	48
47	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
48	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	48
49	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	47
50	2	2	2	2	4	5	5	5	5	5	37
51	4	4	4	4	4	2	2	2	3	3	32
52	3	4	4	2	2	2	2	2	3	4	28
53	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	41
54	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
55	4	4	4	4	2	2	4	5	5	5	39
56	4	4	3	4	4	4	4	2	2	3	34
57	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	34
58	4	4	4	3	4	4	1	1	1	1	27
59	4	2	2	2	2	5	5	4	3	4	33
60	4	4	4	4	4	4	4	4	1	5	38
61	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	36
62	4	4	4	4	4	4	3	5	3	4	39
63	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
64	4	4	2	3	3	4	4	4	4	3	35
65	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	44
66	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	40
67	4	4	4	4	4	4	1	5	4	5	39
68	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
70	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
71	5	5	4	5	5	5	1	5	5	5	45
72	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	46
73	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
74	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47

Nomor Butir Kuesioner - Kemudahan Penggunaan (X1)											
No.	**X11**	**X12**	**X13**	**X14**	**X15**	**X16**	**X17**	**X18**	**X19**	**X110**	**Total**
75	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
76	4	4	4	4	4	3	1	4	4	4	36
77	4	4	4	4	4	4	3	1	1	1	30
78	4	3	5	4	5	5	4	2	1	1	34
79	4	4	4	4	4	4	4	1	3	4	36
80	4	4	5	5	5	5	1	1	1	1	32
81	4	4	4	4	4	1	2	2	5	4	34
82	3	4	4	5	4	5	1	1	4	5	36
83	4	4	4	4	5	5	3	1	1	1	32
84	3	4	4	4	3	5	4	4	4	3	38
85	4	4	4	4	4	4	1	1	2	5	33
86	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	38
87	4	5	4	4	4	5	4	2	1	1	34
88	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
89	5	5	5	5	5	5	5	4	1	1	41
90	3	3	3	5	5	5	1	1	1	1	28
91	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	43
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
93	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	44
94	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
95	4	4	1	5	5	5	4	4	4	5	41
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
97	4	4	1	2	5	5	5	5	5	5	41
Total	**365**	**378**	**370**	**378**	**388**	**396**	**354**	**366**	**363**	**366**	**3.724**

Nomor Butir Kuesioner-Keragaman Fitur Layanan (X2)							
No.	**X21**	**X22**	**X23**	**X24**	**X25**	**X26**	**Total**
1	5	5	1	5	1	2	19
2	5	4	5	4	3	2	23
3	3	2	3	2	3	3	16
4	5	5	5	1	1	1	18
5	3	3	3	3	2	3	17
6	2	3	2	3	3	4	17
7	3	4	3	4	3	3	20
8	3	3	2	2	5	4	19
9	3	4	3	4	5	5	24
10	5	2	4	5	5	5	26
11	2	4	5	2	2	1	16
12	2	5	2	4	4	4	21
13	5	2	5	5	5	5	27
14	4	5	5	5	4	4	27
15	5	4	5	4	5	5	28

Nomor Butir Kuesioner-Keragaman Fitur Layanan (X2)							
No.	**X21**	**X22**	**X23**	**X24**	**X25**	**X26**	**Total**
16	5	5	4	5	5	5	29
17	4	5	4	5	5	5	28
18	5	5	5	5	4	5	29
19	4	5	4	4	5	5	27
20	5	4	2	5	5	5	26
21	4	4	4	4	3	4	23
22	3	5	4	4	1	2	19
23	3	2	3	2	5	4	19
24	5	1	2	5	5	5	23
25	4	4	4	4	3	4	23
26	5	5	1	2	2	5	20
27	2	4	2	4	4	3	19
28	2	2	5	5	4	5	23
29	5	5	4	4	5	3	26
30	4	2	1	3	5	5	20
31	5	5	1	3	4	3	21
32	4	3	3	4	5	4	23
33	5	4	2	5	5	5	26
34	1	5	5	5	5	3	24
35	4	2	3	4	5	4	22
36	2	5	5	5	5	5	27
37	4	5	5	4	5	4	27
38	5	4	4	5	4	5	27
39	4	5	4	4	5	4	26
40	5	4	4	5	4	4	26
41	4	4	5	4	4	5	26
42	4	5	4	5	5	5	28
43	5	5	5	5	5	4	29
44	4	4	5	5	5	5	28
45	5	5	5	5	4	4	28
46	4	5	5	5	2	5	26
47	4	5	4	5	4	5	27
48	1	4	5	5	5	5	25
49	1	1	5	5	4	5	21
50	2	4	2	3	3	1	15
51	3	1	3	2	4	1	14
52	4	1	5	4	4	4	22
53	4	4	3	3	4	4	22
54	4	4	3	3	4	3	21

Nomor Butir Kuesioner-Keragaman Fitur Layanan (X2)							
No.	**X21**	**X22**	**X23**	**X24**	**X25**	**X26**	**Total**
55	4	3	3	3	3	3	19
56	3	3	2	3	3	4	18
57	3	4	3	4	2	3	19
58	2	2	1	4	4	5	18
59	4	3	3	4	2	3	19
60	3	3	5	5	3	2	21
61	1	1	2	5	5	5	19
62	3	3	2	4	3	5	20
63	3	4	5	4	5	4	25
64	4	4	2	5	5	4	24
65	3	5	5	5	2	2	22
66	4	2	5	5	5	3	24
67	5	3	4	5	1	4	22
68	1	4	5	5	4	3	22
69	4	1	4	5	5	5	24
70	4	4	5	4	5	4	26
71	5	4	5	1	5	5	25
72	4	1	4	5	5	5	24
73	5	4	3	2	5	3	22
74	5	5	4	3	5	3	25
75	5	3	1	5	5	5	24
76	5	3	3	4	4	4	23
77	4	4	2	4	4	4	22
78	4	4	2	4	4	4	22
79	4	4	4	5	2	4	23
80	2	4	2	4	3	3	18
81	3	3	3	4	4	4	21
82	4	4	3	4	4	4	23
83	4	4	3	5	4	4	24
84	4	4	4	5	2	2	21
85	2	2	3	4	4	4	19
86	4	4	4	5	2	2	21
87	2	2	5	4	3	3	19
88	3	3	4	5	3	3	21
89	5	5	1	1	3	5	20
90	3	3	4	5	4	4	23
91	4	4	5	4	4	3	24
92	4	3	4	5	4	4	24
93	5	4	4	5	5	5	28

Nomor Butir Kuesioner-Keragaman Fitur Layanan (X2)							
No.	**X21**	**X22**	**X23**	**X24**	**X25**	**X26**	**Total**
94	5	5	5	4	4	4	27
95	4	4	5	5	4	4	26
96	5	5	5	3	3	3	24
97	4	4	5	5	1	1	20
Total	**362**	**355**	**350**	**397**	**373**	**371**	**2.208**

Nomor Butir Kuesioner - Minat Bertransaksi (Y)									
No.	**Y11**	**Y12**	**Y13**	**Y14**	**Y15**	**Y16**	**Y17**	**Y18**	**Total**
1	4	4	4	1	1	3	5	5	27
2	3	2	5	4	5	4	5	4	32
3	4	4	3	3	2	1	1	2	20
4	4	5	5	5	1	2	2	1	25
5	4	4	4	4	1	4	4	3	28
6	4	4	5	4	2	1	2	3	25
7	4	3	4	4	5	1	5	5	31
8	1	1	1	4	4	5	5	5	26
9	3	3	3	3	3	4	3	3	25
10	4	5	2	5	5	5	5	5	36
11	4	4	1	1	2	4	4	4	24
12	4	4	4	1	1	5	4	4	27
13	4	4	4	4	4	5	5	5	35
14	5	5	5	5	5	5	1	4	35
15	4	4	4	4	5	5	5	4	35
16	5	5	5	3	4	5	5	5	37
17	4	4	4	4	5	5	4	4	34
18	3	5	5	5	5	5	2	5	35
19	4	4	4	4	4	4	4	4	32
20	3	3	2	5	5	5	5	5	33
21	5	5	5	2	2	2	5	5	31
22	5	5	1	1	3	5	5	5	30
23	4	4	4	4	4	1	1	1	23
24	5	5	5	5	4	1	1	1	27
25	4	4	4	1	5	4	4	4	30
26	4	3	4	4	3	4	4	4	30
27	1	1	1	4	4	5	5	5	26
28	4	4	4	4	1	1	1	1	20
29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
30	4	4	3	3	2	1	1	2	20
31	4	4	4	1	3	4	4	4	28
32	4	4	4	4	4	1	4	4	29
33	4	3	4	3	4	5	1	5	29
34	4	3	4	5	5	5	5	5	36
35	4	4	5	4	4	3	3	4	31
36	4	4	5	5	5	4	4	4	35

Nomor Butir Kuesioner - Minat Bertransaksi (Y)									
No.	**Y11**	**Y12**	**Y13**	**Y14**	**Y15**	**Y16**	**Y17**	**Y18**	**Total**
37	4	5	5	5	5	5	4	5	38
38	4	4	4	4	4	4	5	5	34
39	5	5	4	5	5	5	2	2	33
40	4	4	4	4	5	5	5	5	36
41	4	4	5	5	5	4	5	5	37
42	4	4	5	5	4	5	4	4	35
43	4	5	5	5	5	5	5	5	39
44	4	4	5	5	5	4	5	5	37
45	4	5	5	5	5	5	5	5	39
46	4	4	4	4	5	5	5	5	36
47	4	4	5	5	5	5	5	5	38
48	3	4	4	4	4	4	5	5	33
49	5	1	4	3	5	4	5	4	31
50	4	3	4	1	1	5	4	4	26
51	2	2	4	4	2	5	3	4	26
52	3	5	4	5	3	5	1	5	31
53	4	4	4	4	4	4	4	4	32
54	4	4	4	4	4	4	4	1	29
55	4	4	4	4	4	4	2	1	27
56	4	4	4	2	2	2	5	5	28
57	4	4	3	4	4	4	2	4	29
58	3	3	3	3	4	1	1	1	19
59	4	4	4	4	1	2	5	5	29
60	4	4	4	4	1	1	2	5	25
61	4	4	4	4	4	1	1	5	27
62	4	4	4	4	4	4	2	2	28
63	4	3	5	5	5	2	2	1	27
64	4	4	4	4	4	5	5	1	31
65	4	4	4	4	4	4	2	2	28
66	5	5	5	5	5	4	1	1	31
67	4	4	4	5	5	5	5	5	37
68	4	4	1	1	5	4	4	4	27
69	4	3	4	4	4	3	4	4	30
70	5	4	5	3	4	5	5	5	36
71	4	5	5	5	2	5	5	5	36
72	5	5	5	1	5	5	5	5	36
73	5	5	5	5	5	5	5	5	40
74	4	4	4	5	5	5	5	5	37
75	4	4	5	5	5	5	5	5	38
76	4	4	4	4	4	4	5	4	33
77	3	4	4	4	5	5	5	5	35
78	3	4	4	1	2	5	5	5	29
79	4	4	4	1	3	4	4	4	28
80	4	4	4	3	1	1	1	1	19
81	4	5	1	1	2	4	4	4	25
82	5	5	4	2	2	3	5	5	31

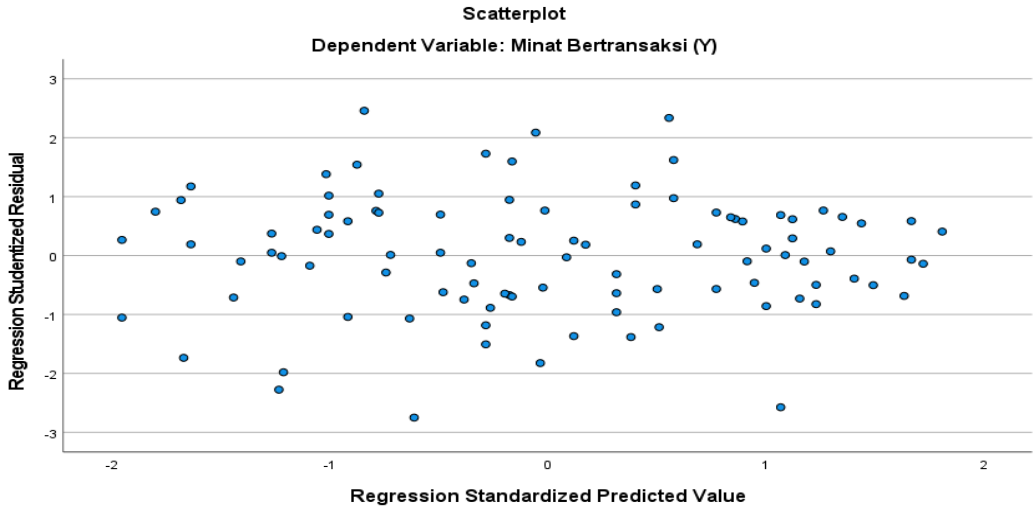
Nomor Butir Kuesioner - Minat Bertransaksi (Y)									
No.	**Y11**	**Y12**	**Y13**	**Y14**	**Y15**	**Y16**	**Y17**	**Y18**	**Total**
83	4	4	4	4	1	1	4	5	27
84	4	4	4	4	4	1	1	4	26
85	3	3	3	3	3	4	4	5	28
86	4	1	5	5	5	5	5	5	35
87	4	4	1	1	1	4	4	5	24
88	4	4	4	3	4	2	4	3	28
89	5	5	3	5	5	2	2	1	28
90	5	5	5	5	5	5	1	1	32
91	5	3	5	5	5	5	3	5	36
92	4	4	4	4	4	4	4	1	29
93	4	4	4	4	4	4	5	4	33
94	4	4	5	5	5	5	5	5	38
95	4	1	5	4	5	5	5	5	34
96	4	4	5	5	2	5	5	5	35
97	4	1	5	5	5	5	5	5	35
Total	**385**	**375**	**387**	**363**	**361**	**370**	**363**	**379**	**2.983**

Lampiran 10 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kemudahan Penggunaan (X1)	.461	2.171
	Keragaman Fitur Layanan (X2)	.461	2.171
a. Dependent Variable: Minat Bertransaksi (Y)			

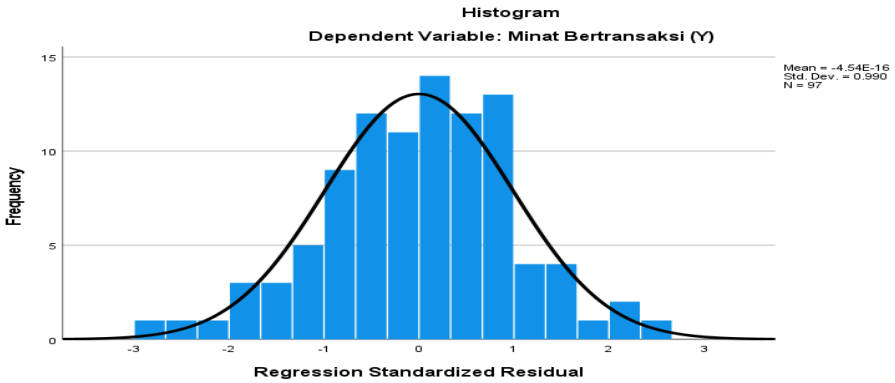
Lampiran 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas

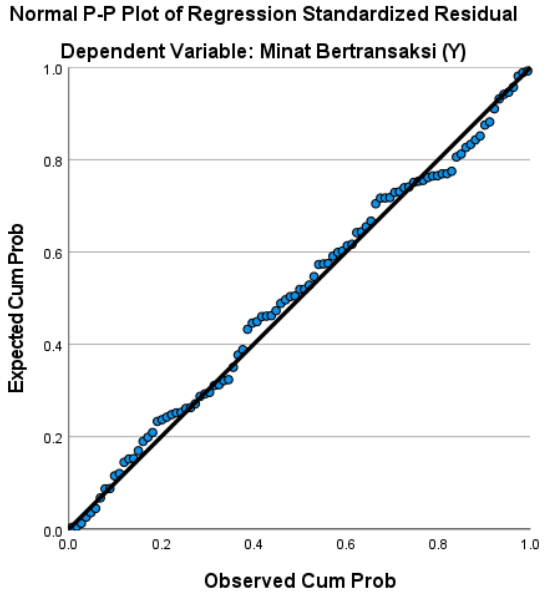
Coefficients[a]		
Model		Sig.
1	(Constant)	.000
	Kemudahan Penggunaan (X1)	.329
	Keragaman Fitur Layanan (X2)	.814
a. Dependent Variable: ABS_RES		



Lampiran 12 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			97
Normal Parameters[a,b]	Mean		.0000000
	Std. Deviation		3.08105044
Most Extreme Differences	Absolute		.058
	Positive		.058
	Negative		-.054
Test Statistic			.058
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			.200[d]
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[e]	Sig.		.593
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.580
		Upper Bound	.606
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance.			
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.			





Lampiran 13 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	5.289	2.141	
	Kemudahan Penggunaan (X1)	.338	.071	.450
	Keragaman Fitur Layanan (X2)	.548	.133	.390
a. Dependent Variable: Minat Bertransaksi (Y)				

Lampiran 14 Hasil Pengujian Parsial (Uji – t)

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.289	2.141		2.470	.015
	Kemudahan Penggunaan (X1)	.338	.071	.450	4.758	.000
	Keragaman Fitur Layanan (X2)	.548	.133	.390	4.117	.000
a. Dependent Variable: Minat Berbelanja (Y)						

Lampiran 15 Hasil Pengujian Simultan (Uji – F)

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1438.746	2	719.373	74.202	.000[b]
	Residual	911.316	94	9.695		
	Total	2350.062	96			
a. Dependent Variable: Minat Bertransaksi (Y)						
b. Predictors: (Constant), Keragaman Fitur Layanan (X2), Kemudahan Penggunaan (X1)						

Lampiran 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.782[a]	.612	.604	3.114
a. Predictors: (Constant), Keragaman Fitur Layanan (X2), Kemudahan Penggunaan (X1)				

Lampiran 17 Hasil Peran Dominan Variabel Bebas

Variables Entered/Removed[a]			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kemudahan Penggunaan (X1)	.	Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).
2	Keragaman Fitur Layanan (X2)	.	Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).
a. Dependent Variable: Minat Bertransaksi (Y)			

Lampiran 18 Nilai Koefisien Korelasi

Correlations				
		Kemudahan Penggunaan (X1)	Keragaman Fitur Layanan (X2)	Minat Bertransaksi (Y)
Kemudahan Penggunaan (X1)	Pearson Correlation	1	.734**	.736**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	97	97	97
Keragaman Fitur Layanan (X2)	Pearson Correlation	.734**	1	.720**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	97	97	97
Minat Bertransaksi (Y)	Pearson Correlation	.736**	.720**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	97	97	97
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).				

Lampiran 19 Tabel t dan r

df	Tabel t one tail	Tabel t two tail	Tabel r one tail	Tabel r two tail
1	6.3138	12.7062	0.9877	0.9969
2	2.9200	4.3027	0.9000	0.9500
3	2.3534	3.1824	0.8054	0.8783
4	2.1318	2.7764	0.7293	0.8114
5	2.0150	2.5706	0.6694	0.7545
6	1.9432	2.4469	0.6215	0.7067
7	1.8946	2.3646	0.5822	0.6664
8	1.8595	2.3060	0.5494	0.6319
9	1.8331	2.2622	0.5214	0.6021
10	1.8125	2.2281	0.4973	0.5760
11	1.7959	2.2010	0.4762	0.5529
12	1.7823	2.1788	0.4575	0.5324
13	1.7709	2.1604	0.4409	0.5140
14	1.7613	2.1448	0.4259	0.4973
15	1.7531	2.1314	0.4124	0.4821
16	1.7459	2.1199	0.4000	0.4683
17	1.7396	2.1098	0.3887	0.4555
18	1.7341	2.1009	0.3783	0.4438
19	1.7291	2.0930	0.3687	0.4329
20	1.7247	2.0860	0.3598	0.4227
21	1.7207	2.0796	0.3515	0.4132
22	1.7171	2.0739	0.3438	0.4044
23	1.7139	2.0687	0.3365	0.3961
24	1.7109	2.0639	0.3297	0.3882
25	1.7081	2.0595	0.3233	0.3809
26	1.7056	2.0555	0.3172	0.3739
27	1.7033	2.0518	0.3115	0.3673
28	1.7011	2.0484	0.3061	0.3610
29	1.6991	2.0452	0.3009	0.3550
30	1.6973	2.0423	0.2960	0.3494
31	1.6955	2.0395	0.2913	0.3440
32	1.6939	2.0369	0.2869	0.3388
33	1.6924	2.0345	0.2826	0.3338
34	1.6909	2.0322	0.2785	0.3291
35	1.6896	2.0301	0.2746	0.3246
36	1.6883	2.0281	0.2709	0.3202
37	1.6871	2.0262	0.2673	0.3160
38	1.6860	2.0244	0.2638	0.3120
39	1.6849	2.0227	0.2605	0.3081
40	1.6839	2.0211	0.2573	0.3044
41	1.6829	2.0195	0.2542	0.3008
42	1.6820	2.0181	0.2512	0.2973
43	1.6811	2.0167	0.2483	0.2940
44	1.6802	2.0154	0.2455	0.2907
45	1.6794	2.0141	0.2429	0.2876
46	1.6787	2.0129	0.2403	0.2845
47	1.6779	2.0117	0.2377	0.2816
48	1.6772	2.0106	0.2353	0.2787
49	1.6766	2.0096	0.2329	0.2759
50	1.6759	2.0086	0.2306	0.2732
51	1.6753	2.0076	0.2284	0.2706
52	1.6747	2.0066	0.2262	0.2681
53	1.6741	2.0057	0.2241	0.2656
54	1.6736	2.0049	0.2221	0.2632
55	1.6730	2.0040	0.2201	0.2609
56	1.6725	2.0032	0.2181	0.2586
57	1.6720	2.0025	0.2162	0.2564
58	1.6716	2.0017	0.2144	0.2542
59	1.6711	2.0010	0.2126	0.2521
60	1.6706	2.0003	0.2108	0.2500
61	1.6702	1.9996	0.2091	0.2480
62	1.6698	1.9990	0.2075	0.2461
63	1.6694	1.9983	0.2058	0.2441
64	1.6690	1.9977	0.2042	0.2423
65	1.6686	1.9971	0.2027	0.2404

66	1.6683	1.9966	0.2012	0.2387
67	1.6679	1.9960	0.1997	0.2369
68	1.6676	1.9955	0.1982	0.2352
69	1.6672	1.9949	0.1968	0.2335
70	1.6669	1.9944	0.1954	0.2319
71	1.6666	1.9939	0.1940	0.2303
72	1.6663	1.9935	0.1927	0.2287
73	1.6660	1.9930	0.1914	0.2272
74	1.6657	1.9925	0.1901	0.2257
75	1.6654	1.9921	0.1888	0.2242
76	1.6652	1.9917	0.1876	0.2227
77	1.6649	1.9913	0.1864	0.2213
78	1.6646	1.9908	0.1852	0.2199
79	1.6644	1.9905	0.1841	0.2185
80	1.6641	1.9901	0.1829	0.2172
81	1.6639	1.9897	0.1818	0.2159
82	1.6636	1.9893	0.1807	0.2146
83	1.6634	1.9890	0.1796	0.2133
84	1.6632	1.9886	0.1786	0.2120
85	1.6630	1.9883	0.1775	0.2108
86	1.6628	1.9879	0.1765	0.2096
87	1.6626	1.9876	0.1755	0.2084
88	1.6624	1.9873	0.1745	0.2072
89	1.6622	1.9870	0.1735	0.2061
90	1.6620	1.9867	0.1726	0.2050
91	1.6618	1.9864	0.1716	0.2039
92	1.6616	1.9861	0.1707	0.2028
93	1.6614	1.9858	0.1698	0.2017
94	1.6612	1.9855	0.1689	0.2006
95	1.6611	1.9853	0.1680	0.1996
96	1.6609	1.9850	0.1671	0.1986
97	1.6607	1.9847	0.1663	0.1975
98	1.6606	1.9845	0.1654	0.1966
99	1.6604	1.9842	0.1646	0.1956
100	1.6602	1.9840	0.1638	0.1946
101	1.6601	1.9837	0.1630	0.1937
102	1.6599	1.9835	0.1622	0.1927
103	1.6598	1.9833	0.1614	0.1918
104	1.6596	1.9830	0.1606	0.1909
105	1.6595	1.9828	0.1599	0.1900
106	1.6594	1.9826	0.1591	0.1891
107	1.6592	1.9824	0.1584	0.1882
108	1.6591	1.9822	0.1576	0.1874
109	1.6590	1.9820	0.1569	0.1865
110	1.6588	1.9818	0.1562	0.1857
111	1.6587	1.9816	0.1555	0.1848
112	1.6586	1.9814	0.1548	0.1840
113	1.6585	1.9812	0.1541	0.1832
114	1.6583	1.9810	0.1535	0.1824
115	1.6582	1.9808	0.1528	0.1816
116	1.6581	1.9806	0.1522	0.1809
117	1.6580	1.9804	0.1515	0.1801
118	1.6579	1.9803	0.1509	0.1793
119	1.6578	1.9801	0.1502	0.1786
120	1.6577	1.9799	0.1496	0.1779
121	1.6575	1.9798	0.1490	0.1771
122	1.6574	1.9796	0.1484	0.1764
123	1.6573	1.9794	0.1478	0.1757
124	1.6572	1.9793	0.1472	0.1750
125	1.6571	1.9791	0.1466	0.1743
126	1.6570	1.9790	0.1460	0.1736
127	1.6569	1.9788	0.1455	0.1729
128	1.6568	1.9787	0.1449	0.1723
129	1.6568	1.9785	0.1443	0.1716
130	1.6567	1.9784	0.1438	0.1710
131	1.6566	1.9782	0.1432	0.1703
132	1.6565	1.9781	0.1427	0.1697
133	1.6564	1.9780	0.1422	0.1690
134	1.6563	1.9778	0.1416	0.1684
135	1.6562	1.9777	0.1411	0.1678

Lampiran 20 Tabel F

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
EKA PRASETYA
Jl. Merapi No. 08 Medan – 20212
Telp. (061) 4571198 (Hunting) Fax. (061) 4151391
Website : www.eka-prasetya.ac.id E-mail : sso@eka-prasetya.ac.id

Medan, 21 Desember 2023

Nomor : 1046/R/STIE-EP/XII/2023
Lamp. : ----
Hal : "Observasi"

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan PT Bank Central Asia (BCA KCP Sumatera)
Di-
Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu Pimpinan untuk menerima kunjungan seorang Mahasiswa/i kami :

Nama	: Rio Ferdinand
NIM	: 201010137
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	:Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Keragaman Fitur Layanan Terhadap Minat Bertransaksi Nasabah Menggunakan Bca Mobile (Studi Kasus Pada Bca Kcp Sumatera)

Untuk mengadakan peninjauan ke PT Bank Central Asia (BCA KCP Sumatera) Kota Medan yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka melakukan observasi untuk bahan penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i tersebut.

Hasil peninjauan berupa data yang dikumpulkannya tetap akan bersifat rahasia dan tidak dipublisir untuk umum. Kami juga mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membalas surat kami ini yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di atas benar telah melakukan observasi dimaksud.

Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu Pimpinan menerima Mahasiswa/i kami serta memberi data yang diperlukan, kami ucapkan terima kasih. Semoga hubungsan kerja sama ini dapat berlanjut untuk hari-hari yang akan datang, dan mudah-mudahan perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin sukses di masa yang akan datang.

Hormat kami,
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si

Surat Keterangan

Ref. No:034/SUM/I/2024

Dengan hormat,

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Siarika**

Jabatan : **Pimpinan KCP Sumatera**

Menyatakan bahwa tidak keberatan dan memberikan izin melakukan penelitian serta mengumpulkan data bank ini kepada:

Nama : **Rio Ferdinand**

NIM : **201010137**

Jurusan : **Manajemen**

Judul Skripsi : **Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan keagaman Fitur Layanan Terhadap Minat Betransaksi Menggunakan BCA Mobile (Studi Kasus Pada BCA KCP Sumatera)**

Yang merupakan mahasiswa dari STIE Eka Prasetya, Medan

Demikian surat keterangan ini diperbuat dengan sebenar – benarnya agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan,17 Januari 2024

PT.Bank Central Asia. Tbk

(KCP Sumatera)

Siarika

Pimpinan KCP Sumatera

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : Rio Ferdinand

NIM : 2010101371202

PROGRAM STUDI : Manajemen

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1	21 Feb 23	Jonkson Wijaya JUDUL PROPOSAL : Pengaruh kepercayaan konsumen dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PT. Sumber Karya Teknik	191010090	
2	21 Feb 23	TALENTINUS WIJAHASTAT LASE JUDUL PROPOSAL : Pengaruh komunikasi pemasaran terpadu terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan dominic	191010188	
3	21 Feb 23	INDRA SURYA JUDUL PROPOSAL : Pengaruh produk dan kinerja karyawan terhadap kepuasan konsumen PT. Prudential Life Insurance	191010150	
4	22 Feb 23	HENDRA JUDUL PROPOSAL : Pengaruh E-commerce dan pelayanan barang terhadap keberhasilan usaha Di Mie Jaring rakyan Sun Plaza	191010193	
5	22 Feb 23	STEVEN JUDUL PROPOSAL : Pengaruh lokasi dan brand image terhadap keunggulan bersaing pada Showroom sehat mobil	191010009	
6	22 Feb 23	DEDI TEO SAPUTRO JUDUL PROPOSAL : Pengaruh harga dan loyalitas pelanggan terhadap tingkat penjualan pada PT. Guna Berdikari Rekarindo	191010029	
		JUDUL PROPOSAL :		
		JUDUL PROPOSAL :		

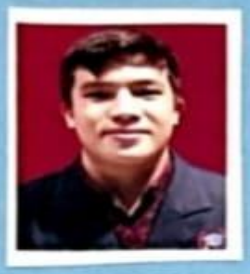
Mahasiswa dapat menyelenggarakan seminar proposal bila telah memenuhi syarat mengikuti/ menjadi peserta seminar proposal mahasiswa yang lain **MINIMAL 5 KALI**

Medan, ...20....
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.

STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI
1



Nama Mahasiswa : Rio Ferdinand
NIM : 201010137 **Kelas** : Pemasaran B
Konsentrasi : ~~Kewirausahaan~~, Pemasaran (coret yang tidak sesuai)
HP/WA : 081262157480 **Email:** Rio1997one@gmail.com
Alamat Tinggal: Jl. Bawal Dalam No. 27

Nama Dosen Pembimbing 1:	Nama Dosen Pembimbing 2:
Dedy Lazwardi, S.E, M.M	Fenny, S.E, M.M

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	10 September 2023	Bimbingan ACC Judul	
2	5 Januari 2024	Perbaikan kesalahan Penulisan / Pengetikan pada BAB I	
3	9 Januari 2024	Penambahan 3 Jurnal Internasional	
4	11 Januari 2024	Perbaikan Rumus Sampel	
5	13 Januari 2024	Cantumkan teori rumus sampel berdasarkan para ahli	
6	16 Januari 2024	Perbaikan kembali secara keseluruhan masih kedalam	
7	1-	Daftar pustaka dan menggunakan mendeley	
8	29/01 2024	ACC Sempro.	
9	20 Feb. 2024	Bimbingan dan Revisi Bab 4	
10	8 Mar 2024	Perbaikan data dan penelitian	
11	17 April 2024	Revisi BAB 5	
12	02/05 2024	Perbaikan kuesioner dan Data SPSS	
13	06/05, 24	ACC Sidang	
14			
15			
16			
17			

REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1	24/9/2024	Revisi Jumlah sampel	
2			
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua I Bidang Akademik

Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M

STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI 2



Nama Mahasiswa : Rio Ferdinand
NIM : 201010137 Kelas : Pemasaran B
Konsentrasi : ~~Kewirausahaan~~; Pemasaran (coret yang tidak sesuai)
HP/WA : 0812 6213 7480 Email: Rio1997ore@gmail.com
Alamat Tinggal: Jl. Bawal Dalam no. 27

Nama Dosen Pembimbing 1:	Nama Dosen Pembimbing 2:
Dedy Lazuardi, S.E, M.M	Fenny, S.E, M.M

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	7/November	Bab. I, Perdalam Survei awal, dan Fitur layanan BCA	
2		mobile lengkapi lagi	
3	18/Desember/202	Perbaikan kesalahan penulisan dan bentuk tabel	
4			
5	10 ~~Desember~~ Januari 2024	Perbaikan Pada metode Penyajian pada Sample	
6		dan susunan Isi Bab - masing - masing	
7	22. Jan '2024	Perbaikan Kuisioner dan kuisioner	
8	24 Jan 2024	ACC Sempro	
9	13 Feb 2024	Bimbingan Setelah Sempro	
10	19 Feb 2024	Revisi Tulisan	
11	28 Feb 2024	Revisi Tabel	
12	6 Mar 2024	Perbaikan tabel dan lampiran	
13	29 April 2024	Perbaikan Abstrak dan Implikasi Manajerial	
14	2 Mei 2024	Run spss dan Perbaikan tabulasi	
15	06 Mei 2024	ACC Sidang	
16			
17			

REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1	24/5/24	Revisi Penambahan Kuisioner	
2			
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua I Bidang Akademik

Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama	:	Rio Ferdinand
Tempat / Tanggal Lahir	:	Perbaungan/ 30 – 06 – 2002
Jenis Kelamin	:	Laki - Laki
Alamat	:	Jl. Kebun Sayur No. 5
Alamat Email	:	rio1997oke@gmail.com
Agama	:	Buddha
Status	:	Belum Menikah
Handphone (HP)	:	081262137480

RIWAYAT PENDIDIKAN

1.	Tahun 2007	:	TK Methodist El-Shadday Perbaungan
2.	Tahun 2008 s/d Tahun 2014	:	SD Methodist El-Shadday Perbaungan
3.	Tahun 2014 s/d Tahun 2017	:	SMP Methodist El-Shadday Perbaungan
4.	Tahun 2017 s/d Tahun 2020	:	SMA Methodist El-Shadday Perbaungan
5.	Tahun 2020 s/d Tahun 2024	:	STIE Eka Prasetya Medan

RIWAYAT PEKERJAAN

April 2021 s/d Juli 2021	:	UD. Catindo Anugerah Terang
Agustus 2021 s/d Sekarang	:	PT. Bank Central Asia Tbk

DATA ORANGTUA

Nama Ayah	:	Tandiono
Pekerjaan	:	Wiraswasta
Handphone (HP)	:	081269729292
Alamat	:	Jl. Kebun Sayur No. 5

Nama Ibu	:	Acin
Pekerjaan	:	Ibu Rumah Tangga
Handphone (HP)	:	082363861978
Alamat	:	Jl. Kebun Sayur No. 5

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 10 Mei 2024
Penulis,

Rio Ferdinand
201010137