

**SKRIPSI**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
MINAT GENERASI MILLENNIALS DALAM  
MENGUNAKAN MOBILE BANKING  
(Studi Pada Mahasiswa IAIN Metro)**

**Oleh:**

**RIZKY AULIA**

**NPM. 1704100174**



**Jurusan S1 Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**

**1443 H / 2021 M**

**SKRIPSI**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
GENERASI MILLENNIALS DALAM MENGGUNAKAN MOBILE  
BANKING**

**(Studi Pada Mahasiswa IAIN Metro)**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

**RIZKY AULIA**

**NPM. 1704100174**

Pembimbing I : Zumaroh, M.E.Sy

Pebimbing II : Esty Apridasari, M.Si

**Jurusan S1 Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**

**1443 H / 2021**

**HALAMAN PERSETUJUAN**


**Judul Proposal : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG  
MEMPENGARUHI MINAT GENERASI MILLENNIALS  
DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING  
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA IAIN METRO)**

Nama : Rizky Aulia  
NPM : 1704100174  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : SI-Perbankan Syariah

**MENYETUJUI**


Sudah dapat kami setujui untuk di munaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.

Dosen Pembimbing I

  
Zumaroh, M.E.Sy  
NIP. 197904222006042002

Metro, 17 November 2021

Dosen Pembimbing II

  
Esty Apridasari, M.Si  
NIP. 198804272015032005



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;  
Website: www.metrouniv.ac.id; E mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**NOTA DINAS**

Nomor :  
Lampiran : 1 (satu) Berkas  
Perihal : Pengajuan Munaqosyah

Kepada Yth.,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN Metro)  
Di

Tempat

*Assalamualaikum Wr.Wb.*

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya, maka skripsi saudara:

Nama : Rizky Aulia  
NPM : 1704100174  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : S1-Perbankan Syariah  
Judul : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
GENERASI MILLENNIALS DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING  
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA IAIN METRO)**

Sudah dapat kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan. Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamualaikum Wr.Wb*

Metro, 17 November 2021

Dosen Pembimbing I

Zumaroh, M.E.Sy

NIP. 197904222006042002

Dosen Pembimbing II

Esty Apridasari, M.Si

NIP. 198804272015032005



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;  
Website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id); email: [iainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:iainmetro@metrouniv.ac.id)

**PENGESAHAN SKRIPSI**

No. B-4085/In.28-3/D/PP.00.9/12/2021

Proposal Skripsi dengan Judul: ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT GENERASI MILLENIALS DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (Studi Pada Mahasiswa IAIN Metro), disusun Oleh: RIZKY AULIA, NPM:1704100174, Jurusan: S1 Perbankan Syariah, telah dibahas dalam Sidang Munaqsyah Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Senin/ 29 November 2021.

**TIM PEMBAHAS:**

Ketua Sidang : Zumaroh, M.E.Sy

Penguji I : Suci Hayati, M.S.I

Penguji II : Esty Aprida Sari, M.Si

Sekretaris : Dian Oktarina, M.M

()  
.....  
()  
.....  
()  
.....  
()  
.....

PANITIA MUNAQOSAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
METRO

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

  
**Dr. Mat Jalil, H. Hum**  
NIP. 19620812 199803 1 001



## **ABSTRAK**

### **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT GENERASI MILLENNIALS DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (Studi Pada Mahasiswa IAIN Metro)**

**Oleh:  
RIZKY AULIA  
NPM. 141271410**

Pertumbuhan teknologi informasi yang sangat pesat di era globalisasi ini, pelayanan perbankan dituntut lebih cepat, mudah, dan fleksibel. Pesatnya pertumbuhan internet merubah cara perusahaan terhubung dengan konsumennya, tidak terkecuali bisnis perbankan. Penggunaan *mobile banking* lebih banyak keuntungannya, karena dengan menggunakan *mobile banking* nasabah akan lebih menghemat pulsa, karena tarif menggunakan sms banking lebih banyak daripada menggunakan kuota data internet dalam sekali transaksi, lebih cepat, tidak perlu antri, mudah dalam penggunaannya, dan lain-lain.

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan minat mahasiswa IAIN Metro dalam penggunaan layanan *mobile banking*. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan terhadap mahasiswa yang menggunakan *mobile banking* dan dokumentasi diambil dari transaksi responden dalam penggunaan *mobile banking*. semua data-data tersebut dianalisis secara induktif.

Dari hasil penelitian, minat mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro terbagi menjadi dua, yaitu minat personal dan situasional. minat tersebut dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi, yang memberikan keamanan dan kenyamanan sehingga nasabah tidak ragu untuk menggunakan *mobile banking* dan untuk para pengguna dapat menghemat waktu dalam penggunaannya tanpa harus membuang-buang waktunya untuk antri di Bank ataupun ke *counter* ATM untuk melakukan transaksinya.

## HALAMAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : RIZKY AULIA

NPM : 1704100174

Jurusan : SI PERBANKAN SYARIAH

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 29 November 2021  
Yang menyatakan,



Rizky Aulia  
NPM. 1704100174

## MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Artinya : “Maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan,

.” (Qs. Al-Insyirah:5)



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah tiada kata yang pantas diucapkan selain rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan begitu banyak berkah dalam hidup peneliti. Semua yang telah tercapai tak terlepas dari segala perjuangan dan rasa syukur yang dalam kepada-Nya. Dengan rasa bahagia peneliti persembahkan skripsi ini sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasih sayang tulus kepada:

1. Kedua Orang Tua tercinta Ayahanda Edi Suwarno dan Ibu Nur Fitri yang sangat peneliti sayangi, yang selalu mendoakan, yang dengan sabar dan teguh mengarahkanku untuk yakin dan percaya diri dalam menjalani kehidupan, memberikan kasih sayang begitu luar biasa serta dukungan dalam keberhasilan menyelesaikan studi di IAIN Metro.
2. Kakak tercinta, Dian Nur Elvandari dan suaminya Ahmad Safe'i yang selalu memberikan semangat, motivasi dan kasih sayang yang sangat tulus, serta keluarga besarku terimakasih atas semua doanya dan nasehat untukku sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
3. Sahabat tercinta Mia Saputri, Gusti Intan Aula, Bella Anggraeni, Anisa Parasetaiani, Elisa Dwi Saputri dan Rizky Aldilla yang selalu menemani peneliti dalam keadaan suka maupun duka dan selalu memberikan motivasi, dan kasih sayang.
4. Rekan-rekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi S1 Perbankan Syariah, khususnya angkatan 2017 yang turut memberikan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

5. Serta Almamater peneliti Institut Agama Islam Negeri Metro Lampung yang selalu peneliti banggakan.

Terimakasih peneliti ucapkan atas keikhlasan dan ketulusannya dalam memberikan dukungan dan semangat, terimakasih untuk pengorbanan kalian semua. Hanya sebatas karya kecil dan untaian kata-kata ini yang dapat kupersembahkan kepada kalian semua. Semoga kita termasuk ke dalam golongan orang-orang yang beruntung.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Dr. Siti Nurjanah, M.Ag, selaku Rektor IAIN Metro,
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Muhammad Ryan Fahlevi M.M, selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah.
4. Ibu Zumaroh, M.E.Sy selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
5. Ibu Esty Apridasari, M.Si selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
6. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.
7. Mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro angkatan 2017 yang telah memberikan informasi kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Perbankan Syariah.

Metro, 29 November 2021

Peneliti

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Rizky Aulia', written in a cursive style.

**Rizky Aulia**  
1704100174

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>ix</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Peneliti.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	8
D. Penelitian Relevan.....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>12</b>
A. Minat .....	12
1. Pengertian Minat .....	12
2. Jenis dan Sifat-Sifat Minat .....	13
3. Faktor yang Mempengaruhi Timbulnya Minat .....	14
4. Cara Pembentukan Minat Pengguna .....	19
B. Mobile banking .....	20

1. Pengertian Mobile Banking.....	20
2. Manfaat Mobile Banking .....	21
3. Dampak Mobile Banking .....	22
C. Generasi Millenials .....	24
1. Pengertian Generasi Millenials .....	24
2. Karakteristik Generasi Millenials .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
A. Jenis dan Sifat Penelitian .....	26
1. Jenis Penelitian.....	26
2. Sifat Penelitian .....	26
B. Sumber Data.....	27
1. Sumber Data Primer .....	27
2. Sumber Data Sekunder.....	27
C. Teknik Pengumpulan Data.....	28
1. Wawancara.....	28
2. Dokumentasi .....	29
D. Teknik Analisis Data .....	29
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Institut Agama Islam Negeri (IAIN)	
Kota Metro.....	32
1. Sejarah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kota Metro .....	32
2. Visi dan Misi Institut Agama Islam Negeri (IAIN)	
Kota Metro .....	33

3. Struktur Organisasi IAIN Metro .....	33
4. Profil Mahasiswa IAIN Metro .....	34
B. Minat Mahasiswa IAIN Metro Dalam Menggunakan Mobile Banking.....	36
C. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa IAIN Metro Dalam Menggunakan Mobile Banking .....	43

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	50
B. Saran.....	50

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Data Mahasiswa Aktif IAIN Metro 2020 .....	4
Tabel 1.2 Data Pribadi Narasumber .....	35



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Struktur Organisasi.....	33
-------------------------------------	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Surat Bimbingan
2. Surat Keterangan Bimbingan Skripsi
3. Alat pengumpulan Data
4. Surat Tugas
5. Surat Balasan research
6. Surat Keterangan Bebas Pustaka
7. Surat Keterangan Lulus Plagiasi
8. Foto Dokumentasi

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan adalah setiap perusahaan yang bergerak di bidang keuangan dimana kegiatannya baik hanya menghimpun dana, atau hanya menyalurkan dana atau kedua-duanya menghimpun dan menyalurkan dana.<sup>1</sup>

Kemudian pengertian bank menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan Bank adalah “Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”.<sup>2</sup> Mendengar kata bank yang sudah tidak asing lagi di telinga kita terutama masyarakat yang hidup di perkotaan. Bahkan yang hidup di perdesaan pun sudah mendengar kata bank. Apabila menyebut kata bank maka berkaitan dengan uang karena bank merupakan lembaga keuangan.

Pada era globalisasi ini Indonesia telah mengalami perkembangan ekonomi dan teknologi yang sangat pesat. Teknologi informasi sudah merupakan suatu kebutuhan yang sangat penting. Bahkan sebagai tuntutan yang mendesak bagi setiap orang untuk menyelesaikan suatu permasalahan dengan cepat serta meringankan semua pekerjaan. Seiring dengan situasi seperti ini, perkembangan teknologi informasi terutama peranan komputer mendapatkan perhatian yang sangat serius. Teknologi informasi ini

---

<sup>1</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2014), 12.

<sup>2</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 24

berdampak luar biasa dalam dunia perbankan saat ini. Akhir akhir ini banyak sekali perubahan pada teknologi informasi, demikian juga dibidang telekomunikasi kebanyakan disebabkan adanya desakan dan dahsyatnya kompetisi di dunia perbankan.

Perkembangan ini semakin hari semakin pesat. Banyaknya pengguna internet di Indonesia tentu tidak dapat dipungkiri juga mendorong dunia bisnis untuk lebih maju dan berkembang. Selain itu internet menjadi media untuk mencari informasi dan bertukar informasi. Teknologi informasi juga mendorong dunia perbankan untuk ikut andil dalam memanfaatkan internet.

Generasi *millennials* adalah pengadopsi awal teknologi produk dan layanan baru, Karena itu mereka dianggap cenderung lebih akan menggunakan *mobile* di masa depan daripada generasi lainnya. Generasi *millennials* sebagai pengguna aktif perangkat teknologi *mobile*, konsumen generasi ini dipandang menguntungkan bagi pertumbuhan pasar dari perusahaan-perusahaan yang menawarkan produk berteknologi tinggi dan berjasa lainnya seperti layanan perbankan.<sup>3</sup> Ini merupakan kesempatan bagi dunia perbankan untuk melangkah maju dengan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para nasabahnya salah satunya yaitu pada generasi *millennials*, yang tidak hanya menawarkan kecepatan dalam melakukan transaksi tetapi juga kemudahan serta kenyamanan bagi pengguna untuk melakukan transaksi keuangan maupun non keuangan secara online tanpa mengharuskan pengguna untuk datang dan mengantri di bank atau ATM.

---

<sup>3</sup> Kumar A and Lim, *Age Difference in Mobile Service Perception Comparison of Generation Y and Baby Boomers*, (Journal of Service Marketing, Vol. 22 No. 7, 568), dunduh tanggal 02 maret 2021.

Kemudahan serta kenyamanan ini ditawarkan oleh perbankan melalui layanan *Mobile Banking*.

*Mobile Banking* merupakan layanan perbankan yang berfungsi untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan tanpa perlu datang ke bank atau ke counter ATM kecuali untuk penarikan uang cash. Keunggulan *Mobile Banking* yaitu nasabah dapat melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja tanpa batasan waktu. Layanan pada *Mobile Banking* meliputi transaksi finansial, transaksi non finansial, transfer dana, cek saldo dan pembayaran tagihan yang dilakukan melalui telepon seluler.<sup>4</sup> Saat ini telah banyak bank yang menyediakan akses *Mobile Banking* untuk memudahkan dalam hal mengetahui informasi keuangan. Kondisi tersebut merupakan perbaikan dari layanan terhadap nasabah, karena pada kenyataannya dalam melaksanakan setiap transaksi perbankan setiap nasabah minimal membutuhkan waktu kurang lebih 10 menit berada dalam antrian. Hal tersebut cenderung akan berdampak merugikan bagi para nasabah jika waktu dan peluang bisnis mereka tersita hanya untuk bertransaksi di bank. Fasilitas *Mobile Banking* memang benar dapat menjawab tuntutan nasabah yang menginginkan layanan cepat, aman, nyaman, murah dan tersedia setiap saat serta dapat diakses dari mana saja, cukup melalui telepon seluler. Meskipun banyak keuntungan yang didapat oleh nasabah, namun pada kenyataannya ada beberapa orang atau nasabah yang kurang minat dengan

---

<sup>4</sup> Ikbar Wibiadila, *Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking pada PT Bank Mandiri Syariah Cabang Solo*, Skripsi, (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2016). 17

layanan *Mobile Banking* ini. Nasabah lebih senang melakukan transaksi via ATM atau dengan antri di bank.

Pada tahun 2020 Mahasiswa IAIN Metro memiliki jumlah mahasiswa lebih kurang 8.024 mahasiswa dengan spesifikasi sebagai berikut :<sup>5</sup>

**Tabel 1.1 Data Mahasiswa Aktif IAIN Metro 2020**

<b>NO</b>	<b>PROGRAM STUDI</b>	<b>JUMLAH</b>
<b>1</b>	<b>TARBIYAH</b>	<b>3596</b>
	➤ Pendidikan Agama Islam	1167
	➤ Pendidikan Bahasa Arab	214
	➤ Pendidikan Bahasa Inggris	747
	➤ Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah	505
	➤ Pendidikan Anak Usia Dini	217
	➤ Tadris Bahasa Inggris	747
	➤ Tadris Matematika	243
	➤ Tadris Biologi	219
	➤ Tadris IPS	225
<b>2</b>	<b>SYARIAH</b>	<b>1035</b>
	➤ Hukum Keluarga Islam (Ahwal Syakhshiyah)	390
	➤ Hukum Ekonomi Syariah	507
	➤ Hukum Tata Negara Islam	138
<b>3</b>	<b>DAKWAH DAN KOMUNIKASI</b>	<b>600</b>
	➤ Bahasa dan Sastra Arab	82
	➤ Komunikasi dan Penyiaran Islam	394
	➤ Bimbingan Penyuluhan Islam	124
<b>4</b>	<b>EKONOMI DAN BISNIS ISLAM</b>	<b>2503</b>
	➤ Perbankan Syariah (D-III)	13
	➤ Ekonomi Syariah	1122
	➤ S1 Perbankan Syariah	929
	➤ Akuntansi Syariah	303
	➤ Manajemen Haji dan Umroh	136
	<b>TOTAL MAHASISWA SARJANA</b>	<b>7734</b>
<b>5</b>	<b>S2 TARBIYAH</b>	<b>137</b>
	➤ S2 Pendidikan Agama Islam	120
	➤ S2 Pendidikan Bahasa Arab	17

<sup>5</sup> SISMIC (Sistem Informasi Akademik), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung, November, 2020.

<b>6</b>	<b>S2 SYARIAH</b>	<b>106</b>
	➤ S2 Hukum Keluarga Islam ( Akhwal Syakhshiyah)	68
	➤ S2 Ekonomi Syariah	38
	<b>TOTAL MAHASISWA PASCASARJANA</b>	<b>290</b>

Mahasiswa-mahasiswi IAIN Metro memiliki persepsi yang berbeda dalam memandang aplikasi *Mobile Banking*. Dari beberapa mahasiswa pasti mempunyai kecenderungan yang berbeda dalam menggunakan *Mobile Banking* pada perbankan syariah dengan berbagai macam alasannya masing-masing. Alasan menggunakan *Mobile Banking* tersebut karena lebih mudah dan lebih cepat untuk melakukan transaksi tanpa harus mengantri di bank. Namun ada beberapa juga mahasiswa yang beranggapan jika rumah mereka berada di perdesaan itu terkadang terkendala terhadap sinyal, oleh sebab itu mereka lebih baik langsung datang ke bank.

Berdasarkan interview yang telah dilakukan peneliti pada mahasiswa IAIN Metro peneliti mendapatkan data terkait adanya perbedaan persepsi tentang penggunaan *Mobile Banking* yaitu dengan Mia mahasiswa Fakultas Tarbiyah dengan jurusan PIAUD yang menggunakan aplikasi *Mobile Banking* Bank BRI Syariah. Dalam melakukan sebuah transaksi menggunakan *Mobile Banking* Mia mengharapkan kemudahan, keamanan serta keuntungan yang telah diberikan oleh pihak bank. Menurutnya dengan adanya *Mobile Banking* ini sangat memudahkan untuk berbagai transaksi karena dapat

digunakan kapan saja, dimana saja tanpa harus mengantri ke bank.<sup>6</sup> Kemudian dengan Bella mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan jurusan Perbankan Syariah yang menggunakan aplikasi *Mobile Banking* Bank BRI konvensional mengemukakan bahwa memang benar dengan adanya aplikasi *Mobile Banking* sangat membantu sekali untuk melakukan transaksi, namun yang dengan keadaan rumahnya yang terkadang sulit untuk mendapatkan sinyal yang lancar itu sangat disayangkan sekali karena tidak dapat menggunakan aplikasi tersebut dengan efektif. Oleh karena itu Bella juga menambahkan dengan menggunakan SMS Banking ataupun datang langsung ke bank walaupun harus dengan mengantri.<sup>7</sup> Kemudian dengan Dwi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan jurusan Perbankan Syariah yang menggunakan aplikasi *Mobile Banking* Bank Muamalat Indonesia mengemukakan bahwa *Mobile Banking* ini sangat memudahkan dirinya untuk melihat saldo ataupun melakukan transaksi lainnya dengan cepat dan dapat digunakan kapan saja, dimana saja tanpa harus bersusah payah datang ke bank.<sup>8</sup> Dan dengan Yosi mahasiswa Fakultas Tarbiyah dengan jurusan Tadris Biologi yang tidak menggunakan aplikasi *Mobile Banking*. Yosi mengemukakan bahwa dia tidak menggunakan *Mobile Banking* dikarenakan dia jarang melakukan transaksi dan lebih suka datang ke ATM untuk melakukan transaksi. Dan menurutnya juga dengan

---

<sup>6</sup> Wawancara dengan Mia, selaku Mahasiswa IAIN Metro pada tanggal 03 November 2020

<sup>7</sup> Wawancara dengan Bella, selaku Mahasiswa IAIN Metro pada tanggal 04 November 2020

<sup>8</sup> Wawancara dengan Dwi, selaku Mahasiswa IAIN Metro pada tanggal 04 November 2020



adanya *Mobile Banking* membuat dirinya menjadi boros atau konsumtif karena dia suka melakukan belanja online.<sup>9</sup>

Dengan adanya keluhan nasabah terhadap jaringan sehingga mengakibatkan seringnya terputus sambungan internet ketika memakai layanan *Mobile Banking* hal ini menjadi tantangan besar bagi Perbankan untuk memasarkan layanan *Mobile Banking* ini. Pada bagian ini pihak bank harus lebih bekerja keras untuk memasarkan layanan ini kepada masyarakat untuk menarik minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking*. Maka dari itu pihak bank harus mengambil andil yang begitu besar untuk dapat memasarkan fasilitas *Mobile Banking*. ini secara keras agar masyarakat lebih meminati lagi untuk menggunakan fasilitas ini.

Berdasarkan latar belakang yang di uraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “ Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Millenials Dalam Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada Mahasiswa IAIN Metro).

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, selanjutnya peneliti merumuskan masalah penelitian sebagai berikut yaitu: “ Apakah Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Millenials Dalam Menggunakan *Mobile Banking* Pada Mahasiswa IAIN Metro? ”.

---

<sup>9</sup> Wawancara dengan Yosi selaku Mahasiswa IAIN Metro pada tanggal 04 November 2020

## C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1. Tujuan

Berdasarkan permasalahan di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat generasi *millenials* untuk menggunakan fasilitas *Mobile Banking*.

### 2. Manfaat Penelitian

#### a. Secara Teoretis

Penelitian ini diharapkan berguna untuk menambah pengetahuan dan wawasan mahasiswa IAIN Metro mengenai aplikasi *Mobile Banking* pada perbankan.

#### b. Secara praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan, masukan dan saran bagi mahasiswa IAIN Metro. Sebagai masukan bagi mahasiswa mengenai aplikasi *Mobile Banking* pada perbankan.

## D. Penelitian Relevan

Terdapat penelitian terdahulu yang berhubungan dengan permasalahan yang diangkat dalam pembahasan atau topik penelitian ini, oleh karena itu peneliti akan memaparkan beberapa penelitian yang dilakukan oleh:

1. Aditya Wardhana dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (*M-Banking*) Terhadap Kepuasan Nasabah”.<sup>10</sup> Fokus masalah penelitian jurnal ini yaitu membahas tentang pengaruh kualitas

---

<sup>10</sup> Adhitya Wardana, *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah*, Jurnal (Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom. Vol.10 no.2, 2015), diunduh tanggal 29 April 2020

layanan *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah adalah institusi perbankan di Indonesia sudah memiliki fasilitas layanan *Mobile Banking* yang memiliki kecepatan sesuai dengan kebutuhan nasabahnya, dapat memberikan jaminan keamanan bagi nasabah pengguna *Mobile Banking*, telah memenuhi aspek yang akurat yang dapat memberikan kepercayaan bagi nasabahnya. Persamaan penelitian ini dengan yang dilakukan oleh peneliti adalah terletak pada keamanan dan kecepatan dalam penggunaan layanan *Mobile Banking* yang sesuai dengan kebutuhan nasabahnya. Namun memiliki perbedaan pada penelitian ini membahas tentang kualitas layanan *Mobile Banking*, sedangkan peneliti membahas tentang faktor yang mempengaruhi minat dalam menggunakan *Mobile Banking*.

2. Zulia Nawafila dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Internet Banking (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri D.I.Yogyakarta)”.<sup>11</sup> fokus masalah penelitian ini adalah bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna internet hal r berganda yang menunjukkan bahwa nilai t table = 0,276 dan t hitung sebesar 4,566 dan nilai sig t = 0.000 < 0.005. hal ini menunjukkan bahwa antara fisik dan kepuasan memiliki hubungan dan memberikan

---

<sup>11</sup> Zulia Nawafila, *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Internet Banking (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri D.I.Yogyakarta)*, Skripsi (Fakultas Agama Islam Program Studi Ekonomi Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2015), diunduh tanggal 29 April 2020

pengaruh diantaranya, yang kedua  $t$  tabel = 0,242 dan  $t$  hitung sebesar 3.835 dan nilai  $\text{sig } t = 0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa antara kehendakan dan kepuasan nasabah memiliki hubungan dan memberikan pengaruh diantara keduanya. Persamaan penelitian ini dengan yang dilakukan oleh peneliti adalah terletak pada pengaruh dan kepuasan nasabah. Namun memiliki perbedaan yaitu penelitian ini membahas tentang kualitas layanan *Internet Banking* , sedangkan peneliti membahas tentang faktor yang mempengaruhi minat dalam menggunakan *Mobile Banking*.

3. Abdurrahman Al-Gunain (Faktor-Faktor Mempengaruhi Keinginan Nasabah Untuk Menggunakan Teknologi Mobile Banking Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta)<sup>12</sup>. Dalam skripsi tersebut memberikan kesimpulan bahwa keamanan etika, privasi, keterbukaan, kecepatan, tanggapan, kualitas informasi, control pengeluaran, dan reputasi berpengaruh terhadap keinginan untuk menggunakan *Mobile Banking*. Persamaan penelitian ini dengan yang dilakukan oleh peneliti adalah membahas terkait faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile Banking*. Namun memiliki perbedaan yaitu peneliti membahas faktor minat nasabah dalam kepuasan menggunakan layanan *Mobile Banking* sedangkan penelitian lebih membahas untuk mengetahui kepercayaan dan

---

<sup>12</sup> Abdurrahman Al-Gunain , *Faktor-Faktor Mempengaruhi Keinginan Nasabah Untuk Menggunakan Teknologi Mobile Banking Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta*, Skripsi (UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2010), diunduh tanggal 18 juni 2020

komitmen nasabah dalam minat menggunakan layanan *Mobile Banking*.

Berdasarkan hasil penelitian yang dikemukakan tersebut di atas, dapat diketahui bahwa penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini memiliki kajian yang berbeda, walaupun memiliki fokus kajian yang sama pada tema-tema tertentu. Akan tetapi, dalam penelitian ini yang dikaji oleh peneliti lebih ditekankan pada faktor pengaruh minat dalam menggunakan *Mobile Banking*.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Minat**

##### **1. Pengertian Minat**

Minat seseorang terhadap suatu objek akan lebih kelihatan apabila objek tersebut sesuai sasaran dan berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan seseorang yang bersangkutan.

Minat adalah kecenderungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas. Seseorang yang berminat terhadap aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang.<sup>1</sup>

Minat berkaitan dengan perasaan suka atau senang dari seseorang terhadap sesuatu objek. Hal ini seperti dikemukakan oleh Slameto minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh.<sup>2</sup> Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat. Minat sebagai aspek kejiwaannya bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Minat Nasabah dapat diperoleh dari suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh nasabah. Ada beberapa tahap dalam proses

---

<sup>1</sup> Syaiful Bahri Djamarah, *Psikologi Belajar*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2008). 132

<sup>2</sup> Slameto, *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010). 18

pengambilan keputusan yang umumnya dilakukan oleh seseorang yaitu pengenalan kebutuhan dan proses informasi.

## 2. Jenis dan Sifat-Sifat Minat

Terdapat dua jenis minat yaitu minat personal (individual) dan situasional. Penjelasan mengenai jenis minat yaitu sebagai berikut:

### a. *Personal Interest*

Personal interest atau individual interest adalah (persepsi, keluarga, motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, sikap, pembelajaran, kelompok usia, dan gaya hidup) kerap memainkan peranan penting dalam pengambilan keputusan konsumen, khususnya bila ada keterlibatan yang tinggi dan risiko yang dirasakan atas produk atau jasa yang memiliki fasilitas publik. Persepsi adalah proses individu untuk mendapatkan, mengorganisasi, mengolah dan menginterpretasikan informasi. Informasi yang sama bisa dipersepsikan berbeda oleh individu berbeda.<sup>3</sup> Keluarga merupakan lingkungan yang paling dekat dengan konsumen. Keluarga adalah lingkungan dimana sebagian besar konsumen tinggal dan berinteraksi dengan anggota-anggota keluarga lainnya. Motivasi adalah kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi untuk tujuan organisasi yang dikondisikan oleh kemampuan upaya itu untuk memenuhi beberapa kebutuhan individual.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen.*, (Yogyakarta: CV Andi Offset. 2013) 41-42.

<sup>4</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen.*, (Yogyakarta: CV Andi Offset. 2013) 154.

*b. Situational Interest*

Situasional interests adalah aspek yang berumur lebih pendek. Minat situasional dipicu oleh sesuatu di lingkungan sekitar, seperti hal-hal yang baru, berbeda, tak terduga, atau secara khusus hidup sering menghasilkan minat situasional.<sup>5</sup> Minat itu sendiri memiliki sifat dan karakter khusus, yang akan dijelaskan dibawah ini yaitu sebagai berikut:

- 1) Minat bersifat pribadi (individual), ada perbedaan antara minat seseorang dan orang lain.
- 2) Minat menimbulkan efek deskriminatif
- 3) Erat hubungannya dengan motivasi, mempengaruhi, dan dipengaruhi motivasi.
- 4) Minat merupakan sesuatu yang dipelajari, bukan bawaan lahir dan dapat berubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman, dan mode.<sup>6</sup>

### **3. Faktor yang Mempengaruhi Timbulnya Minat**

Penting nya kepuasan untuk mendapatkan minat nasabah berkaitan dengan persaingan yang makin ketat, serta tingkat kerugian dan keuntungan perusahaan. Khusus alasan yang terakhir, keuntungan memang tidak selalu ditentukan dari faktor kepuasan nasabah, tetapi juga oleh kepercayaan dan kesetiaan nasabah terhadap suatu bentuk layanan dan

---

<sup>5</sup> Eva Latipah, *Psikologi Dasar*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017), h. 163.

<sup>6</sup> Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan.*, 63-64.



perusahaan. Beberapa faktor itu jelas saling mempengaruhi karena ditengahnya persaingan, kesetiaan nasabah menjadi hal yang sangat sulit dipertahankan.

Oleh karena itu, suatu perusahaan juga perlu mengutamakan kepuasan nasabah untuk menimbulkan minat nasabah dengan memberikan layanan transaksi yang relatif mudah dilakukan. Secara garis besar motivasi atau minat seseorang atau nasabah dalam mengambil keputusan dipengaruhi oleh faktor ekonomis dari produk layanan tersebut, selain itu juga ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen.

Ada 4 (empat) faktor yang mempengaruhi minat perilaku konsumen, meliputi faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikolog.<sup>7</sup>

a. Faktor Budaya

Budaya (*culture*) adalah penyebab paling mendasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Perilaku manusia dapat dipelajari secara luas. Ketika seorang anak tumbuh dalam suatu masyarakat, seorang anak mempelajari nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan, dan perilaku dari keluarga dan institusi penting lainnya. Seorang anak di Amerika Serikat normalnya mempelajari atau dihadapkan pada nilai-nilai berikut: cita-cita dan sukses, kegiatan dan keterlibatan, efisiensi dan

---

<sup>7</sup> Dian Karunia Ratri, “Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Pada Pelayanan Jasa Facial Dengan Bahan Alami Di House Of Annisa Kota Tuban”, e-Journal, Volume 04 Nomer 01 Tahun 2015, Edisi Yudisium Periode Februari 2015, 82.

praktis, kemajuan, kenyamanan materi, individualis, kebebasan, perikemanusiaan, kemudahan, dan kebugaran serta kesehatan.<sup>8</sup>

Budaya merupakan variabel yang mempengaruhi perilaku konsumen yang tercermin pada cara hidup, kebiasaan, dan tradisi dalam permintaan akan bermacam-macam barang dan jasa yang ditawarkan.<sup>9</sup>

b. Faktor Sosial

Selain faktor budaya, faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga, serta peran sosial dan status juga ikut mempengaruhi. Kelompok referensi (*reference group*) seseorang adalah semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut. Kelompok yang mempunyai pengaruh langsung disebut kelompok keanggotaan (*membership group*). Beberapa dari kelompok ini merupakan kelompok primer (*primary group*), dengan siapa seseorang berinteraksi dengan apa adanya secara terus menerus dan tidak resmi, seperti keluarga, teman, tetangga, dan rekan kerja. Masyarakat juga menjadi kelompok sekunder (*secondary group*), seperti agama, profesional, dan kelompok persatuan perdagangan, yang cenderung lebih resmi dan memerlukan interaksi yang kurang berkelanjutan.<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup> Phillip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi ke-8, Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2001), 197.

<sup>9</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017). 47.

<sup>10</sup> Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi ke-13, Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 170.

Kelompok referensi seseorang akan mempengaruhi minat, seperti kelompok referensi untuk ibu-ibu (kelompok pengajian, PKK, dan arisan), remaja (kelompok boy band, girl band, kelompok basket idola dan tim bola terkenal), dan bapak-bapak (kelompok pengajian, kelompok penggemar motor besar, kelompok penggemar bola, dan kelompok pecinta ikan, burung).<sup>11</sup> Dengan adanya kelompok referensi ini, konsumen akan lebih tahu mana yang mereka inginkan sesuai dengan kelompok yang mereka sukai.

Kelompok keluarga, kita dapat membedakan dua keluarga dalam kehidupan pembeli, yang pertama ialah: keluarga orientasi, yang merupakan orang tua seseorang. dari orang tualah seseorang mendapatkan pandangan tentang agama, politik, ekonomi, dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri dan cinta. Keluarga rekreasi, yaitu pasangan hidup anak-anak seseorang keluarga merupakan organisasi pembeli yang konsumen yang paling penting dalam suatu masyarakat yang telah diteliti secara intensif.<sup>12</sup>

#### c. Faktor Pribadi

Faktor pribadi memiliki beberapa karakteristik seperti umur pembeli dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri. Seseorang mengubah barang dan jasa yang mereka beli selama hidup mereka. Selera terhadap makanan, pakaian, meubel, dan rekreasi seringkali berhubungan

---

<sup>11</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen.*, (Yogyakarta: CV Andi Offset. 2013) 26

<sup>12</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Kencana 2010), 11.

dengan usia. Siklus hidup seseorang terbagi menjadi dua tahap. Pertama, siklus hidup keluarga tradisional meliputi orang-orang muda lajang, pasangan muda dengan anak, dan orang dewasa yang lebih tua tanpa anak yang tinggal dengannya. Kedua, siklus hidup non-tradisional seperti pasangan tidak menikah, pasangan yang menikah dalam usia lanjut, pasangan tanpa anak, orang tua tunggal, orang tua dengan anak dewasa yang pulang lagi ke rumah, dan lain-lain.<sup>13</sup>

Situasi ekonomi seseorang mempengaruhi pilihan produknya. Seseorang akan membeli suatu produk sesuai dengan keadaan keuangan yang mereka punya. Gaya hidup merupakan faktor dalam pribadia seseorang yang akan mempengaruhi minat. Gaya hidup (*lifestyle*) lebih menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana ia hidup, menggunakan uangnya, dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya. Gaya hidup seseorang biasanya tidak permanen dan cepat berubah.<sup>14</sup>

#### d. Faktor Psikologi

Faktor psikologi meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap. Motivasi merupakan dorongan yang muncul dari dalam diri atau dari luar diri (lingkungan) yang menjadi faktor penggerak ke arah tujuan yang ingin dicapai.<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> Phillip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 206-207.

<sup>14</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, 45.

<sup>15</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*. (Yogyakarta: CV Andi Offset. 2013), 155.

Dengan adanya motivasi ini, konsumen akan terdorong untuk memutuskan kearah yang dituju, guna memenuhi kebutuhan dan keinginan. Persepsi (*perception*) adalah proses di mana seseorang memilih, mengatur dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran yang berarti mengenai dunia. Seseorang dapat membentuk persepsi-persepsi yang berbeda mengenai rangsangan yang sama karena ada tiga macam proses penerimaan indera: perhatian selektif, distorsi selektif, dan retensi selektif. Perhatian selektif yaitu kecenderungan seseorang untuk menyaring sebagian besar informasi yang dihadapi. Distorsi selektif menguraikan kecenderungan orang untuk menginterpretasi informasi dengan cara yang akan mendukung apa yang telah mereka yakini. Retensi selektif yaitu seseorang yang cenderung mempertahankan informasi yang mendukung sikap dan kepercayaan mereka.

Pembelajaran (*learning*) menggambarkan perubahan perilaku individu yang muncul karena pengalaman. Para teoritikus pembelajaran mengatakan bahwa hampir semua perilaku manusia berasal dari belajar.<sup>16</sup>

#### **4. Cara Pembentukan Minat Pengguna**

Minat pada dasarnya dapat dibentuk dalam hubungannya dengan objek. Yang paling berperan dalam pembentukan minat selanjutnya dapat berasal dari orang lain, meskipun minat dapat dari dalam dirinya sendiri.

---

<sup>16</sup> Phillip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 214-218.

Adapun pembentukan minat dapat dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut:

- a. Memberikan informasi yang seluas-luasnya, baik keuntungan maupun kerugian yang ditimbulkan oleh objek yang dimaksud.
- b. Mendekatkan individu terhadap objek, dengan cara membawa individu kepada objek atau sebaliknya.
- c. Belajar dari pengalaman.

## **B. Mobile Banking**

### **1. Pengertian Mobile Banking**

*Mobile Banking* merupakan sebuah fasilitas dari bank dalam era modern ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan yang terdapat pada mobile banking meliputi pembayaran, transfer, history, dan lain sebagainya. Penggunaan layanan *Mobile Banking* pada telepon seluler memungkinkan para nasabah dapat lebih mudah untuk menjalankan aktivitas perbankannya tanpa batas ruang dan waktu. Dengan adanya layanan *Mobile Banking* diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi para nasabah dalam melakukan akses ke bank tanpa harus datang langsung ke bank.<sup>17</sup>

*Mobile Banking* merupakan salah satu hasil layanan bank yang banyak diminati oleh para nasabah karena layanan ini membuat nasabah

---

<sup>17</sup> Wahyu agus winarno, *Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi (Analysis Behavioral Intention to Uses of Mobile Banking Technology Acceptance Model (TAM) Approach Modified)*, e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, 2017, Volume IV (1) : 24-29

suatu bank mampu melakukan transaksi perbankan serta melihat informasi tentang rekeningnya dengan menggunakan handphone jenis apapun.<sup>18</sup>

*Mobile Banking* merupakan salah satu hasil pengembangan teknologi mobile yang digunakan dalam domain komersial. *Mobile Banking* ini mengkombinasikan teknologi informasi dan aplikasi bisnis secara bersama. Berkat *Mobile Banking*, nasabah dapat menggunakannya untuk mendapatkan layanan 24 jam sehari tanpa harus mendatangi kantor cabang bank untuk transaksi personal. *Mobile Banking* merupakan layanan relatif baru yang ditawarkan oleh perbankan terhadap pelanggannya dan karena kenyamanannya.

Nasabah sekarang menginginkan sesuatu yang lebih dari sekedar layanan perbankan. Nasabah menginginkan kenyamanan dan fleksibilitas pada produk dan jasa yang sesuai kebutuhan mereka serta mudah digunakan yang tidak bisa ditawarkan oleh perbankan tradisional.

## **2. Manfaat Mobile Banking**

*Mobile Banking* kini telah tersebar ke seluruh dunia, tak hanya dinikmati oleh Negara peluncur sistem *Mobile Banking* saja, seluruh dunia pun telah menikmati kemudahan akses perbankan yang ditawarkan bank melalui *Mobile Banking* dimana saja melalui perangkat mobile seperti Handphone. Dengan adanya *Mobile Banking*, pihak bank berusaha mempermudah akses para nasabahnya dalam melakukan transaksi perbankan. Para nasabah bank tidak perlu lagi pergi ke ATM untuk

---

<sup>18</sup> Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011). 130

melakukan transaksi, cukup dengan menggunakan telepon seluler. Hampir semua bank di Indonesia telah menyediakan fasilitas Mobile Banking, baik berupa SIM toolkit (Menu Layanan Data) maupun SMS plain (SMS Manual) yang biasa dikenal dengan SMS Banking. Namun SMS Banking hanya menyediakan untuk melakukan transaksi keuangan dan permintaan informasi keuangan seperti cek saldo, mutasi rekening dan sebagainya.

Keunggulan *Mobile Banking* adalah dapat diakses oleh seluruh pengguna telepon seluler. Dengan luasnya jangkauan signal GSM (*Global for Mobile Communication*), layanan *Mobile Banking* tentu sangat memanjakan para nasabahnya.

Kemanfaatan penggunaan *Mobile Banking* bagi nasabah meliputi membuat pekerjaan lebih mudah, menambah produktivitas, mempertinggi efektivitas, dan mengembangkan kinerja pekerjaan. Kemanfaatan yang meningkatkan kinerja akan berdampak terhadap penggunaan teknologi.

### **3. Dampak Penggunaan Mobile Banking**

Secara khusus penggunaan *Mobile Banking* berdampak positif bagi bank, nasabah dan operator telepon seluler. Dampaknya adalah:

#### **a. Bank**

Dampak yang diberikan *Mobile Banking* bagi bank adalah memberikan keuntungan bagi bank dimana bank mendapatkan lebih banyak lagi nasabah dan mendapatkan kepercayaan dari nasabah.



b. Nasabah

Untuk nasabah sendiri, mereka mendapatkan pelayanan yang lebih dari bank karena dengan adanya *Mobile Banking* akan semakin mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi perbankan.

c. Operator Seluler

Untuk operator seluler mendapatkan konsumen yang aktif dalam penggunaan ponselnya yaitu menggunakan *Mobile Banking* akan memakan pulsa dan konsumen akan membeli lagi pulsa untuk melakukan transaksi *Mobile Banking*

## C. Generasi Millenials

### 1. Pengertian Generasi Millenials

Generasi *millennials* adalah pengadopsi awal teknologi produk dan layanan baru, Karena itu mereka dianggap cenderung lebih akan menggunakan *mobile* di masa depan daripada generasi lainnya.

Generasi *millennials* sebagai pengguna aktif perangkat teknologi *mobile*, konsumen generasi ini dipandang menguntungkan bagi pertumbuhan pasar dari perusahaan-perusahaan yang menawarkan produk berteknologi tinggi dan berjasa lainnya seperti layanan perbankan. <sup>19</sup>

Generasi milenial (*Millennial Generation*) adalah generasi yang lahir dalam rentang waktu awal tahun 1980 hingga tahun 2000. Mereka

---

<sup>19</sup> Kumar A and Lim, *Age Difference in Mobile Service Perception Comparison of Generation Y and Baby Boomers*, (Journal of Service Marketing, Vol. 22 No. 7, 568), dinduh tanggal 02 maret 2021.

disebut generasi milenial karena merekalah generasi yang hidup di pergantian milenium. Secara bersamaan di era ini teknologi digital mulai merasuk ke segala sendi kehidupan. Generasi ini banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti email, SMS, *instant messaging* dan media sosial seperti facebook, twitter, IG dan lain-lain, sehingga dengan kata lain generasi millenials adalah generasi yang tumbuh pada era internet booming.

Berdasarkan definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa generasi milenial adalah generasi yang lahir diantara tahun 1980-2000 saat terjadi kemajuan teknologi yang pesat. Jika dilihat dari kelompok umur, generasi milenial merupakan generasi yang saat ini berusia dikisaran 15–34 tahun.

## **2. Karakteristik Generasi Millenials**

Ada beberapa macam karakteristik dari generasi milenial yaitu:

- a. Milenial lebih memilih ponsel dibanding T V
- b. Milenial wajib punya media sosial
- c. Milenial kurang suka membaca secara konvensional
- d. Milenial cenderung tidak loyal namun bekerja efektif
- e. Milenial lebih tahu teknologi dibanding orang tua mereka
- f. Milenial memanfaatkan teknologi dan informasi
- g. milenial cenderung lebih malas dan konsumtif, dan lain-lain.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Syarif Hidayatullah, *Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food*, Jurnal (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang, Vol.6 No. 2, 2018), diunduh tanggal 28 April 2020

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Sifat Penelitian

##### 1. Jenis Penelitian

Penelitian dengan judul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Millenials Dalam Menggunakan Mobile Banking Pada Mahasiswa IAIN Metro ini dilakukan menggunakan jenis penelitian *field research* dilingkungan mahasiswa IAIN Metro yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengangkat data yang ada dilapangan.<sup>1</sup>

##### 2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian yang akan dilakukan adalah deskriptif dengan menggunakan paradigma penelitian kualitatif. Penelitian deskriptif adalah metode dalam penelitian status kelompok manusia, objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.<sup>2</sup> Penelitian kualitatif yang dimaksudkan peneliti yaitu untuk mengungkapkan gejala melalui pengumpulan data.

Penelitian kualitatif disusun dalam bentuk narasi yang bersifat kreatif dan mendalam serta menunjukkan ciri-ciri naturalistik yang penuh keotentikan.

Penelitian deskriptif dengan menggunakan paradigma penelitian kualitatif ini digunakan untuk menggambarkan suatu fakta dengan cara

---

<sup>1</sup> Suharismi Arikunto, *Dasar-Dasar Research*, (Bandung: Tarsoto,1995), hal 58.

<sup>2</sup> Boedi Abdullah dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah)*, cet. 1 (Bandung: Pustaka Setia, 2014), 40.

peneliti bertanya kepada mahasiswa IAIN Metro, kemudian mendeskripsikan persepsi mahasiswa IAIN Metro terhadap pengaruh minat dalam menggunakan *Mobile Banking*.

## **B. Sumber Data**

### **1. Sumber Data Primer**

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.<sup>3</sup> Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *snowball sampling* karena memperhatikan pertimbangan tertentu yang kemungkinan akan dihadapi pada saat penelitian. Pertimbangan tersebut misalnya data yang didapatkan kurang memenuhi kapasitas. Teknik *snowball sampling* yaitu teknik pengambilan sumber data yang pada awalnya jumlahnya sedikit kemudian menjadi membesar, hal ini dikarenakan sumber data yang sedikit tersebut belum mampu memberikan data yang memuaskan, maka mencari informan lain yang digunakan sebagai sumber data.<sup>4</sup> Pada sumber data primer ini peneliti mengambil 14 narasumber pada mahasiswa aktif IAIN Metro.

### **2. Sumber Data Sekunder**

Sumber data sekunder adalah sumber data yang sudah tersedia sehingga tinggal mencari dan mengumpulkannya, data sekunder dapat diperoleh dengan lebih mudah dan cepat karena sudah tersedia.<sup>5</sup> Sumber sekunder adalah sumber penunjang. Sumber data sekunder merupakan data

---

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2016), 223

<sup>4</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: ALFABETA, 2017), 218-219.

<sup>5</sup> Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal* (Jakarta: Bumi Aksara, 1997),

yang mencakup dokumen-dokumen, buku-buku, majalah ilmiah, hasil penelitian yang berwujud laporan, buku harian, koran, makalah, artikel dari internet, dan lain-lain.<sup>6</sup>

Berikut beberapa buku yang dijadikan sebagai sumber data sekunder yaitu buku dari Akhamd Mujahidin berjudul Hukum Perbankan Syariah, Kasmir berjudul Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya, dan lain-lain. Adapun beberapa jurnal dan yang dijadikan sebagai sumber data sekunder.

### C. Teknik Pengumpulan Data

#### 1. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu data tertentu.<sup>7</sup>

Bentuk wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semiterstruktur (*Semistruktur Interview*). Wawancara semiterstruktur termasuk dalam kategori in-dept interview, di mana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Moh. Kasiram, *Metodelogi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif* (Malang:UIN Malik Pers, 2010), 178.

<sup>7</sup> Boedi Abdullah dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian.*, 207.

<sup>8</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian.*, 387.

Narasumber yang peneliti wawancara merupakan mahasiswa IAIN Metro yang menggunakan *Mobile Banking* pada bank konvensional dan bank syariah.

## 2. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode wawancara dalam penelitian kualitatif.<sup>9</sup>

Data dari dokumentasi bermanfaat bagi peneliti sebagai penunjang informasi dalam penelitian. Dokumen yang diperlukan dalam penelitian ini berupa bahan informasi yang berupa profil dari tempat penelitian mahasiswa IAIN Metro.

## D. Teknik Analisa Data

Setelah data-data yang dibutuhkan berkumpul, selanjutnya dilakukan proses analisis data, yang dalam hal ini peneliti menggunakan metode analisis data kualitatif, Bogdan dan Biklen dalam Lexy J. Moleong menjelaskan

---

<sup>9</sup> *Ibid.*, 396.

bahwa analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesis, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Proses analisis data kualitatif menurut Seiddel dalam Lexy J. Moleong yaitu:<sup>10</sup>

1. Mencatat yang menghasilkan catatan lapangan, dengan hal itu diberi kode agar sumber datanya tetap bisa ditelusuri.
2. Mengumpulkan, memilah-milah, mengklasifikasikan, mensintesis, membuat ikhtisar, dan membuat indeksinya.
3. Berpikir, dengan jalan membuat agar kategori data itu mempunyai makna, mencari dan menemukan pola dan hubungan-hubungan, dan membuat temuan-temuan umum.

Analisis data kualitatif bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan menjadi hipotesis. Bila berdasarkan data yang dikumpulkan diterima, maka hipotesis tersebut berkembang menjadi teori.<sup>11</sup>

Berdasarkan keterangan di atas, bahwa proses analisis data kualitatif yaitu dengan cara peneliti mencatat persepsi mahasiswa terhadap minat penggunaan *Mobile Banking* perbankan syariah di IAIN Metro. Data yang

---

<sup>10</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), 248.

<sup>11</sup> Boedi Abdullah dan Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah)*, (Bandung : CV Pustaka Setia, 2014), 221.

sudah ditemukan oleh peneliti saat wawancara kemudian di cari makna dan hubungannya dengan persepsi mahasiswa terhadap pengaruh minat dalam menggunakan *Mobile Banking*.



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Tentang IAIN Metro

##### 1. Sejarah Kampus IAIN Metro

Pada kisaran tahun 1691-1997 cikal bakal berdirinya IAIN Metro tidak terlepas dari sejarah berdirinya IAIN Raden Intan di Bandar Lampung. Sejak 1997 dibuka jurusan baru yakni Jurusan Syari'ah yang saat itu hanya satu prodi yaitu Ahwalusy Syakhsiyyah. Baru pada tahun 1999. Masa ini dikenal dengan istilah *passing out* karena sejak tahun 1997 STAIN Metro sudah tidak berada di bawah IAIN Raden Intan lagi. STAIN memiliki tiga jurusan, yaitu Tarbiyah, Syariah, dan Ekonomi Islam yang terdiri dari program studi Pendidikan Agama Islam (PAI), Pendidikan Bahasa Arab (PBA), Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI), Ahwalus Syahsiyah/Hukum Islam, Ekonomi Syariah, dan Diploma Tiga (D-3) Perbankan Syariah. STAIN juga mulai membuka program Pascasarjana (S-2) untuk jurusan Ilmu Pendidikan Islam dan Hukum Islam.<sup>1</sup>

Tahun 2016 adalah tahun peralihan STAIN menjadi IAIN. Perubahan status ini tertuang dalam Peraturan Presiden No.71 tanggal 1 Agustus 2016, Menurut Perpres tersebut, pendirian IAIN Metro merupakan perubahan bentuk dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro.

---

<sup>1</sup> metrouniv.ac.id - Profil IAIN Metro diunduh pada 17 Juli 2021

## 2. Visi dan Misi IAIN Metro

### a. Visi :

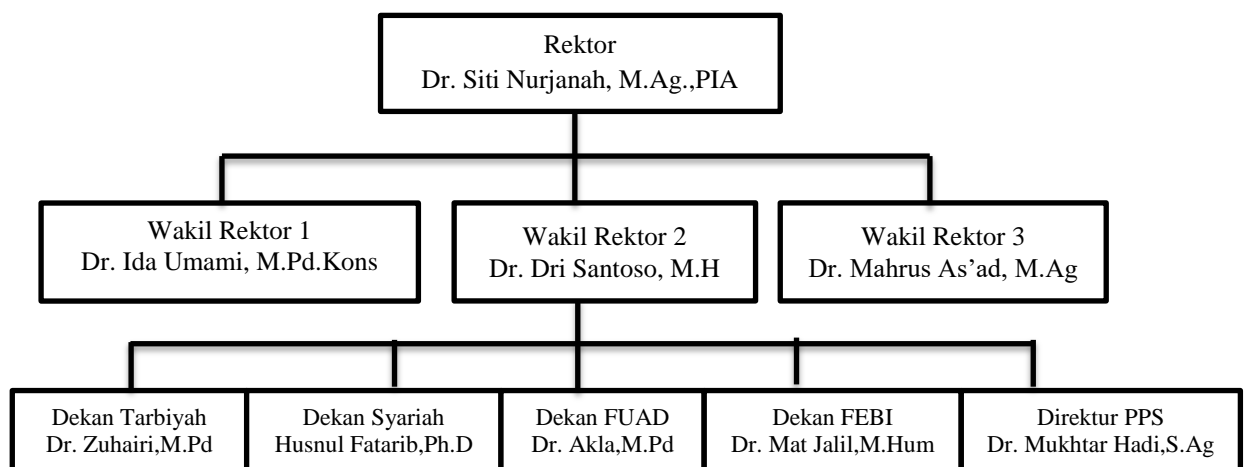
“Menjadi Perguruan Tinggi Keagamaan Islam yang unggul dalam sinergi *socio-eco-techno-preneurship* berlandaskan nilai-nilai keislaman dan keindonesiaan.”

### b. Misi :

- 1) Membentuk sarjana yang memiliki pengetahuan keislaman dalam pelaksanaan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat; dan
- 2) Mengembangkan nilai-nilai keislaman dalam pelaksanaan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat; dan
- 3) Melaksanakan sistem tata kelola manajemen kelembagaan yang berkualitas.<sup>2</sup>

## 3. Struktur Organisasi IAIN Metro

**Gambar 1.1 Struktur Organisasi IAIN Metro**



<sup>2</sup> [metrouniv.ac.id](http://metrouniv.ac.id) - Profil IAIN Metro diunduh pada 17 Juli 2021

#### 4. Profil Mahasiswa IAIN Metro

IAIN saat ini memiliki 4 Fakultas yaitu Fakultas Tarbiyah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dan Fakultas Syariah. Dalam setiap Fakultas terdapat mahasiswa ataupun mahasiswi yang memiliki karakteristik yang berbeda, seperti *fashion*, tingkat perekonomiannya, dan lain sebagainya. Contohnya, pada mahasiswa Tarbiyah yang dimana memiliki ciri khas seperti keguruan karena memang Fakultas Tarbiyah identik dengan kependidikan. Pada mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi identik dengan mahasiswa yang memiliki ciri khas komunikasi yang baik selain itu juga dapat memainkan media sosial yang dikemas semenarik mungkin yang sesuai dengan karakter generasi *millenials*. Mahasiswa FEBI yang dimana memiliki ciri khas yang *fashionable* dan memiliki komunikasi yang baik, lalu mahasiswa Fakultas Syariah yang mahasiswanya memiliki jiwa yang kritis karena Fakultas Syariah identik dengan ilmu hukum. Mahasiswa dan mahasiswi tersebut juga dapat dikatakan sebagai generasi *millenials* karena generasi *millenials* itu berawal dari kelahiran 1980-an hingga 2000-an, yang dimana dapat dianggap sebagai pengguna aktif perangkat teknologi ataupun sosial media, karena konsumen pada generasi ini dapat menguntungkan bagi pertumbuhan pasar dari perusahaan-perusahaan yang menawarkan produk berteknologi tinggi

dan berjasa lainnya seperti contohnya menggunakan layanan *mobile banking*.

**Tabel 1.2 Data Narasumber Mahasiswa IAIN Metro**

**Data narasumber mahasiswa S1 IAIN Metro**

NO	NAMA	ANGKATAN	JURUSAN	FAKULTAS
1	Bella	2017	S1 PBS	FEBI
2	Dilla	2017	S1 PBS	FEBI
3	Indri	2017	TBI	Tarbiyah
4	Merry	2018	S1 PBS	FEBI
5	Fadil	2017	Tadris Biologi	Tarbiyah
6	Okta	2018	S1 PBS	FEBI
7	Mia	2017	PGMI	Tarbiyah
8	Retno	2017	S1 PBS	FEBI
9	Anisa	2017	Hukum Keluarga Islam (AS)	Syariah
10	Zelin	2017	KPI	FUAD
11	Dicky	2018	KPI	FUAD
12	Yosi	2017	Tadris Biologi	Tarbiyah

**Data narasumber mahasiswa pascasarjana IAIN Metro**

NO	NAMA	ANGKATAN	JURUSAN	FAKULTAS
1	Erika	2019	Ekonomi Syariah	Syariah
2	Ghofur	2019	Hukum Keluarga Islam (AS)	Syariah

## B. Minat Mahasiswa IAIN Metro Dalam Menggunakan Mobile Banking

*Mobile Banking* merupakan layanan yang disediakan oleh pihak perbankan guna mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi keuangan. Layanan ini biasanya digunakan oleh kalangan anak muda terutama mahasiswa.

Minat terbagi menjadi dua jenis yaitu minat personal dan minat situasional. Hasil wawancara terhadap mahasiswa IAIN Metro terkait jenis minatnya dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

### 1. Minat Personal

*Personal interests* atau individual interest yaitu aspek yang lebih *enduring* (tahan lama) pada diri seseorang. *Personal interest* (persepsi, keluarga, motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, sikap, pembelajaran, kelompok usia, dan gaya hidup) kerap memainkan peranan penting dalam pengambilan keputusan konsumen, khususnya bila ada keterlibatan yang tinggi dan risiko yang dirasakan atas produk atau jasa yang memiliki fasilitas publik.<sup>3</sup>

Hasil wawancara dari 14 narasumber ada 12 narasumber yang termasuk dalam minat personal. Hal ini disesuaikan dengan hasil wawancara terhadap ke 12 narasumber.

Narasumber Bella dan Dilla, menggunakan layanan *mobile banking* karena rekomendasi dari *customer service*. Narasumber Bella menggunakan *mobile banking* kurang lebih selama 1 tahun hingga saat

---

<sup>3</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsume*. (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013) 41.

ini. Sedangkan narasumber Dila menggunakan *mobile banking* kurang lebih selama 6 bulan hingga saat ini. Narasumber ketika membuka rekening ditawarkan oleh *customer service* untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Setelah mendapatkan penjelasan dari *customer service* tentang fitur-fitur apa saja yang ada pada *mobile banking*, narasumber setuju untuk menggunakan *mobile banking* karena sesuai kebutuhan narasumber dan memudahkan narasumber. Hal ini termasuk kedalam minat personal, karena narasumber mempunyai persepsi sendiri terhadap apa yang sudah dijelaskan oleh *customer service*, sehingga narasumber memutuskan untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Narasumber merasakan manfaat yang dirasakan dengan menggunakan *mobile banking* yaitu lebih efisien dan efektif dalam melakukan transaksi seperti transfer antar bank, cek saldo seta untuk kegiatan payment dan lainnya. Narasumber Bella hampir setiap bulan sekali bahkan bisa lebih menggunakan *mobile banking* karena narasumber juga mempunyai *online shop*. Sedangkan narasumber Dila juga sering menggunakan *mobile banking* ketika berbelanja *online* ataupun mengisi saldo shoope. Penjelasan dari *customer service* tentang fitur-fitur layanan yang ada dalam *mobile banking* membuat narasumber memiliki persepsi akan layanan *mobile banking*.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Wawancara dengan Bella dan Dilla, S1 PBS, FEBI, 2017, pada tanggal 23 Juli 2021

Wawancara kepada narasumber Indri, awal mula menggunakan layanan *mobile banking* tersebut karena saran dari orang tua yang bersangkutan. Narasumber menggunakan layanan *mobile banking* kurang lebih selama 3 tahun dan masih digunakan hingga saat ini. Dari sini dapat terlihat bahwa minat personal yang dipengaruhi oleh keluarga yaitu orang tua narasumber dan cukup lamanya narasumber menggunakan layanan *mobile banking*. Narasumber juga merasakan manfaat dari penggunaan layanan *mobile banking* tersebut yaitu lebih mudah dalam melakukan transfer dan mengecek bukti transfer, lebih mudah dalam membeli pulsa dan token listrik. Selain itu juga narasumber merasakan manfaat dalam menggunakan *mobile banking* ini karena mendapatkan kenyamanan serta keamanan yang diberikan oleh Bank pada layanan *mobile banking*.<sup>5</sup>

Wawancara selanjutnya yaitu kepada narasumber Mia dan Anisa. Narasumber Mia menggunakan layanan *mobile banking* kurang lebih sekitar 1 tahun dan hingga saat ini masih digunakan.<sup>6</sup> Sedangkan narasumber Anisa menggunakan layanan *mobile banking* selama 1 tahun juga dan hingga saat ini.<sup>7</sup> Awal mula kedua narasumber ini menggunakan layanan *mobile banking* karena suka berbelanja *online*. Suka berbelanja *online* ini merupakan gaya hidup yang dimiliki narasumber, dengan berbelanja *online* narasumber tidak perlu jauh-

---

<sup>5</sup> Wawancara dengan Indri, TBI, Tarbiyah, 2017, pada tanggal 27 Juli 2021

<sup>6</sup> Wawancara dengan Mia, PGMI, Tarbiyah, 2017, pada tanggal 30 Agustus 2021

<sup>7</sup> Wawancara dengan Anisa, Hukum Keluarga Islam, Syariah, 2017, pada tanggal 30

jauh datang ke toko untuk membeli suatu barang apalagi ditambah dengan adanya masalah pandemi covid19 ini. Dengan layanan *mobile banking*, narasumber tidak perlu pergi keluar rumah untuk melakukan transfer saat berbelanja *online*. Narasumber ini, termasuk kedalam minat personal karena gaya hidup narasumber.

Wawancara selanjutnya yaitu kepada narasumber Erika, Ghofur dan Fadil. Narasumber Erika menggunakan layanan *mobile banking* kurang lebih sekitar 3 tahun dan hingga saat ini masih digunakan. Sedangkan narasumber Ghofur dan Fadil menggunakan layanan *mobile banking* selama 2 tahun dan hingga saat ini. Dari ketiga narasumber tersebut mereka menggunakan *mobile banking* yaitu karena adanya faktor pekerjaan. Narasumber Erika harus menggunakan *mobile banking* karena narasumber tersebut kerja di suatu Bank yang dimana narasumber tersebut harus memiliki layanan *mobile banking*, selain itu narasumber tidak hanya karena faktor pekerjaan namun juga untuk melakukan transfer dan untuk berbelanja online.<sup>8</sup> Narasumber Fadil menggunakan *mobile banking* karena narasumber tersebut kerja di suatu Instansi Pemerintahan yang dimana *mobile banking* tersebut digunakan untuk melihat atau mengecek gaji nya.<sup>9</sup> Sedangkan narasumber Ghofur menggunakan *mobile banking* karena memiliki suatu usaha pribadi dimana dalam sistem pembayarannya itu melalui

---

<sup>8</sup> Wawancara dengan Erika, S2 Ekonomi Syariah, S2 Syariah, 2019, pada tanggal 5 September 2021

<sup>9</sup> Wawancara dengan Fadil, Tadris Biologi, Tarbiyah, 2017, pada tanggal 5 September 2021



transfer.<sup>10</sup> Jadi narasumber tersebut menggunakan *mobile banking* karena untuk melihat dan juga mengecek bukti transferan dari konsumennya, karena menurutnya adanya *mobile banking* ini sangat membantu sekali untuk mengecek bukti transfer tersebut tanpa harus datang ke Bank ataupun ATM. Narasumber ini, termasuk kedalam minat personal karena gaya hidup narasumber yang sudah memiliki pekerjaan.

Wawancara terhadap narasumber Okta, Merry, Retno dan Dicky. Narasumber Dicky menggunakan layanan *mobile banking* kurang lebih sudah 1,5 tahun sampai saat ini.<sup>11</sup> Narasumber Okta menggunakan layanan *mobile banking* baru 3 bulan hingga saat ini. Narasumber Merry menggunakan layanan *mobile banking* kurang lebih sudah 4 bulan hingga saat ini.<sup>12</sup> Narasumber Retno menggunakan layanan *mobile banking* kurang lebih sudah 1 tahun sampai saat ini.<sup>13</sup> Keempat narasumber tersebut menggunakan layanan *mobile banking* karena narasumber mengetahui kemudahan yang didapatkan dengan menggunakan layanan tersebut. Dengan layanan *mobile banking*, narasumber menggunakannya untuk transfer, cek saldo, tarik tunai, isi Shopeepay dan lainnya. Narasumber termasuk kedalam minat personal karena pengetahuan narasumber yang mengetahui kemudahan dari

---

<sup>10</sup> Wawancara dengan Ghofur, S2 Hukum Keluarga Islam, S2 Syariah, 2019, pada tanggal 5 September 2021

<sup>11</sup> Wawancara dengan Dicky, KPI, FUAD, 2018, pada tanggal 5 September 2021

<sup>12</sup> Wawancara dengan Mery dan Okta, S1 PBS, FEBI, 2018, pada tanggal 31 Agustus 2021

<sup>13</sup> Wawancara dengan Retno, S1 PBS, FEBI, 2017, pada tanggal 31 Agustus 2021

layanan *mobile banking*. Dengan merasakan kemudahan yang narasumber rasakan, maka penggunaan layanan *mobile banking* akan bertahan lama.

Berdasarkan hasil pemaparan diatas, minat personal mahasiswa IAIN Metro dipengaruhi oleh:

- a. Persepsi
- b. Keluarga
- c. Gaya Hidup
- d. Pengetahuan

## 2. Minat Situasional

Minat Situasional yaitu aspek yang berumur lebih pendek. Minat situasional dipicu oleh sesuatu di lingkungan sekitar, seperti hal-hal yang baru, berbeda, tak terduga, atau secara khusus hidup sering menghasilkan minat situasional.<sup>14</sup>

Hasil wawancara dari 14 narasumber ada 2 narasumber yang termasuk dalam minat situasional. Hal ini disesuaikan dengan hasil wawancara terhadap ke 2 narasumber.

Wawancara selanjutnya terhadap narasumber Zelin, alasan narasumber menggunakan layanan *mobile banking* karena narasumber memiliki usaha *online shop*.<sup>15</sup> Narasumber menggunakan layanan *mobile banking* kurang lebih sudah 1 tahun lebih. Narasumber menggunakan layanan *mobile banking* untuk memudahkannya dalam

---

<sup>14</sup>Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2011). 63-64.

<sup>15</sup>Wawancara dengan Zelin, KPI, FUAD, 2017, pada tanggal 28 Agustus 2021

melakukan transfer dan pengecekan saldo masuk dalam transaksi *online shop* yang narasumber punya, hal ini termasuk kedalam minat situasional karena keadaan narasumber yang mengharuskan menggunakan layanan *mobile banking*. Minat situasional juga tidak bertahan lama, narasumber Zelin sudah sangat jarang sekali tidak menggunakan layanan *mobile banking* karena usaha *online shop* yang dimilikinya sudah tidak berjalan, karena pada awalnya menggunakan layanan *mobile banking* karena usaha yang dimiliki.<sup>16</sup>

Wawancara yang terakhir terhadap narasumber Yosi, alasan narasumber menggunakan *mobile banking* karena rekomendasi dari *customer service*. Narasumber menggunakan layanan *mobile banking* kurang lebih 6 bulan, tetapi layanan *mobile banking* yang narasumber gunakan sekarang sudah tidak digunakan lagi, karena menurutnya adanya layanan *mobile banking* hanya membuat dirinya menjadi boros atau konsumtif karena narasumber susah menahan untuk berbelanja *online*.. Narasumber menganggap *mobile banking* adalah hal baru bagi narasumber, ketika narasumber sudah merasakan manfaat *mobile banking*, selanjutnya narasumber lebih memilih tidak menggunakan layanan *mobile banking* lagi. Hal ini merupakan minat situasional karena persepsi narasumber terhadap layanan *mobile banking* yang narasumber rasakan.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Wawancara dengan Zelin, KPI, FUAD, 2017 pada tanggal 28 Agustus 2021

<sup>17</sup> Wawancara dengan Yosi, Tadris Biologi, Tarbiyah, 2017, pada tanggal 28 Agustus

Analisis dari hasil wawancara diatas tentang persepsi minat menggunakan *mobile banking* yaitu persepsi kemudahan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang bukan untuk mempersulit para penggunanya, tetapi justru memudahkan seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya atau hal yang diinginkan. Kemudahan dalam menggunakan *mobile banking* ini yang mendorong nasabah untuk menggunakan jasa layanan *mobile banking*. Pengguna *mobile banking* sangatlah mempermudah dan memberikan keleluasaan dalam kegiatan transaksi keuangan semisal nya untuk mengecek informasi saldo tabungan, transaksi pembelian, transaksi transfer uang antar bank atau lain bank hingga layanan lainnya dalam satu sentuhan dilayar telepon seluler tanpa harus menghabiskan waktu untuk pergi ke ATM atau ke Bank. Namun disisi lain juga narasumber yang suka menggunakan *mobile banking* karena kemudahan dan kecepatan yang didapatkan justru membuat dirinya menjadi pribadi yang konsumtif, karena narasumber tersebut sulit mengontrol dirinya untuk tidak terus menerus melakukan berbelanja *online*.

### **C. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa IAIN Metro Dalam Menggunakan Mobile Banking.**

Hasil dari penelitian ini, dapat diketahui bahwa minat mahasiswa terhadap penggunaan layanan *mobile banking* sudah cukup tinggi. Dan sudah banyak mahasiswa IAIN Metro yang menggunakan layanan *mobile banking* tersebut. Dari 14 mahasiswa yang menjadi narasumber dan yang

menggunakan layanan tersebut, mereka merasakan manfaat yang mereka dapatkan dari layanan *mobile banking* tersebut.

Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam menggunakan layanan *mobile banking* adalah sebagai berikut:<sup>18</sup>

#### 1. Faktor sosial

Faktor sosial dipengaruhi oleh kelompok referensi, keluarga, serta peran sosial dan status. Dalam hasil wawancara terhadap Indri, narasumber menggunakan layanan *mobile banking* karena pengaruh dari keluarganya yaitu orang tua Indri sendiri. Orang tua Indri menyarankan agar menggunakan *mobile banking* untuk transaksi top up. Alhasil narasumber saat ini menggunakan layanan *mobile banking*. Dari hasil wawancara terhadap narasumber, dapat diketahui bahwa narasumber Indri menggunakan layanan *mobile banking* tersebut karena faktor sosial yaitu atas dasar saran dari keluarga narasumber guna mempermudah dan mempercepat transaksi.<sup>19</sup>

#### 2. Faktor pribadi

Faktor pribadi dipengaruhi oleh umur pembeli dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri.

Faktor pribadi mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Ada enam narasumber yaitu

---

<sup>18</sup> Dian Karunia Ratri, “Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Pada Pelayanan Jasa Facial Dengan Bahan Alami Di House Of Annisa Kota Tuban”, e-Journal, Volume 04 Nomer 01 Tahun 2015, Edisi Yudisium Periode Februari 2015, 82.

<sup>19</sup> Wawancara dengan Indri, TBI, Tarbiyah, 2017, pada tanggal 27 Juli 2021

Mia, Anisa, Zelin, Erika, Ghafur, dan Fadil. Hasil wawancara terhadap narasumber Erika, Ghafur dan Fadil yaitu, narasumber tersebut menggunakan layanan *mobile banking* karena faktor pekerjaan yang dia miliki yaitu usaha pribadi dan juga karyawan disebuah Instansi Pemerintahan dan Bank.<sup>20</sup> Pada narasumber Zelin menggunakan layanan *mobile banking* karena faktor pekerjaan yang dia miliki juga yaitu *online shop*. Karena narasumber menggunakan layanan *mobile banking* untuk usaha atau pekerjaan, maka faktor tersebutlah yang termasuk kedalam faktor pribadi. Sehingga narasumber termasuk kedalam faktor pribadi karena menggunakan layanan tersebut atas usaha atau pekerjaan yang dimiliki.<sup>21</sup> Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara terhadap narasumber Mia dan Anisa, dimana narasumber menggunakan layanan *mobile banking* tersebut karena kegemarannya berbelanja *online*. Narasumber menggunakan layanan tersebut termasuk kedalam gaya hidup yang narasumber jalani. Sehingga narasumber Mia dan Anisa masuk kedalam faktor pribadi karena menggunakan layanan *mobile banking* mengikuti gaya hidup.

Hasil wawancara terhadap narasumber diatas dapat di simpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi narasumber masuk kedalam faktor pribadi yaitu pekerjaan dan gaya hidup yang mempengaruhi minat mereka dalam menggunakan layanan *mobile banking*, karena mereka

---

<sup>20</sup> Wawancara dengan Erika (S2 Ekonomi Syariah, S2 Syariah, 2019), Ghofur (S2 Hukum Keluarga Islam, S2 Syariah, 2019), dan Fadil (Tadris Biologi, Tarbiyah, 2017), pada tanggal 5 September 2021

<sup>21</sup> Wawancara dengan Zelin, KPI, FUAD, 2017, pada tanggal 28 Agustus 2021

merasakan kemudahan serta keamanan dalam melakukan transaksi tersebut.

### 3. Faktor psikologi

Faktor psikologi meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap. Motivasi merupakan dorongan yang muncul dari dalam diri atau dari luar diri (lingkungan) yang menjadi faktor penggerak ke arah tujuan yang ingin dicapai.<sup>22</sup>

Ada tujuh narasumber yang termasuk ke dalam faktor psikologi yaitu Bella, Dila, Mery, Okta, Retno, Yosi dan Dicky. Narasumber Yosi menggunakan layanan *mobile banking* dipengaruhi oleh faktor psikologi yaitu motivasi dan juga dorongan dari *customer service*. Narasumber mendapatkan dorongan yang mengharuskan Yosi menggunakan layanan tersebut agar apa yang menjadi tujuannya tercapai.<sup>23</sup>

Sesuai dengan wawancara terhadap narasumber Bella dan Dilla, mereka menggunakan layanan *mobile banking* karena rekomendasi dari *customer service* bank yang bersangkutan. Rekomendasi dari *customer service* termasuk kedalam faktor psikologis yaitu persepsi, dimana narasumber memiliki persepsi positif terhadap rekomendasi

---

<sup>22</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsume*. (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013) 155

<sup>23</sup> Wawancara dengan Yosi, (Tadris Biologi, Tarbiyah, 2017), pada tanggal 28 Agustus 2021

dari *customer service*, sehingga narasumber Bella dan Dilla termasuk kedalam faktor psikologis karena adanya persepsi.<sup>24</sup>

Hasil analisis dari hasil wawancara terhadap narasumber yaitu, rekomendasi dari *customer service* termasuk kedalam persepsi, karena dengan penjelasan dari *customer service* tentang produk *mobile banking*, narasumber mulai menyeleksi informasi yang diberikan oleh *customer service* dan mengikuti saran yang disampaikan, sehingga termasuk kedalam faktor psikologis.

Selanjutnya narasumber Mery, Okta, dan Retno menggunakan layanan *mobile banking* karena pengetahuan yang mereka miliki dalam proses pembelajaran. Selama narasumber kuliah mereka mengetahui tentang layanan-layanan yang disediakan oleh bank untuk mempermudah transaksi keuangan nasabah.<sup>25</sup> Selain itu narasumber Dicky juga menggunakan layanan *mobile banking* karena pengetahuan yang dia tau serta persepsi dia yang dia ketahui bahwa layanan yang disediakan oleh bank dapat mempermudah transaksi keuangan nasabah.<sup>26</sup>

Pembelajaran dan pengetahuan inilah yang menjadi salah satu faktor psikologi. Pembelajaran (*learning*) menggambarkan perubahan perilaku individu yang muncul karena pengalaman.

---

<sup>24</sup> Wawancara dengan Bella dan Dilla, , S1 PBS, FEBI, 2017, pada tanggal 23 Juli 2021

<sup>25</sup> Wawancara dengan Mery, Okta, (, S1 PBS, FEBI, 2018), dan Retno, (, S1 PBS, FEBI, 2017), pada tanggal 31 Agustus 2021

<sup>26</sup> Wawancara dengan Dicky, KPI, FUAD, 2018, pada tanggal 5 September 2021



Hasil analisis dari hasil wawancara terhadap narasumber tentang persepsi faktor-faktor yang mempengaruhi minat untuk menggunakan *mobile banking* yaitu adanya faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis yang dimana layanan *mobile banking* tersebut memberikan kemudahan yang mendorong nasabah untuk menggunakan jasa layanan *mobile banking*. Selain itu juga *mobile banking* memberikan keamanan bagi penggunanya. Keamanan bertransaksi membuat nasabah merasa yakin bahwa kerahasiaan data pribadi terjamin saat bertransaksi menggunakan layanan *mobile banking*. Keamanan data merupakan hal yang penting dalam hal menarik minat nasabah, agar para nasabah percaya bahwa bank tersebut menjaga dengan benar kerahasiaan para nasabahnya saat menggunakan layanan *mobile banking* karena layanan *mobile banking* telah dilengkapi dengan sistem pengamanan yang dirancang untuk lebih menjaga privasi pengguna *mobile banking*.

Selain memberikan kemudahan, kenyamanan serta keamanan, penggunaan *mobile banking* juga dapat menghemat waktu penggunanya. Karena pengguna *mobile banking* tidak perlu repot-repot menghabiskan waktunya untuk ke Bank atau harus ke ATM. Transaksi-transaksi tersebut dapat dilakukan dengan cepat dan dapat dilakukan dimanapun hanya dengan menggunakan telepon selulernya sehingga nasabah bisa menggunakan waktunya dengan efisien untuk melakukan kegiatannya yang lain. Dari penjabaran faktor-faktor yang

mempengaruhi minat menggunakan *mobile banking* dapat dilihat bahwa para nasabah termasuk narasumber begitu senang menggunakan layanan *mobile banking* tersebut karena begitu banyak manfaat dan kemudahan yang diberikan dalam layanan *mobile banking* ini..

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk menggunakan *mobile banking* adalah adanya faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi yang memberikan kemudahan dan manfaat dari layanan *mobile banking*, memberikan kenyamanan dan keamanan sehingga nasabah tidak ragu untuk menggunakan *mobile banking*. Dalam menggunakan *mobile banking* juga dapat menghemat waktu para penggunanya tanpa harus membuang-buang waktunya untuk antri di Bank terdekat atau ke counter ATM untuk melakukan transaksinya, layanan *mobile banking* merupakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, serta nasabah dapat memegang kendali secara leluasa dalam keputusan bertransaksinya hanya dengan menggunakan telepon seluler.

#### **B. Saran**

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan, peneliti memberikan saran kepada mahasiswa IAIN Metro yang belum menggunakan layanan *mobile banking* agar dapat menggunakan layanan *mobile banking*, terutama untuk para mahasiswa yang memiliki usaha online shop karena memudahkan dalam melakukan transaksi keuangan tanpa harus pergi ke Bank atau ATM.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman Al-Gunain , *Faktor-Faktor Mempengaruhi Keinginan Nasabah Untuk Menggunakan Teknologi Mobile Banking Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta*, Skripsi (UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2010), diunduh tanggal 18 juni 2020
- Adhitya Wardana, *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah*, Jurnal (Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom. Vol.10 no.2, 2015), diunduh tanggal 29 April 2020
- Boedi Abdullah dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah)*, cet. 1 (Bandung: Pustaka Setia, 2014), 40.
- Dian Karunia Ratri, “*Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Pada Pelayanan Jasa Facial Dengan Bahan Alami Di House Of Annisa Kota Tuban*”, e-Journal, Volume 04 Nomer 01Tahun 2015, Edisi Yudisium Periode Februari 2015, h. 82.
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen.*, h. 41-42.
- Ikbar Wibiadila, *Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking pada PT Bank Mandiri Syariah Cabang Solo*, Skripsi, (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2016). Hlm. 17
- Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 24
- Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2014), 12.
- Kumar A and Lim, *Age Difference in Mobile Service Percepcion Comperasion of Generation Y and Baby Boomers*, (Journal of Service Marketing, Vol. 22 No. 7, hal 568), dinduh tanggal 02 maret 2021.
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), 248.
- Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal* (Jakarta: Bumi Aksara, 1997),
- Moh. Kasiram, *Metodelogi Penelitian Kualitatif-Kuantitaif* (Malang:UIN Malik Pers, 2010), 178.
- QS. An-Najm [53]: 39-40

- SISMIK (Sistem Informasi Akademik), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung, November, 2020.
- Slameto, *Belajar dan Faktor-faktor yan Mempengaruhinya*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010). h. 18
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabet, 2016.
- Syaiful Bahri Djamarah, *Psikologi Belajar*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2008). h. 132
- Syarif Hidayatullah, *Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food*, Jurnal (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang, Vol.6 No. 2, 2018), diunduh tanggal 28 April 2020
- Wahyu agus winarno, *Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi (Analysis Behavioral Intention to Uses of Mobile Banking Technology Acceptance Model (TAM) Approach Modified)*, e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, 2017, Volume IV (1) : 24-29
- Zulkifli, *Metodologi Penelitian Suatu Pengantar*, ( Sungailiat Banka: Shiddiq Press, 2007), hal 60.
- Zulia Nawafila, *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Internet Banking (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri D.I.Yogyakarta)*, Skripsi (Fakultas Agama Islam Program Studi Ekonomi Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2015), diunduh tanggal 29 April 2020



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;

Nomor : 1363/In.28.3/D.1/PP.00.9/06/2020 10 juni 2020  
Lampiran : -  
Perihal : Pembimbing Skripsi

Kepada Yth:

1. Zumaroh., M.E.Sy
  2. Esty Apridasari, M.Si
- di – Tempat

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : Rizky Aulia  
NPM : 1704100174  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah (S1-PBS)  
Judul : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Millennials Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa IAIN Metro)

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi :
  - a. Pembimbing I, mengoreksi outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
  - b. Pembimbing II, mengoreksi Proposal, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang di keluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
  - a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
  - b. Isi ± 3/6 bagian.
  - c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Wakil Dekan Bidang Akademik dan  
Kelembagaan  
  
MUHAMMAD SALEH



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;  
 Website : www.metro.univ.ac.id; e-mail: iainmetro@metro.univ.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Rizky Aulia  
 NPM : 1704100174

Jurusan/Prodi : FEBI/SI-PBS  
 Semester/TA : VIII/2021

NO	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	Jelara, 02 Maret 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perbaiki spasi penulisan, sesuaikan dengan buku pedoman skripsi IAIN Metro</li> <li>- Awal paragraf pada LBM, baiknya tidak dimulai dengan kutipan.</li> <li>- Permasalahan pada LBM diper-tajam lagi</li> <li>- Rumusan masalah tdk perlu me-nuliskan studi pada dim kurung, tetapi langsung saja, misal faktor apa saja yg mempengaruhi ... pada mahasiswa IAIN metro?</li> <li>- Relevansi penelitian terlebih dahulu dg penelitian yg akan anda lakukan belum terlihat pada penelitian relevan.</li> </ul>	

Dosen Pembimbing II

Esty Afridasari, M.Si  
 NIP. 198904272015032005

Mahasiswa ybs.

Rizky Aulia  
 1704100174








**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;  
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Rizky Aulia  
NPM : 1704100174

Jurusan/Prodi : FEBI/ S1-PBS  
Semester/TA : VIII/2021

NO	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	Selasa, 16 Maret 2021	ACC proposal, siap diseminarkan	

Dosen Pembimbing I



Zumaroh., M.E.Sy  
NIP. 197904222006042002

Mahasiswa ybs,



Rizky Aulia  
1704100174




**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;  
 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Rizky Aulia  
 NPM : 1704100174

Jurusan/Prodi : FEBI/ S1-PBS  
 Semester/TA : VIII/2021

NO	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	Jumat, 23 April 2021	Acc outline	

Dosen Pembimbing II



Esty Apridasari, M.Si

NIP. 198804272015032005

Mahasiswa ybs,



Rizky Aulia

1704100174



















KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507,  
 Fax (0725) 47296, Email : febi@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

BLANGKO KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Rizky Aulia

Fakultas/Jurusan : FEBI

NPM : 1704100174

Semester/TA : IX/2021

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	21-10-2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perbaiki Catatan bimbingan sebagaimana masukan sebelumnya.</li> <li>- Tunjukkan data informan dari 4 Fakultas &amp; Pascasarjana</li> <li>- Lengkapi penulisan data informan di footnote</li> <li>- U Analisis, apa saja yang diperkuat 1 buku? Coba cek lagi</li> </ul>	zf

Dosen Pembimbing I,

**Zumaroh, M.E.Sy.**

NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs,

**Rizky Aulia**

NPM. 1704100174



**ALAT PENGUMPUL DATA (APD)  
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT GENERASI  
MILLENNIALS DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Metro)**

**A. Wawancara**

Wawancara kepada mahasiswa IAIN Metro yang menggunakan layanan *Mobile Banking*:

1. Sudah berapa lama menggunakan layanan *Mobile Banking*?
2. Seberapa sering menggunakan layanan *Mobile Banking*?
3. Alasan mengapa menggunakan layanan *Mobile Banking*?
4. Apakah anda menggunakan layanan perbankan lain selain *Mobile Banking*?
5. Apakah yang mempengaruhi anda bisa berminat menggunakan *Mobile Banking*?
6. Apakah manfaat yang didapat dengan menggunakan layanan *Mobile Banking*?
7. Untuk transaksi apa saja yang dilakukan dengan menggunakan layanan *Mobile Banking*?
8. Apakah anda menggunakan fasilitas *Mobile Banking* berdasarkan pengetahuan anda tentang layanan *Mobile Banking*?
9. Apakah anda menggunakan layanan *Mobile Banking* karena layanan ini merupakan hal yang baru bagi anda?
10. Apakah ada tradisi yang mengharuskan anda menggunakan layanan *Mobile Banking*?

11. Apakah anda menggunakan layanan *Mobile Banking* karena tempat tinggal anda yang jauh dari Bank?
12. Apakah teman-teman anda yang membuat anda menggunakan layanan *Mobile Banking* karena mereka juga menggunakan layanan tersebut?
13. Apakah anda memiliki pekerjaan selain kuliah, sehingga mengharuskan anda menggunakan layanan *Mobile Banking*?
14. Apakah anda menggunakan layanan *Mobile Banking* karena gaya hidup anda yang selalu memmanagement waktu?
15. Apakah ada motivasi dari seseorang sehingga anda menggunakan layanan *Mobile Banking*?
16. Apakah anda menggunakan *Mobile Banking* karena sudah belajar dalam perkuliahan tentang layanan tersebut, sehingga anda memilih untuk menggunakannya?

## B. Dokumentasi

- a. Struktur Organisasi IAIN Metro

Metro, April 2021  
Mahasiswa Ybs.


**Rizky Aulia**  
NPM. 1704100174

Mengetahui,

Dosen Pembimbing I

  
Zumaron, M.E.Sy  
NIP. 197904222006042002

Dosen Pembimbing II

  
Esty Apridasari, M.Si  
NIP. 198804272015032005



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimil (0725) 47296; Website: [www.febi.metrouniv.ac.id](http://www.febi.metrouniv.ac.id); e-mail: [febi.iaim@metrouniv.ac.id](mailto:febi.iaim@metrouniv.ac.id)

Nomor : 1594/In.28/D.1/TL.00/06/2021  
Lampiran : -  
Perihal : IZIN RESEARCH

Kepada Yth.,  
REKTOR Institut Agama Islam Negeri  
(IAIN) Metro  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 1595/In.28/D.1/TL.00/06/2021,  
tanggal 08 Juni 2021 atas nama saudara:

Nama : **RIZKY AULIA**  
NPM : 1704100174  
Semester : 9 (Sembilan)  
Jurusan : S1 Perbankan Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Institut Agama Islam (IAIN) Metro, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT GENERASI MILLENNIALS DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (STUDI PADA MAHASISWA IAIN METRO)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Metro, 08 Juni 2021  
Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



**Siti Zulaikha S.Ag, MH**  
NIP 19720611 199803 2 001

## **SURAT TUGAS**

Nomor: 1595/In.28/D.1/TL.00/06/2021

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **RIZKY AULIA**  
NPM : 1704100174  
Semester : 9 (Sembilan)  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Institut Agama Islam (IAIN) Metro, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT GENERASI MILLENNIALS DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (STUDI PADA MAHASISWA IAIN METRO)".
  2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro  
Pada Tanggal : 26 Juli 2021

Mengetahui,  
Pejabat Setempat  
Rektor  
Wakil Rektor Bidang Akademik dan  
Kelembagaan



Ida Umami

Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



**Siti Zulaikha S.Ag, MH**  
NIP 19720611 199803 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**

Jalan Ki. Hajar Dewantara, Kampus 15 A, Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;

Website: www.metrouniv.ac.id; e-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

Nomor : 2214/In.28/R.1/TL.00/06/2021  
Lampiran : -  
Perihal : Izin Research

23 Juni 2021

Yth.  
Rizky Aulia  
Di

Tempat

Menindaklanjuti surat Saudara tanggal 21 Juni 2021 perihal Izin Research, maka dengan ini kami memberikan Izin Research kepada:

Nama : **RIZKY AULIA**  
NPM : 1704100174  
Fakultas : Syariah  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Judul : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT GENERASI MILLENNIALS DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (STUDI PADA MAHASISWA IAIN METRO).**

Demikian surat ini kami sampaikan, agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

an  
Rektor  
Wakil Rektor Bidang Akademik dan  
Kelembagaan  
  
Ida Umami







KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111  
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

### SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Rizky Aulia  
NPM : 1704100174  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Millenials Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Metro)** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 15%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 18 November 2021  
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah



**Muhammad Ryan Fahlevi**  
NIP.199208292019031007



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metro.univ.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA  
Nomor : P-1192/In.28/S/U.1/OT.01/11/2021**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : Rizky Aulia  
NPM : 1704100174  
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2021 / 2022 dengan nomor anggota 1704100174

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.


Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 18 November 2021  
Kepala Perpustakaan




*As'ad*  
Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H.  
NIP.19750505 200112 1 002 *Je.*

10.35 2.14



1704100174 [ S1-PBS ]  
 Status: AKTIF [2023]  
 Batas Masa Studi Tahun: 2023

10.35 0.40  
 KB/S 42



1704100174 [ S1-PBS ]  
 Status: AKTIF [2023]  
 Batas Masa Studi Tahun: 2023

- Beranda
- Biodata Mahasiswa
- Daftar Matakuliah
- History Pembayaran
- Ubah Password
- Logout

- Beranda
- Biodata Mahasiswa
- Daftar Matakuliah
- History Pembayaran
- Ubah Password
- Logout

Data Umum
Akademik

Formulir Pendaftaran
Layanan


PROGRAM STUDI	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
<b>TARBIYAH</b>	<b>836</b>	<b>2756</b>	<b>3596</b>
» Pendidikan Agama Islam	367	799	1167
» Pendidikan Bahasa Arab	74	140	214
» Pendidikan Bahasa Inggris	151	595	747
» Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah	39	466	505

» Pendidikan Anak Usia Dini	4	212	217
» Tadris Bahasa Inggris	151	595	747
» Tadris Matematika	48	195	243
» Tadris Biologi	43	176	219
» Tadris IPS	76	148	225
<b>SYARIAH</b>	<b>439</b>	<b>595</b>	<b>1035</b>
» Hukum Keluarga Islam	170	220	390



10.36 0.01 KB/S

sismik.metrouniv.ac.id




1704100174 [ S1-PBS ]  
Status: AKTIF [2023]  
Batas Masa Studi Tahun: 2023

- Beranda
- Biodata Mahasiswa
- Daftar Matakuliah
- History Pembayaran
- Ubah Password
- Logout

Data Umum    Akademik

Formulir Pendaftaran    Layanan

10.35 0.63 KB/S



1704100174 [ S1-PBS ]  
Status: AKTIF [2023]  
Batas Masa Studi Tahun: 2023

- Beranda
- Biodata Mahasiswa
- Daftar Matakuliah
- History Pembayaran
- Ubah Password
- Logout

Data Umum    Akademik


Formulir Pendaftaran    Layanan

» Bimbingan Penyuluhan Islam	28	96	124
<b>EKONOMI DAN BISNIS ISLAM</b>	<b>723</b>	<b>1779</b>	<b>2503</b>
» Perbankan Syari'ah (D-II)	6	7	13
» Ekonomi Syari'ah	351	770	1122
» S1 Perbankan Syari'ah	255	674	929
» Akuntansi Syariah	61	242	303
» Manajemen Haji dan Umroh	50	86	136

<b>TOTAL MAHASISWA SARJANA</b>	<b>2221</b>	<b>5506</b>	<b>7734</b>
<b>S2 TARBIYAH</b>	<b>78</b>	<b>54</b>	<b>137</b>
» S2 Pendidikan Agama Islam	69	46	120
» S2 Pendidikan Bahasa Arab	9	8	17
<b>S2 SYARIAH</b>	<b>65</b>	<b>33</b>	<b>106</b>
» S2 Hukum Keluarga Islam (Akhwal Syakhshiyah)	43	18	68
» S2 Ekonomi Syariah	22	15	38

» Bimbingan Penyuluhan Islam	28	96	124
<b>EKONOMI DAN BISNIS ISLAM</b>	<b>723</b>	<b>1779</b>	<b>2503</b>
» Perbankan Syari'ah (D-II)	6	7	13
» Ekonomi Syari'ah	351	770	1122
» S1 Perbankan Syari'ah	255	674	929
» Akuntansi Syariah	61	242	303
» Manajemen Haji dan Umroh	50	86	136

10.35 0.00 KB/S



1704100174 [ S1-PBS ]  
Status: AKTIF [2023]  
Batas Masa Studi Tahun: 2023


- Beranda
- Biodata Mahasiswa
- Daftar Matakuliah
- History Pembayaran
- Ubah Password
- Logout

Data Umum    Akademik

Formulir Pendaftaran    Layanan

10.36 0.01 KB/S

[sismik.metrouniv.ac.id/](https://sismik.metrouniv.ac.id/) 3



1704100174 [ S1-PBS ]  
Status: AKTIF [2023]  
Batas Masa Studi Tahun: 2023

- Beranda
- Biodata Mahasiswa
- Daftar Matakuliah
- History Pembayaran
- Ubah Password
- Logout

Data Umum    Akademik

Formulir Pendaftaran    Layanan

» Ekonomi Syari'ah	351	770	1122
» S1 Perbankan Syari'ah	255	674	929
» Akuntansi Syariah	61	242	303
» Manajemen Haji dan Umroh	50	86	136
<b>PPG</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
» Pendidikan Agama Islam	0	0	0
<b>TOTAL MAHASISWA SARJANA</b>	<b>2221</b>	<b>5506</b>	<b>7734</b>

<b>TOTAL MAHASISWA SARJANA</b>	<b>2221</b>	<b>5506</b>	<b>7734</b>
<b>S2 TARBIYAH</b>	<b>78</b>	<b>54</b>	<b>137</b>
» S2 Pendidikan Agama Islam	69	46	120
» S2 Pendidikan Bahasa Arab	9	8	17
<b>S2 SYARIAH</b>	<b>65</b>	<b>33</b>	<b>106</b>
» S2 Hukum Keluarga Islam (Akhwal Syakhshiyah)	43	18	68
» S2 Ekonomi Syariah	22	15	38

10.36 0.26 KB/S 42

sismik.metrouniv.ac.id



1704100174 [ S1-PBS ]  
 Status: AKTIF [2023]  
 Batas Masa Studi Tahun: 2023

- Beranda
- Biodata Mahasiswa
- Daftar Matakuliah
- History Pembayaran
- Ubah Password
- Logout

Data Umum    Akademik

Formulir Pendaftaran    Layanan

(Aktif)			
» S2 Ekonomi Syariah	22	15	38
<b>TOTAL MAHASISWA PASCASARJANA</b>	<b>168</b>	<b>107</b>	<b>290</b>

Jumlah mahasiswa tersebut merupakan total mahasiswa yang berstatus:  
 (1) Aktif











### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



Penelitian bernama Rizky Aulia, lahir pada tanggal 25 Juli 1999 di Tejosari Metro Timur, dari pasangan Bapak Edi Suwarno dan Ibu Nur Fitri. Peneliti merupakan anak kedua dari dua bersaudara.

Peneliti menyelesaikan pendidikan formalnya di SD Negeri 08 Metro Timur, lulus pada tahun 2011, kemudian melanjutkan pada SMP Negeri 07 Metro Timur, lulus pada tahun 2014, kemudian melanjutkan pada SMA Negeri 04 Metro Timur, lulus pada tahun 2017. Selanjutnya peneliti melanjutkan pendidikan pada Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung dimulai pada semester 1 tahun ajaran 2017/2018.