

ABSTRAK

Nurhalipah. 2018. *Minat Mahasiswa Perbankan Syariah (S.I) dalam Penggunaan Layanan SMS Banking*. Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: (I) H. Haris Faulidi Asnawi, Lc., MSI, (II) Hj. Zulpa Makiah, M Ag.

Kata Kunci: Minat Mahasiswa, Layanan *SMS Banking*.

Penelitian ini dilatarbelakangi karena majunya teknologi perbankan diantaranya *SMS Banking*. Layanan *SMS Banking* adalah layanan informasi perbankan yang diakses langsung melalui telpon seluler/handphone dengan melakukan media SMS (*short message servis*). Para Mahasiswa menggunakan Internet untuk komunikasi dan transaksi, dan menggunakan media SMS hanya saat-saat tertentu.

Focus permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah kemudahan penggunaan, kegunaan dan ketersediaan fitur berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap minat mahasiswa perbankan syariah (S.I) dalam penggunaan layanan *SMS Banking*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kemudahan penggunaan, kegunaan dan ketersediaan fitur berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap minat mahasiswa perbankan syariah (S.I) dalam penggunaan layanan *SMS Banking*.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field reseach*) yang bermetode kuantitatif, untuk memperoleh data yang diperlukan, penulis menyebarkan kuesioner penelitian kepada mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin pada jurusan (S.I) Perbankan Syariah, sebanyak 126 responden dari 20% jumlah mahasiswa (S.I) Perbankan Syariah angkatan 2014/2015, 2015/2016, 2016/2017 dan hasilnya dianalisis secara kuantitatif dan ditarik kesimpulannya

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, dengan menggunakan tahapan uji validitas, uji reabilitas, dan uji asumsi klasik, dengan uji hipotesis uji T, uji F dan uji koefisien determinasi R² dengan bantuan aplikasi SPSS 22

Berdasarkan hasil analisis semua variabel kemudahan penggunaan (X1), kegunaan (X2) dan ketersediaan fitur (X3) berpengaruh secara simultan terhadap minat mahasiswa dalam penggunaan layanan *SMS Banking*, dapat dilihat dari nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($31,109 > 3,07$) dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ berdasarkan hasil analisis secara parsial variabel kemudahan penggunaan (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah (Y), dilihat dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,981 > 1,65744$) dengan tingkat signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$, variabel kegunaan (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah (Y), dilihat dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,880 > 1,65744$) dengan tingkat signifikansi sebesar $0,063 < 0,05$ variabel ketersediaan fitur (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah (Y), dilihat dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,546 > 1,65744$) dengan tingkat signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$