

PENGARUH *PERCEPTION OF INFORMATION TECHNOLOGY, CONVINIENCE, RISK, DAN SERVICE FEATURES* TERHADAP MINAT NASABAH BSI DALAM MENGGUNAKAN *INTERNET BANKING*

(Studi Pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung)

Skripsi

MEISY SONIA PUTRI

NPM : 1751020075



Program Studi: Perbankan Syariah

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H/ 2021 M**

PENGARUH *PERCEPTION OF INFORMATION TECHNOLOGY, CONVINIENCE, RISK, DAN SERVICE FEATURES* TERHADAP MINAT NASABAH BSI DALAM MENGGUNAKAN *INTERNET BANKING*

(Studi Pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung)

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Pembimbing 1 : Dr. Ahmad Habibi, S.E, M.Ek.
Pembimbing 2 : Ahmad Hazas Syarif, S.E.I., M.E.I.

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H/ 2021 M**

ABSTRAK

Perkembangan *Information Technology* yang sangat pesat di era globalisasi ini, sehingga cepatnya perkembangan *technology* menuntut setiap individu dituntut untuk bisa memanfaatkan kecanggihan teknologi semaksimal mungkin guna untuk hal-hal yang positif. Saat ini perilaku nasabah banyak berubah dalam melakukan transaksi perbankan sehingga pelayanan perbankan dituntut lebih cepat, mudah, dan fleksibel. Hal ini membuat perbankan untuk berusaha memberikan layanan terbaiknya kepada nasabah, salah satunya melalui layanan *internet banking*. Teknologi *internet banking* adalah Layanan untuk melakukan transaksi perbankan melalui jaringan *internet* yang merupakan salah satu jenis pelayanan yang diberikan bank syariah kepada nasabahnya agar nasabah dapat melakukan transaksi perbankan kapan saja dan dimana saja setiap saat tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan.

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah: (1) Adakah pengaruh *perception of information technology, convenience, risk, service features* terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* secara parsial?, (2) Adakah pengaruh *perception of information technology, convenience, risk, service features* terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* secara simultan?, (3) Apakah *perception of information technology, convenience, risk, service features* menurut perspektif Islam?. Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui pengaruh *perception of information technology, convenience, risk, service features* terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* secara parsial, (2) Untuk menganalisis pengaruh *perception of information technology, convenience, risk, service features* terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* secara simultan, (3) Untuk menjelaskan *perception of information technology, convenience, risk, service features* menurut perspektif Islam.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, populasi penelitiannya adalah Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dengan sampel yang diambil adalah 96 responden yang menggunakan *internet banking*. Teknik pengumpulan datanya adalah dengan menyebarkan kuesioner dengan menggunakan *google form*. Metode analisis data yang digunakan adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis persamaan regresi linier berganda, dan Uji Hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel *Information technology, convenience, dan service features* secara

parsial berpengaruh positif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat dalam menggunakan *internet banking*. Sedangkan Variabel *Risk* secara parsial berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap minat dalam menggunakan *internet banking*. Secara simultan seluruh variabel yakni *Information technology*, *convenience*, *risk*, *service features* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *Internet banking*. Dalam perspektif Islam *Information technology*, *convenience*, *risk*, *service* berkaitan dengan Transaksi yang dilakukan oleh seseorang (nasabah). Dalam konsep islam segala sesuatu berbentuk interaksi manusia (muamalah) pada dasarnya dibolehkan, sejauh tidak ada dalil yang menentukan keharamannya.

Kata Kunci : *Information technology*, *convenience*, *risk*, *service features*, *internet banking*



SURAT PERNYATAAN

Assalamu 'alaikum Waruhmatullahi Wabarakatuh

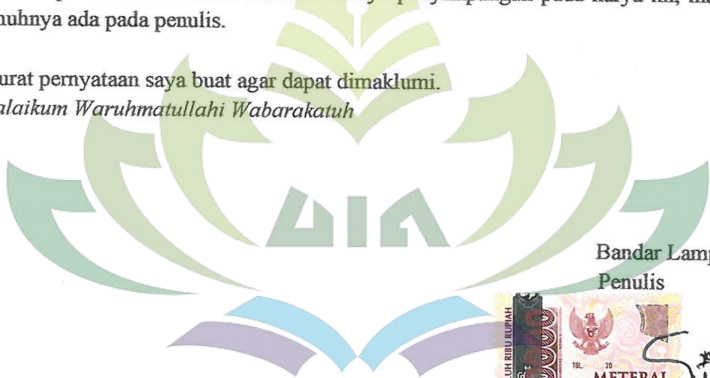
Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Meisy Sonia Putri
NPM : 1751020075
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**PENGARUH PERCEPTION OF INFORMATION TECHNOLOGY, CONVINIENCE, RISK, DAN SERVICE FEATURES TERHADAP MINAT NASABAH BSI DALAM MENGGUNAKAN INTERNET BANKING (Studi Pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung)**” adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan duplikasi dari karya pengarang lain kecuali pada bagian yang dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan pada karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis.

Demikian surat pernyataan saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalmu'alaikum Waruhmatullahi Wabarakatuh



Bandar Lampung, 2021
Penulis



Meisy Sonia Putri
NPM. 1751020075

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

(QS. Al-Insyirah, 5-6)

Artinya: *“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.
Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.”*



PERSEMBAHAN

Skripsi ini ku persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua ku, Papa tersayang Erli Munzar dan Ibu tercinta Elvianah. Terimakasih untuk semua doa, dukungan dan semangat yang tak henti-hentinya diberikan kepada anak-anaknya dan selalu mendoakan kesuksesan kami semua.
2. Saudara perempuan ku, Anggun Selvia Erlinsi Amd.Keb beserta Kak Redy Hardiansyah S.T dan Adik ku Stevan oridio yang selalu ada dan mendukung serta memberikan semangat.
3. Kepada Prada Agus Arahman, terimakasih banyak selalu ada dan mensupport saya di kondisi apa pun sampai selesainya skripsi ini.
4. Kepada sahabat-sahabat saya, Pipin Handayani S.E , Wella Purnama Sari S.E, Fistriyani S.pd, Gusti Ayu Bella, Carolin Claudia Nartaresa S.M, Shelly Yuniar Amanda, Bela Anggraini, Uswatun Hasanah, yang telah banyak membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini dan banyak memotivasi serta dukungan demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Almamater Tercinta, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung sebagai tempat menimba ilmu pengetahuan yang selalu ku banggakan.



RIWAYAT HIDUP

Meisy Sonia Putri adalah anak kedua dari tiga bersaudara yang dilahirkan dari pasangan ayahanda Erli Munzar dan Ibunda Elvianah penulis dilahirkan pada tanggal 17 Maret 2000. Pendidikan pertama dimulai dari SDN 58 Ogan Komering Ulu selesai pada tahun 2011, Kemudian melanjutkan pada sekolah SMP N 21 Ogan Komering Ulu selesai pada tahun 2014, dan dilanjutkan pada sekolah SMA Sentosa Bhakti pada tahun 2017. Kemudian pada tahun 2017 melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi dan terdaftar sebagai Mahasiswi di Jurusan Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung Angkatan Tahun 2017.



Bandar Lampung, 2022
yang Membuat

Suifa

Meisy Sonia Putri
NPM.1751020075

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Waruhmatullahi Wabarakatuh

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-NYA yang telah memberikan kesehatan dan kesabaran, serta tak lupa dihanturkan sholawat serta salam kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan berjudul "Pengaruh *Perception of Information Technology, Convenience, Risk, dan Service Features* Terhadap Minat Nasabah BSI Dalam Menggunakan *Internet Banking* (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)".

Adapun maksud dari skripsi ini adalah untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi (SE) di jurusan Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

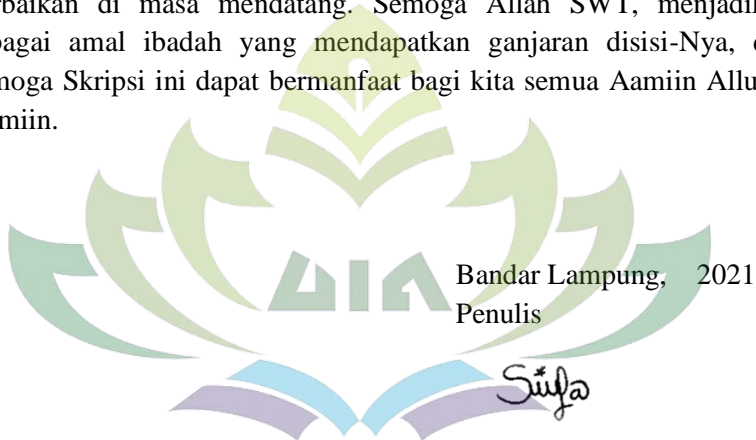
Skripsi ini tidak dapat selesai tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu melalui kesempatan ini saya menyampaikan perasaan terdalam kepada semua pihak yang membantu dalam penyusunan skripsi ini. Kepada mereka, dengan segenap kerendahan hati ingin mengutarakan rasa bangga dan terimakasih tak terhingga.

1. Bapak Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
2. Ibu Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy, selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
3. Bapak Dr. Ahmad Habibi, S.E, M.Ek selaku Pembimbing I dan Ahmad Hazas Syarif, S.E.I M.E.I Selaku Pembimbing II yang dengan tulus dan sabar telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing penulis, yang telah bersedia memberikan motivasi, tambahan ilmu, dan arahan sehingga penulisan skripsi ini dapat selesai. Semoga barokah ilmu yang telah diberikan selama ini dan semoga sukses selalu.
4. Kepada seluruh Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan dan membantu penulis.

5. Kepada seluruh Pimpinan dan karyawan perpustakaan serta seluruh civitas akademika fakultas.
6. Teman-teman seperjuangan jurusan Perbankan Syariah Kelas A angkatan 2017 terimakasih atas kebersamaan dan persahabatan yang telah terbangun selama ini.
7. Pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dan memberi masukan serta inspirasi bagi penulis.

Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga Allah SWT, menjadikan sebagai amal ibadah yang mendapatkan ganjaran disisi-Nya, dan semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua Aamiin Alluma Aamiin.



Meisy Sonia Putri
NPM. 1751020075

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	iv
PERSETUJUAN	v
PENGESAHAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	3
C. Batasan Masalah.....	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian.....	10
F. Manfaat Penelitian.....	10
G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	10
H. Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI	
A. <i>Teori Perilaku Konsumen</i>	17
B. <i>Theory Accaptance Model</i>	18
C. <i>Theory of Reasoned Action</i>	20
D. <i>Perception of Information Technology</i>	21
1. <i>Pengertian Perception</i>	21
2. <i>Perception of Information Technology</i>	23
E. <i>Information Technology</i>	23
1. <i>Pengertian Information Technology</i>	23
2. <i>Indikator Information Technology</i>	25
3. <i>Lingkup Information Technology</i>	26
4. <i>Peranan Information Technology</i>	28

5.	<i>Function Information Technology</i>	29
6.	Tujuan dan Manfaat <i>Information Technology</i>	30
7.	<i>Information Technology</i> dalam Dunia Perbankan.	31
8.	<i>Information Technology</i> dalam Perspektif Islam ..	32
F.	<i>Convenience</i>	33
1.	Pengertian <i>Convenience</i>	33
2.	Indikator Penelitian	35
3.	Persepsi <i>Convenience (Perceived Ease of Use)</i>	37
4.	<i>Convenience</i> dalam Perspektif Islam	38
G.	<i>Risk</i>	39
1.	Pengertian <i>Risk</i>	39
2.	Indikator <i>Risk</i>	40
3.	Macam-Macam <i>Risk</i>	41
4.	<i>Risk</i> Menggunakan <i>Internet Banking</i>	43
5.	Cara Mengatasi <i>Risk</i>	47
6.	<i>Risk</i> dalam Perspektif Islam	49
H.	<i>Service Features</i>	51
1.	Pengertian <i>Service Features</i>	51
2.	Indikator <i>Service Features</i>	52
3.	Jenis <i>Service Features Internet Banking</i>	53
4.	Desain dan Konten Dalam Layanan <i>Internet Banking</i>	54
5.	<i>Service Features</i> Dalam Perspektif Islam.....	55
I.	Minat	56
1.	Pengertian Minat	56
2.	Indikator Minat.....	57
3.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah	57
4.	Macam-Macam Minat dan Sifat-Sifat Minat	59
5.	Minat Pemanfaatan <i>Information Technology</i>	61
J.	<i>Internet Banking</i>	62
1.	Pengertian <i>Internet Banking</i>	62
2.	Jenis <i>Internet Banking</i>	64
3.	Fasilitas <i>Internet Banking</i>	65
4.	Manfaat <i>Internet Banking</i>	65
5.	Model Keamanan <i>Internet Banking</i>	66
6.	Kriteria <i>Internet Banking</i>	68

K. Kerangka Pemikiran	69
L. Hipotesis	72

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian	77
1. Jenis Penelitian	77
2. Sifat Penelitian	77
B. Variabel dan Definisi Operasional Variabel	77
1. Variabel dependen	78
2. Variabel Independen	78
C. Sumber Data	79
1. Data Primer	80
2. Data Sekunder	80
D. Populasi dan Sampel	80
1. Populasi	80
2. Sampel	81
E. Teknik Pengumpulan Data	82
F. Teknik Analisis Data	83
1. Uji Validitas	83
2. Uji Reabilitas	84
3. Analisis Persamaan Regresi Linier Berganda	84
4. Pengujian Hipotesis	85
a. Uji F (Simultan)	85
b. Uji T (Pasial)	85

BAB IV HASIL PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Karakteristik responden	87
B. Hasil penelitian	89
1. Uji instrument penelitian	89
a. Uji validitas	89
b. Uji Reliabilitas	89
c. Uji Hipotesis	93
2. Analisis Regresi Linier Berganda	94
3. Uji T	95
4. Uji F	97
5. Koefisien Determinasi	98
C. Pembahasan Hasil Penelitian dan Analisis	98

1. Pengaruh <i>Information Technology, Convinience, Risk, Dan Service Features</i> Secara Parsial Terhadap Minat Dalam Menggunakan <i>Internet Banking</i>	98
2. Pengaruh <i>Information Technology, Convinience, Risk, Dan Service Features</i> Secara Simultan Parsial Terhadap Minat Dalam Menggunakan <i>Internet Banking</i>	105
3. Pengaruh <i>Information Technology, Convinience, Risk, Dan Service Features</i> Terhadap Minat Dalam Menggunakan <i>Internet Banking</i> Dalam Persfektif Islam	108

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	115
B. Saran.....	118

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jenis-Jenis Layanan <i>Internet Banking</i>	6
Tabel 1.2	Volume transaksi <i>Internet banking</i> 2020-2021	7
Tabel 1.3	Jumlah Pengguna <i>Internet banking</i> 2020.....	7
Tabel 3.1	Pengukuran <i>Skala Likert</i>	83
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	88
Tabel 4.2	Umur Responden	88
Tabel 4.3	Program Studi.....	89
Tabel 4.4	Uji Validitas	90
Tabel 4.9	Uji Reabilitas.....	91
Tabel 4.10	Uji Regresi Linier Berganda.....	91
Tabel 4.11	Uji Parsial (Uji t).....	92
Tabel 4.12	Uji Simultan (Uji F).....	93
Tabel 4.13	Uji Koefisien Determinasi	94
Tabel 4.14	Hasil Uji Hipotesis	96
Tabel 4.19	Jumlah Mahasiswa Pengguna <i>Internet banking</i>	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses perseptual.....	22
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	71



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebelum penulis menguraikan pembahasan penelitian ini, maka penulis terlebih dahulu akan menjelaskan pengertian-pengertian guna mendapatkan gambaran jelas sehingga tidak akan ada kekeliruan oleh pembaca mengenai penelitian ini. Berdasarkan penegasan judul tersebut diharapkan tidak adanya kesalah pahaman terhadap pemaknaan judul dari beberapa istilah yang digunakan, maka pokok pembahasan dalam penelitian ini harus dipertegas. Adapun judul dari penelitian ini ialah “PENGARUH *PERCEPTION OF INFORMATION TECHNOLOGY, CONVINIENCE, RISK, DAN SERVICE FEATURES* TERHADAP MINAT NASABAH BSI DALAM MENGGUNAKAN *INTERNET BANKING* (Studi Pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung)”

1. Pengaruh

Pengaruh adalah Kekuatan yang ada atau timbul dari sesuatu, seperti orang, benda yang turut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.¹

2. *Perception of Information Technology*

Perception of Information Technology adalah Persepsi dari Penggunaan Teknologi Informasi. Secara formal, Persepsi dapat didefinisikan sebagai suatu proses, dengan seseorang menyeleksi, mengorganisasikan, dan menginterpretasi stimuli kedalam suatu gambaran dunia yang berani dan menyeluruh.² Sedangkan *Information Technology* adalah Teknologi Informasi yang tidak hanya terbatas pada

¹ Dapertemen Pendidikan dan Kebudayaan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1996), h. 747.

² Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT Gramedia, 2008), Cetakan ke-3, h. 102.

teknologi kompuer (perangkat keras dan perangkat lunak) melainkan juga untuk mengirimkan informasi.³

3. *Convinience*

Convinience adalah Kemudahan penggunaan merupakan tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi mudah untuk dipahami.⁴ *Convinience* sangat penting bagi pengguna Internet banking, dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. *Internet banking* dapat diakses dengan mudah dalam melakukan transaksi. Maka dari itu *Convinience* dapat mengukur minat nasabah untuk menggunakan *internet banking*.

4. *Risk*

Risk adalah Sesuatu yang mengarah ketidakpastian atas terjadinya suatu peristiwa selama selang waktu tertentu yang mana peristiwa tersebut menyebabkan suatu kerugian baik itu kerugian kecil yang tidak begitu berarti maupun kerugian besar yang berpengaruh terhadap kelangsungan hidup dari suatu perusahaan⁵. *Risk* dapat didefinisikan sebagai Peluang terjadinya “*bad outcome*” (hasil yang buruk), dan besarnya peluang dapat diestimasi.⁶

5. *Service Features*

Service Features adalah persepsi nasabah terhadap layanan yang disediakan *internet banking*.⁷

6. Minat

Minat pada dasarnya adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang

³ Sutarman, *Pengantar Teknologi Informasi*, (Jakarta: Bumi aksara, 2019), h. 103.

⁴ Davis, F.D “Perceived Usefullness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology”, *MIS Quarterly*, Vol. 13 No. 5 (1989), h. 319-339.

⁵ Gabby E. M. Soputan, Bonny F. Sompie, Robert J. Mandangi, “Manajemen Risiko Kesehatan dan Keselamatan Kerja Ke-3.” *Jurnal Ilmiah Media Engineering*, Vol. 4 No. 4 (Desember 2014), h. 23.

⁶ Sulad Sri, Hardono, *Manajemen Risiko Bagi Bank Umum: Kisi-kisi Ujian Sertifikasi Manajemen Risiko Perbankan*, (Jakata: PT Gramedia, 2006), h. 4.

⁷ Heny Agustina, “Penggunaan Teknologi informasi, Kemudahan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan *Internet Banking* (Studi BSM)”, *Jurnal Manajemen Kinerja*, Vol 3 No. 1, (Februari 2017), h. 26.

menyuruh. 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.⁸

7. *Internet Banking*

Internet Banking adalah penggunaan internet sebagai saluran pengiriman jarak jauh untuk layanan perbankan, termasuk layanan seperti membuka rekening, simpanan untuk menransfer dana antar rekening dan transfer beda bank, serta layanan perbankan baru, seperti pembayaran tagihan elektronik, yang memungkinkan pelanggan menerima dan membayar tagihan melalui situs *web* bank.⁹

B. Latar Belakang Masalah

Information Technology mengalami perkembangan yang sangat pesat seiring dengan kemajuan serta perkembangan zaman. Namun demikian awal diciptakannya *technology* guna pemanfaatan hal hal positif tapi disisi lain ada juga yang memanfaatkan *technology* dengan hal-hal yang negatif. Sehingga cepatnya perkembangan *technology* menuntut setiap individu dituntut untuk bisa memanfaatkan kecanggihan teknologi semaksimal mungkin guna untuk hal-hal yang positif.

Kebanyakan individu tidak dapat menggunakan *technology* secara maksimal dan masih menyalahgunakannya dengan tidak bijak, padahal *technology* salah satu sumber informasi yang menambah ilmu pengetahuan serta wawasan. Realitanya pada saat ini masyarakat belum memanfaatkan secara maksimal dikarenakan kurangnya pengetahuan mengenai teknologi tersebut, kebanyakan individu tidak dapat menggunakan *technology* secara maksimal dan masih menyalahgunakannya dengan tidak bijak, padahal *technology* salah satu sumber informasi yang menambah ilmu pengetahuan serta wawasan. Hal

⁸ Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 180.

⁹ Ella Comaneci, Nadia, *Tinjauan Hukum terhadap Perlindungan Hukum Nasabah pengguna Internet banking berdasarkan undang-undang informasi dan transaksi elektronik*, Tesis, Pasca Sarjana, h. 5.

ini dilihat dari Hasil studi yang dilakukan oleh Pusat Penelitian Perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (Pappitek) Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI), Studi tersebut dilakukan di 10 kota besar di Indonesia terhadap masyarakat yang tinggal di daerah perkotaan, mulai dari Makassar, Medan, Lampung, Surabaya, Palembang, Jogjakarta, Denpasar, Batam, Bandung, Ambon, studi tersebut dilakukan untuk mengetahui pemahaman serta pengetahuan masyarakat tentang Teknologi. Hasilnya pun memang masyarakat masih kurang paham bukan hanya terkait dengan manfaatnya. Dari hasil studi yang telah dilakukan 686 masyarakat yang benar-benar memiliki pemahaman yang baik terhadap teknologi 76% masyarakat menilai teknologi sebagai penemuan besar, 62% beranggapan teknologi sebagai perbaikan kehidupan masyarakat, dan 46% menyebut teknologi sebagai perubahan yang cepat. Pemahaman tersebut kurang tepat, karena teknologi mencakup lebih luas lagi, yakni pemanfaatan ilmu pengetahuan, wawasan, serta informasi di berbagai aspek.¹⁰

Perbankan pada saat ini sangat memperhatikan *Information Technology* terutama dalam sistem *computerize* yang mana memberikan transaksi yang ada di dunia perbankan.¹¹ Pertumbuhan *Information Technology* yang sangat pesat di era globalisasi ini, pelayanan perbankan dituntut lebih cepat, mudah, dan fleksibel. Pesatnya pertumbuhan internet merubah cara perusahaan terhubung dengan konsumsinya, tidak terkecuali bisnis perbankan.¹² Pemanfaatan kebutuhan teknologi pada Sektor Perbankan merupakan hal yang sangat penting, perkembangan perbankan akan selalu berdampak dan di dukung oleh peran suatu teknologi. Semakin berkembangnya sistem pelayanan perbankan maka semakin banyak juga munculnya teknologi yang dikeluarkan oleh bank tersebut. Menurut Wiji Nuryastuti “Setiap

¹⁰ Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia, *Masyarakat Kurang Paham Teknologi*, (Jakarta: 2020), h.78.

¹¹ Budi Agus Riswadi, *Aspek Hukum Internet Banking*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), h.21.

¹² Hafid Nur Yudha, Jaka Isgiyarta, ”Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah Bank Terhadap Internet Banking Adoption (Studi Pada Nasabah Perbankan Yang Menggunakan Internet Banking Di Kota Surakarta)” *Diponegoro Journal Of Accounting*, Semarang, Vol. 4 No. 4 (2015), h. 1.

bank memiliki akses yang sama atas teknologi yang ada namun yang mampu memanfaatkannya dengan benar adalah bank yang berhasil meraciknya kedalam suatu konfigurasi yang fungsional dan efisien yang diimplementasikan dengan seksama yang mendukung produk dan layanan serta dioperasikan dengan tepat”.

Perkembangan internet memang sangat cepat dan memberikan pengaruh signifikan dalam berbagai aspek kehidupan *Information Technology* memungkinkan setiap orang dengan mudah melakukan berbagai macam transaksi keuangan.¹³ Bank akan memberikan pelayanan kepada nasabah yang berbasis teknologi (*elctronic transaction*) dalam bentuk *internet banking*, *mobile banking* yang berbasis *handphone* (*phone banking*), penggunaan ATM (*Authomatic Teller Machine*) dan *Credit Card*.

Layanan perbankan berbasis teknologi yang paling populer yakni *Internet Banking*. *Internet banking* menurut Peraturan Bank Indonesia (PBI) Nomor 9/15/PBI/2007 tentang Penerapan Manajemen Risiko dalam Penggunaan Teknologi Informasi oleh Bank Umum, diatur dalam Pasal 1 (3), *E-Banking* adalah layanan yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik antara lain ATM, *phone bhanking*, *electronic fund transfer*, *internet banking*, *mobile phone*. *Internet banking* adalah Aplikasi layanan keuangan yang memungkinkan lembaga keuangan untuk menawarkan produk dan layanan perbankan tradisionalnya, seperti cek saldo tabungan dan rekening pasar uang serta sertifikat deposito melalui internet.¹⁴

Internet banking menawarkan jasa pelayanan dan menawarkan jasa pelayanan dalam melakukan pengecekan saldo rekening terakhir (*Account in Quiry*), pembukaan rekening baru (*Accout Opening*), Pengiriman uang (*transfer*), pembayaran tagihan (*payment*), informasi suku bunga dan nilai tukar mata

¹³ Wahyudi, Amin, “Penggunaan Teknologi Informasi di Dunia Bisnis dan Perbankan”. *Jurnal Akutansi dan Sistem Teknologi Informasi*, Vol. 7 No. 1, h. 12.

¹⁴ Mary J, Cronin, *Banking and Finance on He Internet*, (Canada: John Wiley & Sons, 1998), h. 7.

uang, mengubah nomor PIN dan simulasi perhitungan kredit.¹⁵ Layanan produk *internet banking* memiliki berbagai fitur kemudahan melakukan transaksi perbankan antara lain:

Tabel 1.1
Jenis-jenis Fitur Layanan *Internet Banking*

No	Fitur Layanan
1	Pembayaran Tagihan PLN
2	Pembayaran Tagihan Telkom/ Indovision
3	Pembayaran Tiket
4	Pembayaran Premi Asuransi
5	Isi ulang Voucher
6	Transaksi Antar Rekening
7	Transfer Antar Bank Via Jaringan ATM Bersama
8	Transfer Antar Bank Via Jaringan Prima
9	Transfer Antar Bank Via Jaringan Via SKN
10	Transfer RTGS
11	Transfer Tunai Via PT.Pos
12	Informasi Saldo Tabungan
13	Informasi Mutasi Rekening Tabungan
14	Informasi Rekening Deposito
15	Informasi Rekening Pembiayaan
16	Perubahan PIN

Sumber : Dokumentasi Data BSI Net-Banking, 2021.

Dalam perkembangannya *internet banking* dijadikan sebagai strategi yang memberikan peningkatan baik di sisi kemampuan, efektifitas, dan produktifitas maupun peningkatan pendapatan melalui penjualan yang lebih baik.

Perbankan syariah yang menawarkan jasa *internet banking* salah satunya Bank Syariah Indonesia, dengan inovasi yang baru harus dirancang agar terus berkembang dan bersaing

¹⁵ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Pelanggan*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 55.

atau paling tidak mempertahankan eksistensi, pelayanan kepada nasabah harus juga menyesuaikan pada kemajuan *technology*, artinya dengan adanya *technology* maka terlihat adanya antusias dari masyarakat untuk menggunakannya.

Tabel 1.2
Volume transaksi *Internet banking* 2020-2021

Tahun	Nilai transaksi	Volume transaksi	Peningkatan
2020	Rp. 2.774,5	513,7 juta transaksi	13,9% yoy
2021	Rp. 3.114,1	572,8 juta transaksi	46,36 % yoy

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan, 2021

Hasil Kajian Otoritas Jasa Keuangan mencatat sepanjang tahun 2020 transaksi non tunai mengalami peningkatan seiring dengan perkembangan digitalisasi, Nilai transaksi *internet banking* mencapai Rp. 2.774,5 triliun atau meningkat 13,91 secara tahunan (years on year/yoy). Volume transaksi *internet banking* pada Desember 2020 mencapai 513,7 juta transaksi atau tumbuh 41,53% (yoy) dan nilai transaksi digital banking sebesar Rp. 2.774,5 triliun. Pada april 2021 menyebutkan bahwa volume transaksi tumbuh 60,27% (yoy) menjadi 572,8 juta transaksi dengan nilai tumbuh 46,36 % (yoy) menjadi 3.114,1 triliun.¹⁶

Tabel 1.3
Jumlah Pengguna *Internet Banking* Tahun 2020

Bank	Jumlah Pengguna user (Juta)	
	User	Peningkatan
Bank Syariah Mandiri (BSM)	15,8 juta transaksi	25 %
Bank BRI Syariah (BRIS)	11,5 juta transaksi	78,6 %
Bank BNI Syariah (BNIS)	33,8 juta transaksi	119 %

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan, 2020.

¹⁶ Otoritas Jasa Keuangan, *Transformasi Digital Perbankan*, (Jakarta: 2021), h. 26

Dari tabel diatas PT Bank Mandiri Syariah mencatat pengguna *internet banking* meningkat 25 %, PT Bank BNI Syariah mencatat 11,5 juta transaksi dan mengalami peningkatan 78,6 %, dan Bank BNI Syariah mencatat pertumbuhan pengguna internet banking sampai triwulan III tahun 2020 sebanyak 33,8 juta transaksi naik sesesar 119 %.

Adanya sistem *technology* ini membuat masyarakat, khususnya mahasiswa lebih mudah bertransaksi. Mahasiswa sebagai kaum terpelajar memiliki sifat terbuka dalam perkembangan *technology*. Mahasiswa termasuk kelompok masyarakat yang sering melakukan transaksi finansial (keuangan). Mahasiswa juga termasuk konsumen online shop terbesar dengan persentase lebih dari 50 %.¹⁷

Bagi mahasiswa UIN Raden Intan Lampung keputusan untuk menggunakan jasa perbankan syariah tentu didasarkan pada berbagai pertimbangan, realitanya mahasiswa akan lebih memilih produk layanan yang mudah dan praktis, seperti *internet banking* karena faktor manfaat yang didapatkan seperti melakukan transaksi yang dilakukan lebih cepat. Tingginya minat mahasiswa dalam penggunaan *technology* ini membuat peneliti tertarik untuk menjadikan Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung sebagai objek penelitian. Selain itu peneliti juga ingin melihat *pengaruh of information technology, convinience, risk, dan service features* terhadap minat nasabah BSI dalam menggunakan *internet banking* baik secara simultan dan secara parsial. Penelitian ini sangat sesuai dengan tujuan penelitian ini, karena setidaknya mahasiswa memiliki satu tabungan rekening tabungan atas nama pribadi sekaligus pengguna *internet banking*, sebagian mahasiswa lebih memilih bertransaksi dengan cara yang lebih praktis dan efisien yakni *internet banking* karena penggunaan aplikasi ini cukup dengan menggunakan handphone dengan jaringan internet tidak mendatangi bank secara langsung, dan bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja. Penelitian ini diberikan untuk menjaga

¹⁷ Laila Ramadani, "Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Electronic (E-money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa", *Jurnal ESP*, Vol. 8 No.1, (Maret 2016), h.7.

konsistensi keunggulan produk *internet banking* di masa yang akan datang, memberikan informasi serta ilmu pengetahuan, serta menjadikan sebuah pertimbangan untuk yang belum menggunakan produk *internet banking*.

Berdasarkan latar belakang di atas yang telah di uraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul : **“PENGARUH *PERCEPTION OF INFORMATION TECHNOLOGY, CONVINIENCE, RISK, DAN SERVICE FEATURES* TERHADAP MINAT NASABAH BSI DALAM MENGGUNAKAN *INTERNET BANKING* (Studi Pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung)”**

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, mendalam serta terarah, peneliti memandang permasalahan yang diangkat perlu diberikan batasan variabelnya. Oleh karena itu, penulis membatasi diri dengan memfokuskan penelitiannya mengenai ”Pengaruh *perception of information tehnology, conviniene, risk, service features*, terhadap minat nasabah BSI dalam menggunakan *internet banking* (Studi Pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung)”.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang sebagaimana di uraikan di atas maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Adakah pengaruh *perception of information tehnology, convinience, risk, service features* terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* secara parsial?
2. Adakah pengaruh *perception of information tehnology, convinience, risk, service features* terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* secara simultan?
3. Bagaimana *perception of information tehnology, convinience, risk, service features* menurut perspektif Islam?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *perception of information technology, convinience, risk, service features* terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* secara parsial.
2. Untuk menganalisis pengaruh *perception of information technology, convinience, risk, service features* terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* secara simultan.
3. Untuk menjelaskan *perception of information tehnlology, convinience, risk, service features* menurut persfektif Islam.

F. Manfaat Penelitian

Salah satu hal penting bagi penelitian ialah memberikan manfaat yang dapat diterapkan bagi berbagai pihak. Adapun manfaat penelitian yakni sebagai berikut:

- a. Manfaat bagi peneliti, Penelitian ini merupakan suatu kegiatan yang ditujukan untuk mengembangkan, menerapkan serta melatih cara pikir secara ilmiah sehingga dapat memperluas wawasan dan pola pikir, khususnya yang berhubungan dengan pengaruh *perception of information technology, convinience, risk, dan service features* terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*.
- b. Bagi Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung dapat menambah informasi serta wawasan mengenai layanan e-banking khususnya internet banking
- c. Untuk mahasiswa yang belum menggunakan layanan ini diharapkan dapat menjadikan sebuah pertimbangan untuk menggunakan produk *internet banking* di bank syariah indonesia (BSI)

G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Eksistensi kajian pustaka dalam bagian ini dimaksudkan oleh penulis untuk memberi pemahaman serta penegasan bahwa masalah yang menjadi kajian tentang "Pengaruh *percepcion of*

information technology, convenience, risk, service features, terhadap minat nasabah BSI dalam menggunakan *internet banking* ”(Studi Pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung)”. Pembahasan mengenai penelitian ini yang pernah penyusun jumpai yang berkaitan dengan penelitian tersebut yakni:

1. Penelitian Hafid Nur Yudha tentang ”Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah Bank Terhadap *Internet Banking Adoption*” (Studi pada Nasabah Perbankan yang Menggunakan *Internet Banking* di Kota Surakarta) dari Universitas Diponegoro tahun 2015. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode cluster sampling yang didasarkan pada domisili nasabah bank di lima kecamatan di Kota Surakarta. Sampel ini termasuk 165 responden. Metode pengujian dilakukan dengan analisis regresi linier berganda yang diolah dengan *SPSS for Windows* versi 19. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Trust*, dan *Computer Self-Efficacy* memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap penerimaan Adopsi Perbankan Internet, Sedangkan Risiko yang dirasakan memberikan dampak yang signifikan dan negatif terhadap penerimaan Adopsi *Internet Banking*.
2. Penelitian Ahmad dan Bambang Setyo Pambudi tentang ”Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan, dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan *Internet Banking*” tahun 2014. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Dimana populasi adalah seluruh nasabah BRI di Kota Bangkalan yang menggunakan layanan BRI Internet Banking dan diperoleh sampel sebanyak 50. Pengambilan responden dilakukan dengan metode *purposive sampling* dengan mendistribusikan kuisioner.
3. Penelitian oleh Muhammad Fadlhi dan Rudy Fachruddin tentang ”Pengaruh Persepsi Nasabah Atas Risiko, Kepercayaan, Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan *Internet Banking*” (Studi Empiris Pada

Nasabah Bank Umum di Kota Banda Aceh) dari Universitas Syiah Kuala tahun 2016. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampel diambil dengan metode *purposive sampling*. Ada 100 sampel data yang menjadi objek yang akan diteliti. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan *Perceived of Risk, Trust, Kegunaan, dan Kemudahan* penggunaan berpengaruh pada penggunaan internet banking. Secara parsial penelitian menunjukkan bahwa Persepsi tentang Kepercayaan, Kegunaan, dan Kemudahan Penggunaan memiliki efek positif pada penggunaan Internet Banking. Persepsi Risiko telah memberikan efek negatif pada penggunaan *internet banking*.

4. Penelitian Brian Dwi Prasetyo tentang “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking*” dari Universitas Negeri Yogyakarta tahun 2013. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Alat uji dengan menggunakan uji prasyarat analisis yang meliputi uji normalitas, uji linieritas, dan uji asumsi klasik yang meliputi uji multikolinieritas dan uji heterokedastisitas.
5. Penelitian Mia Ulfatun Nadlifah tentang “Pengaruh Persepsi Kemudahan Sistem dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Sikap Positif Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UINSA Angkatan 2014-2016 Dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bank Syariah” dari Universitas Islam Negeri Sunan Ampel tahun 2018. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan Sistem dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Sikap Positif Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UINSA Angkatan 2014-2016 Dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bank Syariah. Sampel penelitian ini sebanyak 55 mahasiswa dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling* dan teknik sampling dan teknik sampling jenuh. Teknik pengumpulan data yang menggunakan kuisioner dengan skala *likert*.

- Pengujian instrumen menggunakan uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik, serta uji regrasi linier berganda.
6. Penelitian Arius Juliansya tentang “Pengaruh Teknologi Informasi Kemudahan, Risiko, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking*” dari Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah tahun 2018. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari Teknologi Informasi, kemudahan, risiko dan fitur layanan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* secara langsung dan tidak langsung. Sampel dari penelitian ini adalah nasabah dari BNI syariah yang menggunakan *internet banking*, Pengambilan sampel dilakukan secara random dengan menggunakan teori *Slovin Sampling* sehingga terpilih sebanyak 60 responden. Metode yang digunakan adalah regresi dengan bantuan software *Microsoft Exel 2010* dan *SPSS Version 23.0*.
 7. Penelitian ListyaWati tentang “Pengaruh Persepsi Trust, Persepsi Risiko, Persepsi Keamanan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Penggunaan *Internet Banking* (Studi Kasus pada Bank BRI Kantor Cabang Kartasura)” dari Universitas Muhammadiyah Surakarta tahun 2018. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yang bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Trust, Persepsi Risiko, Persepsi Keamanan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Penggunaan Internet Banking. Data terdiri dari 50 responden yang dipilih menggunakan metode *convinience sampling*.
 8. Penelitian Rizka Ayu Permatasari tentang “Minat Penggunaan Internet Banking dan Mobile Banking Pada Mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro” dari Universitas Islam Negeri (IAIN) Metro tahun 2019. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan minat mahasiswa S1 Perbankan Syariah dalam penggunaan layanan *internet banking* dan *mobile banking*. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data

wawancara dan dokumentasi. Dan semua data-data dianalisis oleh peneliti secara induktif.

9. Penelitian Yunus Tulak Tandirerung dan Zulfikar tentang "Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada PT Bank BRI Cabang Samarinda" dari Politeknik Negeri Samarinda tahun 2018. Penelitian ini bertujuan untuk memperjelas pengaruh kemudahan, kenyamanan, dan keamanan dalam menggunakan internet banking. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu mendasar dari pada uji kuantitatif menggunakan instrumen statistik dengan bantuan SPSS.
10. Penelitian Much Fatkul Anwar tentang "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kepercayaan, dan Resiko Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*" dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga tahun 2018. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi penelitian adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga dari angkatan 2016-2017 berjumlah 2.245 mahasiswa, Pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik analisis yang digunakan adalah uji statistik melalui regresi berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi (R^2). Sebelum uji statistik dilakukan terlebih dahulu dilakukan uji instrumen penelitian yang berupa uji reliabilitas, uji validitas, uji asumsi klasik berupa uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas. Pengelolaan data menggunakan alat *IMB SPSS 17*

H. Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan dibuat untuk mempermudah dalam penyusunan skripsi ini, maka perlu ditentukan sistematika penulisan yang baik. Sistematika penulisannya sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan mendeskripsikan mengenai penegasan judul, latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan

penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori yang digunakan dalam penelitian seperti *perception of information technology*, *information technology*, *convenience*, *risk*, *service features*, minat, *internet banking*, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini, penulis mengemukakan tentang jenis dan sifat penelitian, variabel dan definisi operasional variabel sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, serta teknik dalam analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang analisis deskriptif serta analisis data hasil pengujian dan implementasi.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan yang menguraikan jawaban atas permasalahan pada rumusan masalah dan saran dari seluruh penelitian yang telah dilakukan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Teori Perilaku Konsumen

Grand Theory yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Perilaku Konsumen. Menurut Kotler, teori perilaku konsumen adalah Studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, memberi, dan menggunakan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.¹⁸

Menurut Mowen dan Minor, perilaku konsumen adalah Studi unit-unit dan proses pembuatan keputusan yang terlibat dalam penerimaan, penggunaan, pembelian, penentuan barang dan jasa dan ide. Schiffman dan Kanuk mendefinisikan perilaku konsumen sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen untuk mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk atau jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.

Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang serta jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut.¹⁹ Terdapat dua elemen penting dari perilaku konsumen :

1. Proses pengambilan keputusan
2. Kegiatan fisik yang melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan, dan menggunakan barang dan jasa.

Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen salah satunya Faktor Psikologis yang meliputi :

¹⁸ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Bob Sabran Jilid 1 edisi 1*, (Jakarta: Erlangga, 2012) h. 166.

¹⁹ Jogiyanto, H.M, *Sistem Informasi Keperilakuan*, (Yogyakarta: Andy , 2007), h. 113.

1. Motivasi yakni dorongan diri sendiri untuk memenuhi kebutuhan seseorang pada waktu tertentu
2. Persepsi yakni suatu proses dimana seseorang mampu memilih, mengatur, ataupun mengimplementasikan informasi-informasi untuk memberikan suatu gambaran.
3. Pembelajaran yakni terjadi dikarenakan adanya interaksi, dorongan, respon, dan penguatan.
4. Keyakinan dan sikap yakni gambaran dari evaluasi, perasaan, dan juga tendensi relatif konsisten pada sebuah objek.

Teori Perilaku Konsumen sangat erat kaitannya dengan masalah keputusan yang diambil seseorang dalam persaingan dan penentuan untuk mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa. Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung banyak pertimbangan untuk mengambil keputusan dalam menggunakan produk, Oleh karena itu sangat berkaitan dengan penelitian ini, dimana melihat nasabah (Mahasiswa UIN Raden Itan Lampung) dalam menggunakan suatu produk yakni layanan *internet banking*, dimana penelitian ini juga melihat *Perception* (persepsi) dari mahasiswa dalam menggunakan suatu produk, mengambil banyak macam pertimbangan untuk mengambil keputusan dalam penggunaan *Internet Banking* dimana Persepsi dalam menggunakan produk termasuk kedalam salah satu faktor psikologis teori perilaku konsumen.

B. *Theory of Acceptance Model*

Theory of Acceptance Model diperkenalkan pertama kali oleh Davis pada tahun 1986 yang kemudian dikembangkan pada tahun 1989, sebagai model penerimaan pengguna pada suatu sistem informasi, dalam memformulasikan TAM. *Theory of Acceptance Model* ini merupakan salah satu teori penggunaan sistem informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem informasi yakni model penerimaan *information technology* atau *technology acceptance model*. TAM adalah Suatu teori sistem informasi yang memodelkan

bagaimana pengguna mulai menerima dan menggunakan suatu teknologi.²⁰

Theory of Acceptance Model merupakan teori yang tindakan yang beralaskan dengan satu premis bahwa *perception* seseorang terhadap suatu hal, akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut. *Perception of Information Technology* akan mempengaruhi sikapnya dalam penerimaan terhadap teknologi tersebut, faktor yang dapat mempengaruhinya adalah persepsi dari *convinience* (kemudahan dalam penggunaan) sebagai tindakan yang beralaskan dalam pengguna teknologi, sehingga alasan seseorang dalam melihat manfaat dan kemudahan penggunaan *information technology* menjadikan perilaku orang tersebut sebagai tolak ukur dalam penerimaan teknologi.

Menurut Davis, tujuan utama TAM ini untuk mendirikan dasar penelusuran pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap dan tujuan pengguna komputer. Teori ini dikhususkan untuk permodelan penerimaan pengguna. Hubungan atau keterkaitan pada model TAM oleh Davis terhadap variabel penelitian ini terdapat lima konstruksi adalah sebagai berikut:²¹

- 1) Kegunaan persepsi (*Perception*)
- 2) *Convinience*/ kemudahan penggunaan (*peceived ease of use*)
- 3) Minat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intetion to use*)
- 4) Penggunaan information technology (*actual tehnlogy use*)
- 5) Sikap terhadap perilaku/ sikap menggunakan teknologi (*attitude towards behavior*)

Teori ini mendefinisikan terdapat dua faktor yang mempengaruhi penerimaan penggunaan terhadap teknologi yaitu *Convinience* dan *Perception of Information technology*.²²

²⁰ Mayasari, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol 16. No. 1 (2011), h. 12

²¹ *Ibid.*, 113.

²² *Ibid.*, 114.

Convenience didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tidak diperlukan usaha apapun (*free of effort*). Dengan demikian, model TAM dapat menjelaskan bahwa pengguna akan menentukan sikapnya dalam pemanfaatan penggunaan sistem informasi. Sehingga model TAM dapat digunakan sebagai dasar untuk menentukan upaya-upaya yang diperlukan untuk mendorong kemauan untuk menggunakan teknologi.

Model TAM berasumsi bahwa seseorang mengadopsi suatu teknologi pada umumnya ditentukan oleh proses kognitif yang bertujuan untuk memaksimalkan kegunaan teknologi tersebut. Dengan kata lain, kunci utama penerimaan Information technology oleh penggunaannya adalah evaluasi kegunaan teknologi itu sendiri. Relevansi dari *Theory of Acceptance Model* dengan penelitian ini sangat berhubungan terhadap variabel penelitian ini adalah bahwa *Theory of Acceptance Model* tersebut dapat menjelaskan aspek keprilakuan pengguna bahwa alasan pengguna dalam melihat *information technology*, *convenience*, *risk*, dan *service features* menyebabkan tindakan pengguna tersebut dapat menerima penggunaan, sehingga dapat menjelaskan perilaku pengguna untuk menggunakan suatu sistem termasuk *internet banking*.

C. *Theory of Reasoned Action*

Theory of Reasoned Action (TRA) merupakan teori perilaku yang mendasar dan berpengaruh terhadap tindakan, teori ini dikembangkan oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzen pada tahun 1980, merupakan model teori psikologi sosial yang secara fundamental menerangkan faktor-faktor yang mendorong perilaku manusia.²²

TRA menjelaskan bahwa tindakan dilakukan karena individu mempunyai minat atau keinginan untuk melakukannya. Terdapat tiga komponen dalam model ini yaitu minat berprilaku (*behavioral intention*), sikap (*attitude*), dan norma subjektif (*subjective norm*) yang mempengaruhi perilaku (*behavior*).²³

Dalam model *Theory of Reasoned Action* (TRA) dikembangkan suatu konstruksi bahwa perilaku suatu individu bergantung dari beberapa variabel yang saling berhubungan. Dalam model ini dikatakan bahwa perilaku aktual suatu individu ditentukan oleh dua faktor bersamaan, yaitu sikap seseorang terhadap suatu perilaku dan norma-norma subjektif.

Theory of Reasoned Action mengusulkan bahwa niat perilaku adalah suatu fungsi dari sikapnya terhadap perilakunya, dan bagaimana dia berpikir orang lain akan menilainya jika dia melakukan perilaku tersebut. Tujuan dari perilaku yakni kekuatan seseorang untuk melakukan tindakan yang ditentukan. Tujuan sikap seseorang terhadap suatu perilaku tersebut dapat didefinisikan sebagai perasaan positif atau negatif suatu individu terhadap pencapaian suatu perilaku, sedangkan norma subjektif didefinisikan sebagai persepsi seseorang dengan melihat bahwa bagi kebanyakan orang yang dianggapnya penting baginya, dirinya harus atau tidak harus melakukan suatu perilaku.²⁴ Hubungan *Theory of Reasoned Action* dengan penelitian ini adalah bahwa variable Minat (Y) menentukan perilaku seseorang dalam menggunakan layanan *internet banking*

D. Perception of Information Technology

1. Pengertian *Perception*

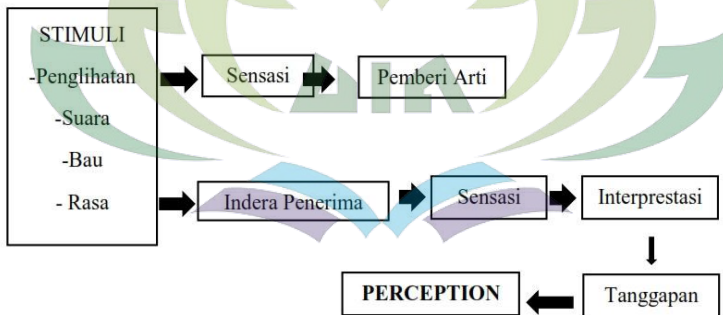
Perception berasal dari Kamus Bahasa Inggris yang berarti Persepsi yang artinya pengamatan atau penafsiran. *Perception* merupakan Penafsiran suatu objek, peristiwa, atau informasi yang dilandasi oleh pengalaman hidup seseorang yang mealkukan penafsiran tersebut. *Perception* juga bisa sebagai interpretasi bermakna atas sensasi sebagai representasi objek eksternal.²³

Perception dapat didefinisikan sebagai hakikatnya suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi, di mana sensasi adalah aktivitas merasakan atau penyebab keadaan emosi yang menggembirakan. Sensasi juga dapat didefinisikan

²³ Deddy, Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), h.27

sebagai tanggapan yang cepat dari indra penerima kita terhadap stimuli dasar seperti cahaya, warna, dan suara. Dengan adanya itu semua persepsi akan timbul. *Perception* dapat didefinisikan sebagai makna yang kita pertalikan berdasarkan masa lalu, stimuli yang kita terima melalui lima indera.²⁴ *Perception* bisa juga dikatakan sebagai proses kognitif yang dialami oleh setiap orang yang timbul akibat adanya sensasi atau aktivitas tentang lingkungannya melalui lima indra yaitu penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan dan penciuman. Untuk memahami persepsi diperlukan adanya pengenalan bahwa persepsi itu merupakan suatu penafsiran yang unik melalui lima indra terhadap sensasi atau aktivitas. *Perception* seseorang dibentuk oleh:

- a. Karakteristik dari stimuli.
- b. Hubungan stimuli dengan sekelilingnya.
- c. Kondisi-kondisi didalam diri kita sendiri.



Sumber: Etta Mamang Sangadji dan Sopiah Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis (Diadaptasi dari Solomon, 2002).

Gambar 2.1
Proses perseptual

²⁴ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2013), h. 6.

2. *Perception of Information technology*

Perception merupakan Tingkat dimana seseorang percaya akan situasi. Perkembangan teknologi semakin berkembang dalam situasi ini banyak perusahaan perbankan menciptakan berbagai produk layanan, salah satunya yaitu layanan *internet banking*, dimana dengan adanya layanan *internet banking* banyak memberikan manfaat bagi kehidupan, mempermudah setiap kebutuhan transaksi keuangan dimanapun dan kapanpun tanpa batas waktu.

Perceived usefulness adalah Tingkat dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerja.²⁵ Sesuai dengan TAM, penggunaan sistem (*actual system usage*) paling dipengaruhi oleh minat untuk menggunakan (*behavioral intentions toward usage*). *Behavioral intentions toward usage* dipengaruhi oleh dua kepercayaan, yaitu persepsi pengguna terhadap manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi pengguna terhadap kemudahan (*perceived ease of use*). *Perceived usefulness* diartikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerjanya.

E. *Information Technology*

1. Pengertian *Information Technology*

Kata Information Technology (Teknologi Informasi) berdasarkan Kamus *Advanced Learner's Dictionary of Current English* adalah penerapan pengetahuan secara sistematis pada tugas-tugas praktik dalam suatu industri. *Techology* dapat diartikan sebagai pelaksana ilmu, sinonim dengan ilmu terapan. *Information Technology* adalah Studi atau penggunaan peralatan elektronika, terutama komputer untuk menyimpan, menganalisis, dan mendistribusikan informasi dalam bentuk apapun termasuk kata-kata, bilangan,

²⁵ Davis, F.D., "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology". *MS Quarterly*, Vol. 131 No. 3 (1989), h. 318.

dan gambar.²⁶ *Information Technology* mencakup perangkat keras dan perangkat lunak untuk melaksanakan satu atau sejumlah tugas pemrosesan data seperti menangkap, mentransmisikan, menyimpan, mengambil, memanipulasi atau menampilkan data.²⁷

Information Technology tidak hanya terbatas pada teknologi komputer (perangkat keras atau perangkat lunak) yang digunakan untuk memproses dan menyimpan informasi, melainkan juga mencakup teknologi komunikasi untuk mengirimkan informasi.²⁸ Secara lebih umum, *Information Technology* adalah Segala bentuk teknologi yang diterapkan untuk memproses dan mengirimkan informasi dalam bentuk elektronik.²⁹

Information Technology merupakan fasilitas-fasilitas yang terdiri dari perangkat keras dan perangkat lunak dalam mendukung dan meningkatkan kualitas informasi untuk setiap lapisan masyarakat secara cepat dan berkualitas.³⁰ Adapun pengertian *Information technology* menurut para ahli:

a. Hagg dan Keen

Information Technology adalah Seperangkat alat yang membuat anda bekerja dengan informasidan melakukan tugas-tugas yang berhubungan dengan pemrosesan informasi.

²⁶ Oxpond, Allen dan Hamilton, “*Booz-Allens Wordwife Survey Revealed a Huge Perception Gap Between Japanese and Amarican/ European Bank Regarding Internet Banking*”, 1995.

²⁷ Alter, Steven, “*Information System : A Management Perspective*. Benjamin/ Cummings, California”, 1992.

²⁸ Martin, E, “*Managing Information Technology What Managers Need to Know* Tigard ed. New Jersey: Pearson education International”, 1999.

²⁹ Lucas, H.C., *Information Technology and the Productivity Paradox: Assessing the Value of Investing in IT*, (New York: Oxford University Press, 1999), h. 17.

³⁰ Andi Makkulawu Panyiwi Kessi, *Motivasi, Kompetensi, dan Penguasaan Teknologi Informaasi Pada Kinerja Kepuasaan Kerja dan Kinerja Dosen*, (Makasar : Jakad Media Publishing, 2019), h. 27.

b. Oxford English Dictionary (OED)

Information Technology adalah Hardware dan Software dan bisa termasuk didalamnya jaringan dan telekomunikasi yang biasanya adalah konteks bisnis dan usaha.

c. William dan Sawyer

Information Technology adalah Teknologi yang menggabungkan komputasi (computer) dengan jalur komunikasi kecepatan tinggi yang membawa data, suara, dan video.

d. Martin

Information Technology adalah teknologi yang tidak hanya pada teknologi komputer (perangkat keras dan perangkat lunak) yang akan digunakan untuk memproses dan menyimpan informasi, melainkan mencakup teknologi komunikasi untuk mengirim atau menyebarkan informasi.

e. Sulistyono-Basuki

Information Technology adalah Teknologi yang digunakan untuk menyimpan, mengolah, menghasilkan, dan menyebarkan informasi.³¹

2. Indikator *Information Technology*

a) Kecepatan dalam penggunaan *internet banking*

Kecepatan dapat diartikan dengan kecepatan *internet banking* untuk memberikan informasi yang diinginkan pengguna *internet banking*.³² Penerapan *information technology* di dunia perbankan berupa layanan *internet banking* bertujuan untuk menghasilkan kecepatan (*speed*) dalam penggunaan *internet banking*. Komputer dapat bekerja jauh lebih cepat dan akurat selesai dalam hitungan detik dari pada cara kerja manusia seperti, kecepatan

³¹ Ibid., h. 18-19.

³² A Mukherjee, Nath, P., "A Model of Trust in Online Relationship Banking". *The International Journal of Banking Marketing Bradford*, Vol. 21 No. 1, 2005.

kemampuan pemrosesan informasi dan konektivitas saat melakukan transaksi.

- b) Banyaknya manfaat dari penggunaan internet banking

Penggunaan *internet banking* tentu saja mempunyai banyak manfaat bagi pengguna atau nasabah yang melakukan transaksi, manfaat dari penggunaan *internet banking* salah satunya *internet banking* diperkirakan membawa pada pengurangan biaya (efisiensi) dan meningkatkan keunggulan kompetitif.

- c) Keefektifan transaksi yang dilakukan menggunakan internet banking

Keefektifan adalah kesesuaian tujuan penggunaan suatu teknologi dengan hasil yang didapatkan oleh pengguna teknologi tersebut. Pencapaian tujuan merupakan upaya dari proses yang dilakukan dengan mudah, keefektifan dalam menggunakan *internet banking* dilihat dari berhasilnya nasabah melakukan transaksi yang merupakan tujuan utamanya, mudahnya menggunakan layanan serta fasilitas ini menjadi salah satu keberhasilan nasabah

- d) Mendukung aktivitas nasabah

Mendukung aktivitas nasabah adalah saat nasabah melakukan transaksi *information technology* di layanan *internet banking*, *information technology* adalah Fasilitas-fasilitas yang terdiri dari perangkat keras dan perangkat lunak dalam mendukung aktivitas nasabah dan meningkatkan kualitas informasi secara tepat dan berkualitas.

3. Lingkup *Information Technology*

Lingkup *Information Technology* dapat dikelompokkan menjadi 2 bagian yakni *software* dan *hardware*. *Hardware* (Perangkat Keras) meliputi peralatan seperti:

- a) CPU
- b) Komputer
- c) Memori
- d) Keyboard
- e) Hardisk
- f) Kertas
- g) Printer, dll

Sedangkan *Software* (Perangkat lunak) yakni dalam bentuk intruksi-instruksi untuk mengatur perangkat keras agar bekerja sesuai dengan tujuan instruksi.³³ Bisa dikatakan *Software* tersebut guna untuk menjalankan perangkat keras agar tujuan dari penggunaan *technology* tercapai. Menurut Menurut Haag (2000) *Information Technology* dibagi menjadi 6 kelompok antara lain:³⁴

1. Teknologi masukan (*input*) adalah Segala perangkat yang digunakan untuk menangkap data/informasi dari sumber asalnya.
2. Teknologi keluaran (*output*) yakni Informasi yang dapat diterima oleh pemakai yang membutuhkan, informasi perlu disajikan dalam berbagai bentuk baik kertas dengan menggunakan printer mamupun melalui media penyimpanan seperti hardisk.
3. Teknologi Perangkat Lunak (*Software*) yang digunakan untuk Menciptakan informasi perangkat lunak atau program. Program adalah Sekumpulan intruksi yang digunakan untuk mengendalikan program perangkat keras pada komputer.
4. Teknologi Penyimpanan (*Storage*) yakni Teknologi penyimoan menyangkut segala peralatan yang diperlukan unttuk menyimpan data.
5. Teknologi Telekomunikasi (*Telecomucation*) yakni Teknologi yang memungkinkan hubungan jarak jauh. Contoh Internet, ATM.

³³ A, Kadir, *Pengenalan sistem informasi*. (Yogyakarta: Andi, 2003).

³⁴ Haag, L. and S. Smey, "A Survey of Internet Use by Teachers in Three Urban Connecticut Schools School Lib.Media Quarterly 25", 2000.

6. Teknologi pemroses (*Process*) yakni Bagian penting technology Information yang berfungsi untuk mengingat data/program berupa komponen memori dan mengedukasi program berupa komponen CPU.

4. Peranan *Information Technology*

Peran *Information Technology* sangat penting dalam suatu bisnis. Kecepatan, kemampuan pemrosesan informasi dan konektivitas komputer serta teknologi internet dapat secara mendasar meningkatkan efisiensi para bisnis, seperti juga meningkatkan komunikasi dan kerjasama. Pemanfaatan *Information Technology* yang maksimal dapat digunakan untuk membentuk strategi menuju keunggulan yang kompetitif dengan cara:³⁵

- a) Strategi Biaya guna Meminimalisir biaya atau memberikan harga yang lebih murah terhadap pelanggan, menurunkan biaya dari pemasok, dan meningkatkan biaya pesaing untuk tetap bertahan di industri.
- b) Strategi Inovasi guna Memperkenalkan produk/jasa yang unik, atau membuat perubahan dalam proses bisnis yang menyebabkan perubahan-perubahan yang mendasar dalam pengelolaan bisnis.
- c) Strategi diferensiasi guna Mengembangkan cara-cara untuk membedakan produk/jasa yang dihasilkan perusahaan terhadap pesaing, sehingga pelanggan menggunakan produk atau jasa tersebut karena adanya manfaat atau fitur yang unik.
- d) Strategi Pertumbuhan guna Mengembangkan kapasitas produksi secara signifikan.
- e) Strategi Aliansi guna Membentuk Hubungan dan aliansi bisnis yang baru dengan pelanggan, pemasok, pesaing, konsultan, dan lain-lain.

³⁵ O'Brian, David and Detmar Straub, "The Relative Importance of Perceived Ease of Use in IS Adoption: A Study of E-commerce Adoption". *Journal of the association for information system*, Vol. I article 8 (October 2005).

f) Strategi *Information Technology* Menuju Keunggulan Kompetitif

Peranan *Information Technology* meliputi :³⁶

- a) *Information Technology* menggantikan peran manusia. Dalam tugas ini, teknologi melakukan otomatisasi terhadap suatu tugas atau proses.
- b) *Information Technology* memperkuat peran manusia, yakni dengan menyajikan informasi terhadap suatu tugas atau proses.
- c) *Information Technology* berperan dalam restrukturisasi terhadap peran manusia. Dalam hal ini teknologi berperan dalam melakukan perubahan-perubahan terhadap sekumpulan tugas atau proses.

5. Fungsi *Information Technology*

a) Penciptaan informasi

Penciptaan informasi tidak dapat dilepaskan dari sumber-sumbernya. Sumber informasi adalah input yang diperoleh oleh berbagai sumber, seperti kegiatan operasional, pendapat masyarakat, data yang diperoleh karena kegiatan penelitian, data ilmiah berupa teori, dalil, hipotesis, dapat diperoleh dengan cepat.

b) Penciptaan dan Pemeliharaan Saluran

Bagi para pemakai saluran komunikasi, saluran tersebut menjadi alat yang tidak boleh tetapi harus diakui bahwa keahlian untuk memelihara saluran komunikasi itu kiranya dapat dipecahkan melalui pendidikan, latihan dan pengalaman.

c) Seleksi dan Transmisi Informasi

Kemampuan memilih informasi apa yang dikirimkan untuk siapa bagi keperluan apa sangat menjadi sangat penting. Tugas memilih dan mengirim informasi merupakan tugas bagi banyak pihak oleh karena jelas siapa yang memerlukan informasi apa, bila mana

³⁶ A, Kadir, *Pengenalan sistem informasi*, (Yogyakarta: Andi, 2003).

informasi itu diperlukan, dalam kualitas dan kuantitas apa dan kegunaan apa.

d) Penerimaan informasi secara selektif

Penerimaan informasi secara selektif akan dengan dilakukan dengan perantaraan mesin-mesin. Karenanya, pimpinan organisasi memikirkan pola hubungan manusia dengan mesin dimasa depan juka organisasi diharapkan dapat berfungsi dengan baik.

e) Penyimpanan informasi untuk diambil kembali

Ditinjau dari segi *information technology*, alat penyimpanan informasi di masa depan akan menjadi kompak sehingga tidak lagi memerlukan spasi yang luas dan besar, karena fungsinya dapat diambil kembali.

f) Penggunaan informasi

Beberapa contoh informasi yang dapat digunakan diantaranya, seperti: untuk eksperimentasi oleh lembaga-lembaga penelitian, untuk menciptakan prinsip-prinsip kerja lebih efisien oleh ahli teknologi, untuk mengetahui pasaran yang banyak digunakan oleh para usahawan, untuk mengetahui informasi berupa rahasia yang diperlukan dalam kegiatan-kegiatan intelektual, terutama yang menyangkut rahasia negara dan sebagainya.³⁷

6. Tujuan dan Manfaat *Information Technology*

a) Tujuan *Information Technology*

Tujuan *Information Technology* yaitu untuk memecahkan suatu masalah, membuka kreativitas, meningkatkan efektivitas, dan efisien si dalam melakukan pekerjaan. Jadi dapat dikatakan karena dibutuhkannya pemecahan masalah, membuka kreativitas, dan efisiensi manusia dalam melakukan pekerjaan, menjadi penyebab atau acuan diciptakanya *information technology*, dengan adanya *information*

³⁷ Kasiyanto Kasemin, *Agresi Perkembangan Teknologi Informasi*, (Jakarta: PRENADA MEDIA GROUP, 2015), h. 12-14.

technology membuat pekerjaan manusia lebih mudah dan efisien.

b) Manfaat *Information Technology*

1. Memudahkan kita dalam memperoleh informasi serta melakukan komunikasi
2. Terbukanya peluang bisnis baru
3. Adanya peningkatan kualitas serta kualitas pelayanan publik
4. Adanya peningkatan layanan informasi jarak jauh dalam bidang kesehatan
5. Terciptanya *e-learning* sebagai salah satu sarana dalam memperbaiki sistem pendidikan
6. Terciptanya lapangan pekerjaan
7. Memperkaya ilmu dan pengetahuan dalam semua bidang termasuk dalam aspek kebudayaan
8. Terdongginya proses demokrasi dalam segala hal³⁸

Keuntungan Penerapan *Information Technology*

Keuntungan penerapan *information technology* sebagai berikut:

- a) Kecepatan (*speed*), komputer dapat bekerja jauh lebih cepat dan akurat selesai dalam hitungan detik dari pada cara kerja manusia
- b) Konsistensi (*consistency*), hasil pengolahan komputer lebih konsisten lebih konsisten tidak berubah-ubah karena formatnya sudah standard
- c) Ketepatan (*Precision*), akurat dan tepat, komputer mempunyai tingkat kesalahan yang lebih kecil kemungkinannya dan hasilnya lebih dipercaya³⁹

7. *Information Technology* Dalam Dunia Perbankan

Persaingan antarbank ditandai oleh beberapa faktor produk, layanan yang ditawarkan kepada para nasabah, mulai dari lokasi layanan, bukan dalam bentuk kantor cabang dan kas ATM saja. Layanan jasa keuangan di dunia sedang

³⁸ Andi Makkalawu Pinyiwi Kessi, Op.Cit, h. 29.

³⁹ Sutarman, *Pengantar Teknologi Informasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), h.

bergerak ke arah konvergensi di antara ke empat jenis produk tersebut. Menurut wiji Nurastuti ada tiga objektif besar yang harus dicapai dan menjadi target utama dalam penerapan *information technology* di dunia perbankan, yakni jika diamati secara lebih seksama akan nampak bahwa fokus pengembangan lebih terarah pada fungsi-fungsi office:

- a) *Information technology* secara langsung maupun tidak langsung harus memiliki dampak terhadap penciptaan produk pelayanan yang jauh lebih baik dari sebelumnya sehingga meningkatkan kinerja dan daya saing perusahaan (*value adding activity*)
 - b) *Information technology* harus dapat meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dari manajemen dalam bentuk penyediaan informasi dan pengetahuan yang relevan, tepat, akurat, terpercaya, dan bernilai tinggi.
 - c) *Information technology* harus mampu untuk meningkatkan level perolehan pendapatan perusahaan dengan para nasabah.⁴⁰
8. *Information Technology* Dalam Perspektif Islam

Undang-Undang Republik Indonesia nomor 11 tahun 2008,⁴¹ informasi dan transaksi elektronik merupakan undang-undang yang dipakai sebagai dasar hukum bagi lalu lintas Informasi dan Teknologi yang berlaku di Indonesia. Sekalipun sudah cukup mengakomodir perkembangan teknologi di Indonesia, namun tetap perlu banyak revisi untuk mendapatkan suatu undang-undang yang mampu mengakomodir kebutuhan hukum di masyarakat dalam bidang information dan technology. Firman Allah yang berkaitan dengan *technology* diantaranya Q.S Al-Anbiya 80-81.

⁴⁰ Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2019) h. 109.

⁴¹ Pratiwi Utami, *Undang-undang dan Transaksi Elektronik Nomor 11 Tahun 2008*, (Yogyakarta: Jogja Bangkit Publisher (Anggota IKAPI), 2009), hal. 7.

وَعَلَّمْنَاهُ صَنْعَةَ لَبُوسٍ لَّكُمْ لِيُحِصِنَكُمْ مِنْ بَأْسِكُمْ فَهَلْ أَنْتُمْ
 شَاكِرُونَ ﴿١٠٠﴾ وَلَسُلَيْمَانَ الرِّيحَ عَاصِفَةً تَجْرِي بِأَمْرِهِ إِلَى الْأَرْضِ
 الَّتِي بَرَكْنَا فِيهَا وَكُنَّا بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمِينَ ﴿١٠١﴾

Artinya : “Dan telah kami ajarkan kepada Daud membuat baju besi untuk kamu, guna memelihara kamu dalam peperanganmu; Maka hendaklah kamu bersyukur (kepada Allah) dan (telah kami tundukkan) untuk Sulaiman angin yang sangat kencang tiupanya yang berhembus dengan perintahnya ke negeri yang Kami telah memberkatinya dan adalah Kami Maha Mengetahui segala sesuatu.”

Pada ayat diatas dinyatakan bahwa Nabi Daud a.s diberitahu oleh Allah SWT tentang pembuatan baju pelindung yang dapat digunakan dalam pertempuran. Dari pelajaran yang disampaikan Allah kepada Nabi Daud ini kita dapat melihat perkembangan pembuatan baju besi yang dirancang khusus untuk para prajurit dalam peperangan yang mereka hadapi baik itu berupa topi besi, rompi, atau peluru dan sebagainya, ini merupakan perkembangan dari teknologi yang telah berabad-abad Allah ajarkan kepada nabi-Nya. Ayat ini mengilhami adanya suatu *technology* sejak zaman nabi yang terus berkembang hingga zaman sekarang. Technology juga sangat berkembang di dunia perbankan dan memberikan dampak positif serta manfaat bagi penggunaanya, salah satunya *information technology* memudahkan kita dalam memperoleh informasi serta melakukan komunikasi.

F. Convinience

1. Pengertian Convinience

Convinience adalah Kemudahan penggunaan (*ease of use*) adalah Sebagai suatu tingkatan dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan *information technology* merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha

keras bagi penggunanya. Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan teknologi kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan pemakai.⁴²

Persepsi individu berkaitan dengan kemudahan dalam menggunakan komputer (*perceived ease of use*) merupakan tingkat dimana individu percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari kesalahan. Persepsi ini kemudian akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem, semakin tinggi pula tingkat *Information Technology Convenience* yang dimaksudkan ialah Kemudahan dalam Penggunaan *Internet Banking*. Kemudahan Penggunaan sebagai suatu tingkat dimana seseorang percaya bahwa *Information Technology* dapat dengan mudah dipahami.⁴³

Perceived ease of use didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan *Information Technology* merupakan hal mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan *Information Technology* dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan pemakai. Dalam TAM, faktor persepsi terhadap kemudahan untuk menggunakan teknologi dan persepsi terhadap daya guna sebuah teknologi berhubungan dengan sikap seseorang pada penggunaan teknologi tersebut. Sikap pada penggunaan sesuatu adalah sikap suka atau tidak suka terhadap penggunaan suatu produk. Sikap suka atau tidak suka terhadap suatu produk ini dapat digunakan untuk memprediksi perilaku niat seseorang untuk menggunakan suatu produk atau tidak menggunakannya.

⁴² Fred D Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology". *Jurnal Management Information System*, Vol. 13 No. 3, h. 319

⁴³ Davis, F.D., Bagozzi, R.P., and Warshaw, P.R., "User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models". *Management Science*, Vol. 35 No. 8 (1989), h. 982.

Kemudahan dalam bertransaksi dengan menggunakan *internet banking* disediakan oleh pihak perbankan agar mudah untuk dipahami dan mudah digunakan. Adanya kemauan ini menjadikan nasabah tidak memerlukan usaha yang tinggi untuk mempelajarinya. Selain itu, kemudahan yang diberikan oleh layanan internet banking dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Hal ini bisa dikatakan bahwa sistem teknologi *internet banking* bekerja untuk memudahkan penggunaanya dari pada seseorang yang tidak menggunakan sistem tersebut.

Persepsi kemudahan berarti keyakinan individu bahwa mengatakan sistem *information technology* tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan (*free of effort*).

Apabila nasabah beranggapan *internet banking* mudah dipelajari, maka layanan tersebut mudah untuk digunakan dan akan sering digunakan oleh nasabah. Apabila para nasabah beranggapan bahwa *internet banking* mudah dipahami, simpel dan mudah pengoperasiannya, maka layanan tersebut mudah untuk dijalankan dan tidak membutuhkan banyak usaha. Sebaliknya jika nasabah beranggapan *internet banking* tidak mudah untuk dipelajari, tidak simpel, terlalu rumit dan susah dalam pengoperasiannya, maka layanan *internet banking* tersebut tidak menimbulkan rasa minat bagi para nasabah untuk menggunakannya. Jika para nasabah beranggapan pengguna layanan *internet banking* tidak membutuhkan banyak usaha dan ketika menggunakan layanan tersebut mereka merasa bahwa merasa pekerjaan yang diinginkan akan lebih mudah, maka *internet banking* akan sering digunakan.⁴⁴

2. Indikator *Convinience*

Untuk mempresentasikan variabel kemudahan penggunaan agar dapat mencapai tujuan yang ditentukan, menggunakan beberapa indikator-indikator yang selanjutnya

⁴⁴ Ibid., h. 944.

indikator tersebut dijabarkan dalam kuisioner. Indikator dalam *Convinience* antara lain:

a. Efisiensi waktu

Efisiensi waktu adalah Tingkat kehematan dalam hal 'waktu' saat pelaksanaan hingga kegiatan selesai. Efisiensi waktu menggunakan *internet banking* nasabah tidak perlu datang langsung ke suatu bank untuk melakukan transaksi sehingga menghemat waktu nasabah dalam antrian bank, dengan mudah nasabah langsung bisa melakukan transaksi di halaman web resmi bank.

b. Kemampuan melakukan transaksi

Dengan adanya fasilitas yang mudah sesuai kebutuhan seseorang, maka memudahkan kemampuan seseorang dalam menggunakannya, dalam *internet banking* fasilitas yang diberikan oleh suatu bank menyediakan berbagai macam transaksi yang dibutuhkan oleh nasabah, seperti transaksi antar bank atau beda bank, melihat saldo rekening, pembelian pulsa, atau pembayaran tagihan.

c. Kemudahan operasional internet banking

Suatu teknologi yang jelas dan dapat dioperasikan dengan mudah, maka akan memudahkan pemakai dalam menggunakannya. *Internet banking* merupakan layanan perbankan melalui jaringan internet yang dalam penggunaannya dan pengoperasiannya dapat digunakan dengan mudah, karena mudah diakses melalui *smartphone* saja, tanpa menggunakan aplikasi shanya masuk ke website resmi pihak bank menggunakan jaringan internet dan masukan ID serta Password, lalu setelah itu nasabah dapat dengan mudah melakukan berbagai transaksi yang diinginkan.

d. Penggunaan yang fleksibel dapat dilakukan dimana saja

Fleksibel adalah kemampuan beradaptasi dan bekerja dengan efektif dalam situasi yang berbeda dengan berbagai individu atau kelompok. Fleksibel dalam

menggunakan *internet banking* dapat dilakukan dimana saja dan dapat dilakukan kapan pun selama 24 jam.

3. Persepsi *Convinience (Perceived Ease of Use)*

Persepsi Kemudahan Penggunaan dibagi menjadi sebagai berikut.⁴⁵

- a. Interaksi Individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*)

Ketika nasabah menggunakan *internet banking* tidak mengalami kebingungan dan tampilan mobile banking mudah untuk dibaca dan dipahami.

- b. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut (*does not require a lot of mental effort*)

Tanpa harus mengeluarkan usaha lebih nasabah dapat dengan mudah untuk mempelajari dan menggunakan *internet banking*

- c. Sistem mudah digunakan (*easy to use*)

Nasabah dapat dengan mudah mempelajari layanan mobile banking dan tidak melakukan kesalahan-kesalahan pada saat menggunakannya.

- d. Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang di ingin individu kerjakan (*ease to get system to do what he/she wants to do*)

Nasabah dapat menggunakan mobile banking sesuai dengan kebutuhan dan tujuannya untuk memperlancar transaksi bisnis.

Persepsi tentang kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu alat ukuran dimana seseorang percaya, bahwa computer dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Persepsi pengguna terhadap kemudahan dalam menggunakan teknologi dipengaruhi oleh beberapa faktor:

⁴⁵ Vankatesh, V. Morris, "User acceptance of Information technology : Toward a Unified Views". *MIS Quartely*, Vol. 7 No. 3 (2003), h. 425-478.

- a. Faktor pertama berfokus pada teknologi itu sendiri, contohnya pengalaman pengguna terhadap penggunaan teknologi yang sejenis.
 - b. Faktor kedua adalah reputasi akan teknologi tersebut yang diperoleh oleh pengguna. Reputasi yang baik yang di dengar oleh pengguna akan mendorong keyakinan pengguna terhadap kemudahan penggunaan teknologi tersebut.
 - c. Faktor ketiga yang mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan menggunakan teknologi adalah tersedianya mekanisme pendukung yang handal. Mekanisme pendukung yang terpercaya akan membuat pengguna merasa nyaman dan merasa yakin, bahwa terdapat mekanisme pendukung yang handal jika terjadi kesulitan dalam menggunakan teknologi, maka mendorong persepsi pengguna ke arah yang lebih positif.
4. *Convinience* Dalam Perspektif Islam
Convinience sesuai firman Allah SWT dalam Al-qur'an, Q.S Al-Insyirah ayat 5-6 :

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٥﴾ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾

Artinya: “*Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.*” (Q. S Al-Insyirah ayat 5-6)

Dari ayat diatas Allah SWT mengatakan bahwa kesulitan yang diberikan dalam kehidupan pasti dimudahkan. Dalam konteks kemudahan, ayat tersebut dapat dipahami terkait dengan *internet banking* bahwa kemudahan penggunaan (*Convinience*) dapat mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga dalam menggunakan suatu sistem. Nasabah tidak perlu kesulitan untuk datang langsung ke bank dan mengantri. Penggunaan produk layanan *internet banking* diharapkan

dapat mempermudah pengguna layanan atau nasabah dalam bertransaksi.

G. Risk

1. Pengertian *Risk*

Risk adalah Suatu keadaan tidak pasti untuk memilih melakukan transaksi atau tidak, pertimbangan tersebut berupa jarak dan suasana dalam melakukan transaksi online dan infrastruktur global yang banyak mengandung unsur risiko.⁴⁶ *Risk* sering dipahami sebagai ekspektasi atas kerugian, yakni penilaian atas kerugian yang dilakukan oleh individu, dimana semakin besar kerugian semakin besar pula risiko dianggap ada.⁴⁷ *Risk* merupakan Peluang terjadinya hasil yang tidak diinginkan sehingga risiko hanya terkait dengan situasi yang memungkinkan munculnya hasil negatif serta tercermin dari kondisi nyata pengguna.⁴⁸ Dalam menggunakan teknologi *internet banking* terdapat risiko yang terendah sampai risiko paling tinggi, yang sering terjadi, yaitu risiko jaringan yang menyebabkan kegiatan transaksi berupa transfer atau pembayaran melalui internet banking dapat terhambat. Transaksi yang dilakukan secara *online* mengakibatkan nasabah tidak dapat bertemu secara langsung sehingga nasabah tidak dapat memastikan apakah transaksi tersebut dilakukan secara tepat waktu atau tidak, oleh karena itu transaksi secara online dapat dikatakan memiliki *risk* yang tinggi.⁴⁹

Menurut Bank Indonesia, *Risk* adalah Potensi kerugian akibat terjadinya sesuatu tertentu. Menurut PBI No 13/25/PBI tentang Penerapan Risiko bagi BUS dan UUS, *Risk* merup

⁴⁶ Hafid Nur Yudha, “Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah Bank Terhadap Internet Banking Adoption (Studi Pada Nasabah Perbankan yang Menggunakan Internet Banking di Kota Surakarta)”. *Journal of Accounting*, Vol. 4 (2015) h. 1.

⁴⁷ Vicent-waine Mitchel, “Consumer Preceived Risk: Conceptualisations and model”. *European Journal of marketing*, Vol.33, h. 163-195.

⁴⁸ Fahmi Basyib, *Manajemen Risiko*, (Jakarta: PT Gramedia, 2007), Cetakan ke-1, h. 1.

⁴⁹ Syansyul Hadi, Novi, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan *Mobile Banking*”. *Jurnal Optimun*, Vol. 5 No. 1 (2015) h. 59.

akan potensi kerugian yang terjadinya suatu peristiwa tertentu. Sementara itu *risk*, kerugian yang terjadi sebagai konsekuensi langsung maupun tidak langsung dari kejadian risiko, kerugian tersebut bisa berbentuk finansial maupun nonfinansial.⁵⁰

2. Indikator *Risk*

a. Besarnya risiko

Risk sering dipahami ekspektasi atas kerugian, yakni penilaian atas kerugian yang dilakukan oleh individu, dimana semakin besarnya kerugian semakin besar pula risiko yang ada.⁵¹ Semakin besar persepsi nasabah atas adanya potensi risiko yang akan di dapatkan maka semakin berkurangnya minat penggunaan layanan internet *banking*. Semakin tinggi kekhawatiran nasabah atas *risk* maka semakin kecil kemungkinan maka semakin kecil juga peluang untuk menggunakan *internet banking*.

b. Keamanan transaksi

Keamanan transaksi menjadi salah satu faktor yang diinginkan nasabah dalam bertransaksi, banyaknya kejahatan dunia IT (*cyber*) untuk merugikan pengguna *internet banking* membuat kita sebagai nasabah harus meminimalisir terjadinya potensi kerugian akibat dampak kejahatan tersebut. Keamanan transaksi dalam melakukan transaksi harus membuka *website* resmi bank dan jangan menginformasikan identitas terkait ID dan password kepada siapapun termasuk pihak bank guna terhindar dari penipuan.

c. Kebutuhan transaksi

Internet banking dapat menjamin kebutuhan transaksi nasabah dengan tersedianya fasilitas yang sudah disediakan oleh pihak bank.

⁵⁰ Bambang Rianto Rustam, *Manajemen Risiko Perbankan Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), h. 30.

⁵¹ Vicent-waine Mitchel, "Consumer Perceived Risk: Conceptualisations and model". *European Journal of marketing*, Vol.33, h. 164.

d. Tingginya keamanan pada produk internet banking

Tingginya keamanan pada produk *internet banking* membuat nasabah aman dan nyaman menggunakan layanan *internet banking*. *Risk* dalam hal keamanan dapat ditingkatkan dengan melakukan beberapa hal agar transaksi internet banking lebih aman digunakan antara lain, membuat PIN dan kode akses internet banking yang tidak mudah ditebak, Merahasiakan kode dan identitas diri, rahasiakan kode *One Trip Password* (OTP) kepada siapa pun.

3. Macam-Macam *Risk*

Peraturan Bank Indonesia No 13/ 23 tahun 2011 mengidentifikasi 10 jenis *risk* yang melekat pada industri perbankan syariah, yaitu:⁵²

a. Risiko Kredit

Risiko kredit yaitu risiko yang terjadi karena kegagalan nasabah atau pihak lain dalam mematuhi kewajibannya kepada bank sesuai dengan perjanjian yang disepakati.

b. Risiko Pasar

Risiko pasar adalah risiko yang berhubungan dengan posisi neraca dan rekening administratif, sehingga terjadi perubahan harga pasar, antara lain risiko berupa perubahan nilai dari aset yang diperdagangkan atau disewakan.

c. Risiko Operasional

Risiko operasional yaitu risiko yang timbul disebabkan karena kegiatan operasional yang tidak berjalan lancar dan mengakibatkan kerugian seperti human error, kegagalan sistem, pengendalian dan prosedur yang kurang.

d. Risiko Likuiditas

Risiko likuiditas yaitu risiko yang terjadi akibat ketidakmampuan bank dalam mematuhi kewajiban yang

⁵² Ari Kristin Prasetyoningrum, *Risiko Bank Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2015), h. 45.

sudah jatuh tempo dari berbagai sumber pendanaan arus kas.

e. Risiko Hukum

Risiko hukum yaitu risiko yang terjadi karena tuntutan hukum dan kelemahan aspek yuridis.

f. Risiko Reputasi

Risiko reputasi yaitu risiko yang terjadi karena menurunnya tingkat kepercayaan para pemangku kepentingan yang bersumber dari persepsi negatif terhadap bank.

g. Risiko Strategis

Risiko strategis yaitu risiko yang terjadi karena ketidaktepatan dalam pengambilan keputusan strategis serta kegagalan dalam mengantisipasi perubahan lingkungan bisnis.

h. Risiko Kepatuhan

Risiko kepatuhan yaitu risiko yang terjadi karena bank tidak mematuhi perundang-undangan dan ketentuan yang berlaku serta prinsip syariah.

i. Risiko Imbal Hasil

Risiko imbal hasil yaitu risiko yang terjadi karena perubahan tingkat imbal hasil yang dibayarkan bank kepada nasabah.

j. Risiko Investasi

Risiko investasi yaitu risiko yang terjadi karena bank ikut menanggung kerugian usaha nasabah yang dibiayai dalam pembiayaan bagi hasil berbasis profit and lost sharing. Selain itu, aspek keamanan yang perlu diperhatikan pihak bank pada internet banking adalah:

- 1) *Confidentiality*, memberikan jaminan bahwa data-data nasabah tidak disadap oleh pihak yang tidak berwenang seperti penyadapan nama akun dan PIN pengguna.
- 2) *Integrity*, dimana data tidak boleh diubah oleh pihak yang tidak berwenang

- 3) *Authentication*, digunakan untuk meyakinkan orang yang mengakses servis dan juga *server web* yang memberikan servis, dengan mekanisme yang biasa digunakan yaitu:
 - a) Sesuatu yang dimiliki (kartu ATM, chipcard)
 - b) Sesuatu yang diketahui (user ID, password, PIN)
 - c) Sesuatu yang menjadi bagian pemilik (sidik jari, iris mata)
- 4) *Availability*, ketersediaan layanan. Jika suatu waktu bank tidak dapat melayani nasabah dengan baik, ada kemungkinan nasabah dengan baik ada kemungkinan nasabah tersebut akan berpindah kepada bank lain yang memiliki layanan yang lebih baik.

4. *Risk* Menggunakan *Internet Banking*

Risk yang terjadi dalam menggunakan internet banking antara lain:

1. *Typosite*

Typo Site adalah Modus kejahatan *typo site* ini terbilang cukup unik dan seringkali tidak disadari oleh korbanya. Caranya, pelaku membuat situs yang memiliki nama yang hampir serupa dengan situs resmi lainnya. *Typosite* pada layanan *internet banking* adalah Membuat halaman web yang alamatnya mirip dengan halaman web *internet banking* suatu bank. Tujuannya untuk menjebak nasabah agar memasukkan user ID, password, dan informasi rahasia yang telah diperoleh digunakan pelaku untuk mengakses halaman web yang sebenarnya. Dalam *typosite*, cara yang digunakan oleh pelaku, antara lain:⁵³

- a) Membuat situs yang namanya mirip dengan alamat web suatu bank. Misalnya di situs resmi salah satu bank adalah www.ibanking-bankABC.com, sementara situs palsuya adalah

⁵³ Otoritas Jasa Keuangan, *Bijak Dalam Ber-Electronic Banking Mengatur Mengawasi melindungi Untuk Industri keuangan yang Sehat*, (Jakarta: OJK), h. 52

www.ibank-bankABC.com, www.ibanking-ACBbank.com, dan sebagainya.

- b) Menunggu hingga ada nasabah yang salah ketik sehingga masuk kedalam web tersebut
- c) Mencatat/merekam user ID dan password yang dimasukkan oleh nasabah
- d) Menggunakan user ID dan password untuk membobol akun internet banking nasabah situs yang resmi.

Hal-hal yang dapat dilakukan untuk meminimaisir bahaya *typosite* antara lain:

- a) Selalu memeriksa kembali ejaan nama situs, jangan sampai ada kesalaham ketik, termasuk penggunaan simbol
- b) Mengklik *View Certificate* untuk melihat rincian sertifikat dan memastikan apakah alamat web yang sedang diakses. Selanjutnya tanyakan hal tersebut ke call center bank yang resmi
- c) Membuat *short cut* atau menyimpan alamat situs resmi *internet banking* pada browser sehingga nasabah dapat menggunakan *short cut* dan *bookmart* tersebut untuk meminimalkan kesalahan pengetikan alamat situs intenet banking.⁵⁴

2. Tipe *Keylogger (Keylogging)*

Keylooger adalah Suatu perangkat yang dipasang diantara *keyboard* dan CPU, digunakan untuk merekam apapun yang diketikkan oleh nasabah di *keyboard*. Tujuanya adalah untuk mendapatkan user ID dan password nasabah. Meskipun saat mengetikkan password yang ditampilkan di layar, namun isi password tersebut tetap dapat terekam terbaca oleh pelaku. Hasil rekamannya dapat dikirimkan melalui email kepada oleh pelaku atau dapat juga dicopy langsung dari

⁵⁴ Ibid., h. 53

perangkat keylogger. Seiring dengan perkembangan teknologi, keylogger dapat berupa software yang terinstal di komputer nasabah.

Hal-hal yang dapat dilakukan untuk meminimalisir bahaya *keylogger*, antara lain:

- a) Memastikan bahwa komputer yang digunakan aman dari perangkat *keylogger*
- b) Menghindari penggunaan komputer publik, seperti di warnet, bandara, dan kafe.
- c) Menghentikan aktivitas transaksi jika merasa ada yang ganjil pada komputer yang sedang diakses
- d) Berhati-hati dalam mengunduh dan menginstal *software*⁵⁵

3. *Phishing*

Phising adalah tindakan meminta (memancing) pengguna komputer untuk mengungkapkan informasi rahasia dengan cara mengirimkan pesan palsu, dapat berupa email, website, atau komunikasi elektronik lainnya. Pesan palsu tersebut tampak seperti sungguhan dan meminta korban untuk segera mengirimkan informasi tertentu, biasanya diikuti dengan ancaman jika tidak mengirimkan informasi tersebut maka akan mengalami konsekuensi buruk.

Risk hecker menggunakan *internet banking* yaitu bisa disebut juga dengan kegiatan *phising*. *Risk* jenis ini banyak terjadi dalam penggunaan suatu teknologi. Kegiatan ini dilakukan oleh orang atau sekelompok orang yang sengaja melakukan kegiatan *Pishing* artinya mereka membuat situs yang mirip dengan situs bank aslinya sehingga tanpa disadari oleh nasabah yang bersangkutan sedang mengakses situs palsu karena logo bank dan formatnya sama persis menyerupai aslinya. Pelaku *pishing* akan mendapatkan informasi yang sangat rahasia,

⁵⁵ Ibid., h. 56

mengenai user name dan nomor PIN. Dengan informasi lengkap ini mereka akan bebas bergerak memindahkan dana nasabah ke rekening yang mereka mau.⁵⁶ Dimana nasabah mendapatkan email yang berisi pemberitahuan untuk melakukan update atau mengubah user ID dan password nasabah. Email tersebut ternyata email phishing yang jika diperhatikan secara sekilas email tersebut seolah benar dikirimkan oleh bank yang bersangkutan yaitu ditandai dengan subjek bank pengirim dan terdapat link yang jika di klik akan mirip dengan web dari bank tersebut, website tersebut dikenal dengan *website forging*.⁵⁷ Dengan menggunakan *internet banking* belum tentu kegiatan transaksi berjalan dengan aman dan lancar. Karena setiap melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun selalu terdapat *risk*.

Dalam melakukan *phishing*, pelaku biasanya melakukan hal-hal antara lain:

- a) Mengirimkan email, SMS, halaman web, atau media komunikasi elektronik lainnya kepada calon korban yang menjadi targetnya
- b) Meminta informasi personal yang sensitif, seperti user ID, password, PIN, nomor kartu kredit, masa berlaku kartu kredit, dan CVV
- c) Memberikan batasan waktu yang singkat (urgent). Penjahat mengarahkan korban melakukan tindakan sebelum memikirkannya secara mendalam, sehingga mereka menciptakan suasana kegentingan dan menginformasikan konsekuensi buruk jika tidak ditindaklanjuti.

⁵⁶ Ibid., 48

⁵⁷ Febrina, "Studi Penerapan Inovasi Teknologi Informasi Dengan Metode Watch And Competitive Intelligence (TW-CI)". *Jurnal Bisnis Unvesty*, Vol, 15 No. 2, (2014), h. 55.

Hal-hal yang dapat dilakukan untuk meminimalisir bahaya *phising*, antara lain:

- a) Jangan pernah mengirimkan informasi sensitif melalui email
- b) Menggunakan anti virus yang terkini
- c) Jangan mengklik link apapun pada pesan email yang terindikasi *phishing*
- d) Menginformasikan kepada pihak bank melalui call center yang resmi jika ada permintaan yang mencurigakan
- e) Jangan pernah memasukan user ID dan password pada uatu halaman web yang terbuka otomatis (pop up) atau dari link
- f) Hati-hati mengunduh attachment email karena dapat berisi virus yang dapat mencuri data sensitif.⁵⁸

Perception dari *Risk* ini sangat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*, semakin tinggi kekhawatiran individu/ nasabah terhadap adanya *risk* semakin kecil juga peluang untuk menggunakan *internet banking*, ini dikarenakan anggapan nasabah yang masih meragukan *tehnology* serta kurangnya pemahaman nasabah akan *internet banking*. Nasabah *internet banking* yang memiliki pengalaman akan beranggapan bahwa risiko *intenet banking* lebih rendah, hal ini disebabkan karena mereka telah memiliki banyak informasi mengenai internet banking sehingga memungkinkan mereka memiliki minat yang lebih terhadap *internet banking*.⁵⁹

5. Cara Mengatasi *Risk*

Perception of Risk akan mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan yang ada di bank

⁵⁸ Opcit., 49

⁵⁹ Irni Audini, Idrianita Anis, “Analisis Pengaruh *Perceived Risk*, *Social Norms*, *Usefulness*, dan *Trust* Terhadap Adopsi *Mobile Banking* dan *Internet Banking*”, *Indonesian Journal of Accounting and Governance*, Vol. 1 No. 1 (2017), h. 7-8.

seperti, *internet banking*. Semakin tinggi kekhawatiran nasabah atas risk yang dapat terjadi maka semakin kecil kemungkinan nasabah dalam menggunakan layanan tersebut. Beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur perception of risk adalah sebagai berikut:

1. Adanya risiko yang ditimbulkan, risiko penipuan rawan adanya baik penipuan data nasabah maupun jumlah transaksi.
2. Ada kerugian yang dialami, nasabah beranggapan bahwa biaya yang besar digunakan untuk melakukan transaksi menggunakan produk layanan tersebut.
3. Ada anggapan bahwa produk tersebut berisiko, nasabah beranggapan bahwa produk layanan produk layanan yang digunakan mudah dicuri diantaranya data.⁶⁰

Risk dalam hal keamanan dapat dihindari dengan melakukan beberapa hal agar transaksi melalui internet banking lebih aman diantaranya:

- a) Membuat PIN dan kode akses internet banking yang tidak mudah ditebak oleh orang lain dengan tidak menggunakan tanggal lahir, angka berturut, dan lain-lain
- b) Merahasiakan PIN dan kode akses kepada siapapun saat melakukan transaksi
- c) Apabila terjadi hal yang mencurigakan pada saat melakukan transaksi, sebaiknya jangan dilanjutkan transaksi dan segera laporkan kecurigaan anda tersebut kepada pihak bank
- d) Rahasiakan kode One Trip Password (OTP) kepada siapapun.

Beberapa cara yang dapat dilakukan dalam meminimalisir penyalahgunaan *internet banking* antara lain sebagai berikut:

⁶⁰ Paul A Pavlou, "Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating, Trust, and Risk with Technology Acceptance Model". *International Journal of Electronic Commerce*, Vol 7 (2020)

- a) Tidak menyimpan PIN pada ponsel dan merahasiakan PIN
 - b) Menggunakan PIN yang tidak mudah ditebak
 - c) Ganti PIN secara berkala
 - d) Memeriksa notifikasi email dari bank secara berkala
 - e) Mengaktifkan setting pengamanan password, screen-lock, pattern-lock, pada ponsel
 - f) Segera lakukan pemblokiran akun SMS banking jika terjadi kehilangan ponsel.
6. *Risk* Dalam Perspektif Islam

Transaksi keuangan tidak dapat terhindar dari kemungkinan terjadinya risk. Entitas "gharar" dan "risiko" merupakan komponen yang sulit dipisahkan bahkan makna pun sulit untuk dibedakan, karena keduanya sering mencirikan ketidakpastian.⁶¹ Risk dalam transaksi keuangan terjadi antara lain akibat dari suatu transaksi yang mengandung unsur gharar, bahkan setiap bisnis apapun risiko yang menjadi icon yang selalu dihadapi. Sasaran manajemen risiko adalah mengidentifikasi, mengukur, memantau, dan mengendalikan suatu kegiatan usaha, karena itu manajemen risiko berfungsi sebagai *early warning system* terhadap kegiatan usaha, misalnya usaha lembaga keuangan.⁶²

Alqur'an dengan tegas menolak transaksi gharar dan menyatakan bahwa pihak yang terlibat dalam transaksi keuangan dilarang untuk saling menzalami dan dizalami. Oleh karena itu, para pelaku ekonomi diminta untuk tunduk dan patuh pada beberapa ketentuan, misal dalam jual beli, meliputi:

1. Timbangan yang jelas (berat dan jenis barang yang ditimbang)
2. Barang dan harga yang jelas

⁶¹ Sirajul Arifin, "Gharar dan Risiko Dalam .h. 313-314.

⁶² Ibid., h 332.

3. Mempunyai tempo tangguh yang jelas
4. Kerelaan kedua bela pihak terhadap bisnis yang dijalankan⁶³

Menurut perspektif islam, manajemen risiko merupakan usaha untuk menjaga amanah Allah akan harta kekayaan demi untuk kemashlahatan manusia. Keberhasilan manusia dalam mengelola risiko, bisa mendatangkan mashlahat yang lebih baik. Dengan timbulnya kemashlahatan ini maka bisa dimaknai sebagai keberhasilan manusia dengan menjaga amanah dari Allah SWT. Dalam usahanya mencari nafkah, seorang muslim dihadapkan dengan kondisi ketidakpastian terhadap apa yang terjadi. Kita bisa merencanakan kegiatan investasi, namun tidak bisa memastikan hasil yang akan didapat, apakah untung atau rugi. Hal ini disampaikan dalam Al-qur'an Surah Luqman ayat 34;

إِنَّ اللَّهَ عِنْدَهُ عِلْمُ السَّاعَةِ وَيُنزِلُ الْغَيْثَ وَيَعْلَمُ مَا فِي
 الْأَرْحَامِ وَمَا تَدْرِي نَفْسٌ مَّاذَا تَكْسِبُ غَدًا وَمَا تَدْرِي
 نَفْسٌ بِأَيِّ أَرْضٍ تَمُوتُ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

*Artinya: "Sesungguhnya Allah, hanya pada sisi-Nya sajalah pengetahuan tentang hari Kiamat; dan Dialah yang menurunkan hujan dan mengetahui apa yang ada dalam rahim, dan tiada seorangpun yang dapat mengetahui (dengan pasti) apa yang akan diusahakannya besok, dan tiada seorangpun yang dapat mengetahui di bumi mana Dia akan mati. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal"*⁶⁴

⁶³ Fasiha Kamal, "Manajemen Resiko dan Resiko dalam Islam". *Jurnal Muamalah*, Vol 4 No. 2, (2014), h. 96-97.

⁶⁴ Dapertemen Agama Republik Indonesia, Alquran dan, h. 331

Dalam Al-qur'an surah Luqman ayat 34 secara tegas Allah SWT menyatakan bahwa, tiada seorangpun di alam semesta ini yang dapat mengetahui dengan pasti apa yang akan diusahakannya besok atau apa yang akan diperolehnya, sehingga dengan ajaran tersebut seluruh manusia diperintahkan untuk melakukan kegiatan yang mendatangkan manfaat sebagai bekal dunia dan akhirat. Serta diwajibkan berusaha agar kejadian yang tidak diharapkan, tidak berdampak pada kehancuran fatal terhadapnya atau memitigasi risiko.

H. Service Features

1. Pengertian Service Features

Features atau bisa disebut juga atribut adalah semua hasil pengukuran yang bisa diperoleh dan merupakan karakteristik pembeda dari objek fitur dapat berupa symbol seperti warna, numerik seperti berat, atau gabungan keduanya. *Features* dapat digunakan untuk menyatakan ada atau tidaknya suatu fitur tersebut. *Features* memiliki syarat berikut, antara lain:

- a) Mudah dalam komputasi
- b) Mampu sebagai pembeda dan memberikan keberhasilan tinggi dalam pengenalan
- c) Besarnya data dapat diperkecil tanpa menghilangkan informasi penting⁶⁵

Features juga merupakan karakteristik yang menambah fungsi dasar suatu produk, karena fitur ini menjadi alasan konsumen untuk memilih suatu produk, maka bagi pemasar tradisional *features* adalah alat kunci untuk mendefensiasikan produk mereka dengan produk pesaing. Sedangkan menurut Poon terdapat beberapa konstruk yang merupakan indikator ketersediaan fitur (*feature availability*) suatu sistem internet banking, yaitu kemudahan akses

⁶⁵ Darma Putra, *Pengelolaan dan Citra Digital*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2010), h. 305-306

informasi tentang produk dan jasa, keberagaman layanan transaksi, keberagaman fitur, dan inovasi produk.⁶⁶

Service Features merupakan Salah satu faktor penting guna menumbuhkan minat serta kepercayaan dalam melakukan transaksi secara *online* atau secara langsung mendatangi bank. Faktor kepercayaan dalam *e-commerce* adalah perkiraan subyektif dimana konsumen percaya mereka dapat melakukan transaksi *online* secara konsisten dan lebih lengkap sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan.⁶⁷ Konsep kepercayaan sangat berpengaruh terhadap minat nasabah dalam melakukan transaksi secara online yang berdampak pada keinginan nasabah untuk kelengkapan *service features* pada layanan *internet banking*. Konstruksi yang merupakan indikator ketersediaan fitur suatu sistem *internet banking*, yaitu Kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa, keberagaman layanan transaksi, keberagaman fitur, dan inovasi produk.⁶⁸

2. Indikator *Service Features*

a. Kelengkapan fasilitas transaksi

Adanya kelengkapan fasilitas *service features* akan memudahkan nasabah dalam mendukung aktivitasnya sehingga nasabah akan terus menggunakan *internet banking*.

b. Kesesuaian fasilitas yang dibutuhkan

Kesesuaian fasilitas yang dibutuhkan oleh nasabah mempengaruhi pengguna dalam melakukan transaksi, maka diharapkan bank tetap mengupdate fitur-fitur yang dibutuhkan oleh nasabah guna meningkatkan kepuasan pengguna *layanan internet banking*.

⁶⁶ Setyo Ferry Wibiwo., dkk., “Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan E-money Card”. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol. 6 No. 1, 2005.

⁶⁷ Pavlou, Fred, “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology”. *MIS Quarterly*, (September 2001).

⁶⁸ Poon, W. C., “Users Adaption of E-Banking Service: The Malaysian Perspective”. *Journal of Business and Industrial Marketing*, Vol. 23 No.1 (2008).

- c. Keamanan fasilitas dari virus komputer
Keamanan fasilitas dari virus komputer membuat tumbuhnya rasa aman dalam melakukan transaksi. Internet banking memiliki keamanan yang tinggi terhadap virus komputer.
 - d. Biaya penggunaan fasilitas
Biaya penggunaan fasilitas layanan internet banking memiliki biaya transaksi yang murah dan layanan kecepatan tinggi jika dibandingkan dengan perbankan yang lain.⁶⁹
3. Jenis *Service Features Internet Banking*

Saat ini transaksi *internet banking* sudah dapat melakukan banyak hal, tetapi masih dapat berkembang lebih pesat lagi di waktu yang akan datang. Jenis transaksi yang dapat dilakukan internet banking antara lain:

- a) Transfer Dana atau Pemindahan Dana
- b) Informasi
- c) Pembayaran
- d) Pembelian

Service features dalam transaksi yang dapat dilakukan yaitu informasi jasa atau produk bank, informasi saldo, dan mutasi rekening.⁷⁰ Adapun jenis-jenis *service features* internet banking dalam Bank Syariah Indonesia, antara lain:

- a) Pembayaran tagihan PLN
- b) Pembayaran tiket
- c) Isi ulang pulsa
- d) Transfer antar rekening
- e) Transfer antar bank
- f) Informasi umum rekening tabungan/giro,
- g) Rekening deposito
- h) Kartu kredit

⁶⁹ Y, Chang, "Dynamic of banking technology adoption: An application to internet banking". *Work Paper University of Warwick*.

⁷⁰ Febrina, "Studi Penerapan Inovasi Teknologi Informasi Dengan Metode Watch And Competitive Intelligence (TW-CI)". *Jurnal Bisnis Univesity*, Vol, 15 No. 2, (2014), h. 55.

- i) Informasi mutasi rekening
- j) Penempatan deposito
- k) Layanan informasi seperti suku bunga dan kurs
- l) Perubahan PIN
- m) Pembayaran misalnya pembayaran telpon, internet, kabel TV, asuransi, listrik, dan berbagai jenis pembayaran lainnya.

Dari penjelasan di atas internet banking dapat melakukan berbagai transaksi yang memudahkan bagi nasabah dalam penggunaannya, dan tentunya dengan biaya yang murah hal ini akan timbul minat nasabah untuk terus menggunakan layanan internet banking

4. Desain dan konten dalam layanan *internet banking*

Mendesain berarti melakukan perencanaan. Oleh karena itu, desain merupakan suatu proses untuk pengambilan keputusan sebelum suatu pekerjaan tiba waktunya untuk dilaksanakan. Desain adalah suatu proses antisipasi agar kondisi sesuatu hal dapat dikendalikan.⁷¹

Dalam mendesain perlu adanya desain grafis dalam pandangan ilmu komunikasi adalah metode menyampaikan pesan visual berwujud teks dan gambar dari komunikator kepada komunikan. Dalam mendesain surat kabar misalnya desainer grafis memerlukan pengetahuan tentang kebiasaan sang pembaca media agar dengan mudah mendesain tata letak dan visual yang cocok. Ini dengan motif agar pesan yang hendak disampaikan oleh media tersebut diterima dan sampai pada pembaca.

Sedangkan konten dalam *website* adalah segala sesuatu yang dapat dilihat oleh pengunjung baik berupa gambar, tulisan, animasi, video, suara, tombol navigasi dan sebagainya. Hal inilah yang mendasari perencanaan pembuatan website yang harus dilakukan sebaik mungkin, karena konten yang akan ditampilkan pada

⁷¹ Husain Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum, 2003), h. 36.

website baik posisi maupun jenisnya akan ditentukan dari sini.

Jadi desain dan konten perlu diperbaiki seperti tata letak, visual yang cocok, warna, posisi, dan sebagainya agar dapat menarik dan meningkatkan nasabah untuk menggunakan *internet banking*.

5. *Service Features* Dalam Perspektif Islam

Upaya peningkatan kualitas layanan transaksi yang diberikan oleh Bank harus berorientasi sebagai pengguna jasa perbankan, dengan adanya *service features* sebagai jasa layanan yang ada di bank, baik berupa transfer, penagihan, dan jasa layanan transaksi lainnya. Adanya layanan ini guna untuk memudahkan nasabah dalam penggunaannya. Hal ini berkaitan dengan harapan masyarakat, mereka ingin mendapatkan hubungan yang baik dengan bank yang nyaman dan mudah melakukan transaksi. Dalam Firman Allah SWT memberikan layanan yang kepada nasabah dengan baik salah satunya memberikan sifat yang ramah dan lemah lembut kepada nasabah, ayat yang berkaitan dengan hal ini yakni Q.S Ali Imron ayat 159.

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ
لَأَنْفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي
الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah.

Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.

I. Minat

1. Pengertian Minat

Menurut Davis (1998) Minat adalah Keinginan untuk melakukan perilaku, Perilaku (*behavior*) adalah Tindakan atau keinginan nyata yang dilakukan. *Theory of Reasoned Action* (TRA) menjelaskan bahwa perilaku dilakukan karena individual mempunyai minat atau keinginan untuk melakukannya (*behavior intention*).⁷² Minat juga merupakan Kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Dalam Batasan tersebut terkandung pengertian bahwa di dalam minat ada pemusat perhatian subjek, ada usaha dari subjek yang dilakukan dengan perasaan senang, ada daya penarik dari objek.⁷³

Minat ialah Suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu pada objek tertentu seperti pekerjaan, pelajaran, benda, orang maupun teknologi. Minat berhubungan dengan sesuatu yang menguntungkan dan menimbulkan kepuasan bagi dirinya, kesenangan bersifat sementara. Adapun minat bersifat tetap dan ada unsur memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan. Semakin sering minat diekspresikan dalam kegiatan akan semakin kuat minat tersebut, sebaliknya minat akan menjadi pupus kalau tidak ada kesempatan untuk mengekspresikannya.⁷⁴

Minat adalah keinginan yang di dorong oleh suatu kegiatan setelah melihat, mengamati dan membandingkan

⁷² Davis, D.d, "Perceived Usefulness Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology". *Jurnal MIS Quarterly*, Vol. 1tiga No.tiga (1998), h. 92tiga.

⁷³ Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Kencana, 2014), h. 262.

⁷⁴ Yudrik Jaya, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011), h.63

serta mempertimbangkan dengan kebutuhan yang diinginkannya.⁷⁵

2. Indikator Minat

a. Keinginan menggunakan *internet banking*

Keinginan menggunakan internet banking, yakni nasabah yang berkeinginan terus menggunakan *internet banking* yang berkelanjutan dimasa yang akan datang.

b. Kesesuaian penggunaan *internet banking*

Kesesuaian pengguna *internet banking*, dilihat dari penggunaan transaksi yang dilakukan oleh pengguna apakah internet banking sudah sesuai dengan kebutuhan nasabah dalam melakukan transaksi, jika sudah sesuai meningkatkan kepuasan nasabah dalam menggunakannya.

c. Dukungan dalam menggunakan *internet banking*

Dukungan dari orang sekitar baik rekan-rekan dan keluarga untuk menggunakan *internet banking*.

d. Keinginan merekomendasikan *internet banking*

Rekomendasi adalah saran yang dilakukan oleh seseorang yang sudah menggunakan suatu produk atau jasa kemudian menceritakan, menganjurkan produk tersebut kepada orang lain.⁷⁶ Keinginan merekomendasikan layanan *internet banking* kepada orang lain menjadi salah satu bentuk kepuasan pengguna dalam layanan ini.

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat secara garis besar dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

- a. Bersumber dari dalam diri individu yang bersangkutan, seperti; bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, kepribadian.

⁷⁵ Diah Puspitarini dan Fariyana Kusumawati, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Mengikuti Pendidikan Profesi Akutansi". *Jurnal Investasi*, Vol. 1 No. 1, 2013, h. 3.

⁷⁶ Nadia Luwis dan Harsini, Mursi, *Bisnis Busana Muslim*, (Jakarta: Penebar Plus), h. 21.

- b. Berasal dari luar, mencakup lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, dan lingkungan masyarakat.

Minat nasabah dapat dipengaruhi dua macam, *shared value* dan *communication*, yaitu:

a) *Shared Value* (Nilai lebih)

Secara umum menyatakan bahwa perilaku seseorang pada umumnya lebih dipengaruhi oleh pengharapan untuk mencapai sesuatu hasil yang diinginkan dari pada dalam diri. Seseorang memilih produk tertentu dibandingkan merek lainnya karena mengharapkan akibat positif atas pilihannya tersebut.

Dalam konteks internet banking nilai lebih menyimbolkan keyakinan nasabah dan bank terhadap nilai-nilai seperti etika, keamanan dan privasi.

1) Etika merupakan suatu ilmu yang membahas perbuatan baik dan buruk manusia sejauh yang dapat dipahami oleh pikiran manusia.

2) Keamanan merupakan manajemen pengelolaan keamanan yang bertujuan mencegah, mengatasi, dan melindungi berbagai sistem informasi dan risiko terjadinya tindakan ilegal. Seperti halnya internet banking yang harus dipertimbangkan keamanannya karena mempengaruhi minat nasabah.

3) Privasi merupakan kegiatan interaksi atau keterbukaan yang dikehendaki seseorang pada suatu kondisi atau situasi tertentu. Adanya kekhawatiran nasabah tentang kerahasiaan data-data pribadi mereka.

b) *Communication* (Komunikasi)

Secara sederhana komunikasi dapat diartikan suatu proses transfer informasi atau pesan-pesan dari pengirim pesan kepada penerima. Komunikasi bisa sangat sederhana, bisa pula sangat kompleks, bisa sangat informal, maupun sangat formal, tergantung pada sifat pesan yang akan disampaikan dan hubungan

antara komunikator dan komunikan. Semakin tinggi tingkat komunikasi sosial yang ditampilkan oleh bank atau *website* bank, semakin besar pengaruhnya pada minat nasabah dan meningkatkan kemungkinan nasabah melakukan dan menggunakan transaksi berbasis *online*.

Komunikasi dapat diukur dengan keterbukaan, kecepatan responden, dan kualitas informasi:

- 1) Keterbukaan yaitu suatu kondisi yang di dalamnya tidak terdapat suatu rahasia, mau menerima sesuatu dari luar dirinya, dan mau berkomunikasi dengan lingkungan di luar dirinya. Minat nasabah didapatkan melalui keterbukaan dalam komunikasi yang spesifik melibatkan nasabahnya.
- 2) Kecepatan responden yaitu suatu bagian atau urutan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan secara tepat. Nasabah akan mempertimbangkan kecepatan repon ketika berkomunikasi dengan penyedia layanan *internet banking*.
- 3) Kualitas informasi yaitu sejauh mana informasi secara konsisten dapat memenuhi persyaratan dan harapan semua orang yang membutuhkan informasi untuk melakukan proses. *Internet banking* harus menyediakan informasi berkualitas untuk nasabahnya.

4. Macam-Macam Minat dan Sifat-Sifat Minat

Minat dapat digolongkan menjadi beberapa macam, pada sudut pandang dan cara penggolongannya, antara lain sebagai berikut:⁷⁷

- a. Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat *primitif* dan *kultural*.

⁷⁷ Ibid., 265-268.

- a) Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis.
- b) Minat kultural atau minat sosial adalah minat yang timbul karena proses belajar.
- b. Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi intrinsik dan ekstrinsik.
 - a) Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri.
 - b) Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhirdari kegiatan tersebut.
- c. Berdasarkan cara pengungkapan minat dapat dibedakan menjadi empat yaitu sebagai berikut:
 - a) *Expressed interest*, adalah minat yang di ungkapkan dengan cara meminta kepada subjek untuk menyatakan kegiatan yang disenangi atau tidak disenangi.
 - b) *Manifest interest*, adalah Minat yang diungkapkan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas yang dilakukan.
 - c) *Tested interest*, adalah minat yang di ungkapkan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif yang diberikan atau masalah biasanya menunjukkan minat yang tinggi pula terhadap hal tersebut.
 - d) *Inventeriod interest*, adalah minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah distandarisasikan.

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 aspek yang lebih enduring (tahan lama) pada diri seseorang.⁷⁸ *Personal interest* (persepsi, keluarga, motivasi, dan keterlibatan, pengetahuan, sikap,

⁷⁸ Anita Woolfolk, *Educational Psychology Active Learning Edition*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2009), h. 204.

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 public.

b) *Situasional interest*

Situasional interest adalah aspek yang berumur lebih pendek. Minat situasional dipicu oleh lingkungan sekitar, seperti hal-hal baru, berbeda, tak terduga, atau secara khusus hidup sering menghasilkan minat situasional.⁷⁹

Minat memiliki sifat dan karakter khusus, yang akan dijelaskan dibawah ini yaitu sebagai berikut:

- a) Minat bersifat pribadi (individual), ada perbedaan antara minat seseorang dan orang lain.
- b) Minat menimbulkan efek deskriminatif.
- c) Erat hubunganya dengan motivasi, mempengaruhi, dan dipengaruhi motivasi.
- d) Minat merupakan sesuatu yang dipelajari, bukan bawaan lahir dan dapat berubah tergantung kebutuhan, pengalaman, dan mode.⁸⁰

5. Minat Pemanfaatan *Information Technology*

TAM (*technology acceptance model*) adalah salah satu model perilaku pemanfaatan teknologi informasi dalam literatur sistem informasi manajemen.⁸¹ TAM berfokus pada sikap terhadap pemakaian teknologi informasi oleh pemakai dengan mengembangkannya berdasarkan persepsi manfaat dan kemudahan dalam pemakaian teknologi informasi. TAM banyak digunakan untuk memprediksi tingkat akseptasi pemakai (*user acceptance*) dan pemakaian yang berdasarkan persepsi

⁷⁹ Eva Latipah, *Psikologi Dasar*, (Bandung PT. Remaja Rosdakarya, 2017), h. 163

⁸⁰ Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan*, h. 63-64.

⁸¹ Dishaw, Tommi, and, Anssi Oorni Strong, "Trust Enhanced Technology Acceptance Model Consumer Acceptance of Mobile Payment Solution". *Journal of MIS*, Vol. 13 No. 2 (1999).

terhadap kemudahan penggunaan manfaat *Information Technology*. Minat pemanfaatan teknologi berhubungan dengan cara perusahaan merencanakan dan mengatur teknologi informasi dalam mencapai manfaat potensial dan efektif.⁸² Thompson et al melakukan penelitian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi pemanfaatan *personal computer* dengan menggunakan teori perilaku yang diajukan oleh Triandis (1980). Pemanfaatan *Information Technology* merupakan manfaat yang diharapkan oleh pengguna sistem informasi dalam melaksanakan tugasnya, pengukurannya berdasarkan intensitas pemanfaatan, frekuensi pemanfaatan, dan jumlah aplikasi atau perangkat lunak yang digunakan.

J. Internet Banking

1. Pengertian *Internet banking*

Internet banking adalah Layanan untuk melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet, merupakan kegiatan perbankan yang memanfaatkan teknologi internet sebagai media untuk melakukan transaksi dan mendapatkan informasi lainnya melalui website milik bank nasabah dapat menggunakan perangkat komputer *desktop*, *laptop*, *tablet*, atau *smartphone* yang terhubung dalam jaringan internet sebagai penghubung antara perangkat nasabah dengan sistem bank.⁸³

Menurut Bank Indonesia,⁸⁴ *Internet banking* merupakan salah satu layanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. *Internet banking* adalah Salah satu jasa pelayanan yang

⁸² Bergeron, Francois and Raymond, Louis, "Planing of Information Systems to Gain a Competitive Edge", *Journal of Small Business Management*, (January 1992), h. 21-26.

⁸³ Otoritas Jasa Keuangan, *Bijak Ber-Electronic Banking Mengatur Mengawasi Melindungi Untuk Industri Keuangan Yang Sehat*, (Jakarta: OJK, 2015), h. 10-11.

⁸⁴ Budi Agus Riswadi, *Aspek Hukum Internet Banking*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), h. 21.

diberikan oleh bank kepada nasabahnya dengan maksud agar nasabah dapat mengecek saldo rekening dan membayar tagihan selama 24 jam tanpa perlu datang ke kantor cabang.⁸⁵ *Internet banking* juga sebagai penyediaan informasi mengenai bank dan layanannya melalui halaman *website* di *World Web Web* (WWW). Dimana layanan yang disediakan berupa akses pelanggan rekening, dapat menstransfer antar rekening yang berbeda dan dapat melakukan pembayaran atau mengajukan pinjaman melalui *channel* elektronik.⁸⁶ Jenis kegiatan *internet banking* dibedakan menjadi tiga yaitu:

- a. *Informational internet banking* yaitu pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk informasi jaringan internet dan tidak melakukan eksekusi transaksi (*execution of transaction*)
- b. *Communicative Internet banking* yaitu pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk komunikasi atau melakukan interaksi dengan bank penyedia layanan *internet banking* secara terbatas dan tidak melakukan eksekusi transaksi.
- c. *Transaction internet banking* yaitu pelayanan jasa bank kepada nasabah untuk melakukan interaksi dengan bank penyedia layanan internet banking dan melakukan eksekusi transaksi.

Internet banking mempunyai tiga tingkatan definisi berdasarkan yang ditawarkan oleh bank kepada nasabah sebagai berikut:⁸⁷

- a. *Tingkat Entry* merupakan definisi yang paling sederhana, dimana pada tingkatan ini hanya terdapat informasi statistik mengenai bank yang bersangkutan, jasa atau produk apa saja yang ditawarkan oleh bank dan juga pelayanan dasar seperti perkiraan

⁸⁵ David Witheley, *E-Commerce: strategy, technologies and applications*, (London: MC Graww-Hill, 2000), h. 229.

⁸⁶ Mahmood Shah dan Steve Clarke, *E-banking Management: Issue, Solutions and Strategies*, (London: IGI Global, 2009), h.2.

⁸⁷ Thomas P. Vartanian, Robert H.Ledig dan Lynn Bruneau, *21 Century Money, banking and Commerce*, (Washington : Fried, Frank, Harris, Shriver & Jacobson. 1998), h. 443.

pembayaran pinjaman. Pada tingkatan ini, hanya menampilkan situs yang bagus pada *web browser*.

- b. *Tingkat Intermediate* merupakan tingkatan yang menawarkan seluruh layanan informasi keuangan seperti yang ditawarkan pada *tingkatan entry* dan ditambah dengan layanan interaktif dasar dengan kemampuan dasar yaitu antara lain: perhitungan pembayaran kredit dan kemampuan untuk menampilkan rincian simpanan nasabah.
- c. *Tingkat advanced* merupakan tingkat yang paling lengkap layanannya, dimana layanan yang ditawarkan adalah seluruh fungsionalitas dan keamanan. Pada tingkatan ini nasabah bank dapat melakukan transfer dana antar bank, membayar tagihan dan membuka simpanan baru.

2. Jenis *Internet Banking*

Jenis-jenis *internet banking* dapat dibagi menjadi.⁸⁸

1) *Virtual Companies*

Bank sebagai institusi yang membangun cabangnya secara virtual dan tidak memerlukan fasilitas atau alamat kantor perusahaan secara fisik dan hanya melayani jasa perbankan melalui internet saja.

2) *Hybrid Model*

Sebagai bank yang sudah mapan sebelumnya dan kemudian membangun situs web sebagai jasa pemasaran dan saluran distribusi tambahan dari pelayanan jasa tradisionalnya.

3) *Strategic Partnership*

Bank-bank atau jasa keuangan yang secara individual atau membangun konsorsium dengan perusahaan perangkat lunak terkemuka seperti microsoft, untuk membangun perangkat lunak aplikasi keuangan yang terintegrasi dengan sistem

⁸⁸ Efraim, Turban, *Information Technology for Management*. Edisi Ketujuh (Asia: Jhon Willey dan Sons, 2010), h 78.

keuangan di perusahaan tersebut untuk melayani kebutuhan pengelolaan keuangan pribadi atau perusahaan.

3. Fasilitas *Internet Banking*

Fasilitas *internet banking* secara umum terbagi menjadi atas dua bagian yaitu:

a. Fasilitas Non Transaksional merupakan fasilitas yang digunakan hanya untuk melihat rekening atau kegiatan administrasi dan tidak tercatat dalam transaksi rekening. Fasilitasnya antara lain:

- 1) Melihat saldo rekening
- 2) Melihat transaksi terakhir
- 3) Download laporan transaksi
- 4) Daftar rekening
- 5) Melihat gambar cek yang sudah dibayar
- 6) Memesan buku cek
- 7) Ganti *Password*
- 8) Download aplikasi Mobile Banking
- 9) Dan lain-lain

b. Fasilitas Transaksional merupakan suatu fasilitas langsung yang berhubungan dengan rekening dan setiap transaksi tercatat ke dalam rekening. Fasilitasnya antara lain:

- 1) Transaksi dana antar rekening
- 2) Melakukan kliring
- 3) Membayar tagihan listrik
- 4) Membayar zakat, wakaf, sedekah
- 5) Pembelian tiket
- 6) Pembelian dan penjualan investasi
- 7) Proses persetujuan transaksi
- 8) Aplikasi dan transaksi pinjaman
- 9) Dan lain-lain

4. Manfaat *Internet Banking*

Manfaat *internet banking* dari sudut pandang perbankan, *internet banking* diperkirakan membawa pada pengurangan biaya (efisiensi), dan meningkatkan

keunggulan kompetitif. *Internet banking* merupakan layanan yang mana pelanggan dapat menggunakan layanan perbankan dari berbagai lokasi, sehingga memberi nilai lebih pada perbankan. *Internet banking* juga memberikan peluang untuk bank dalam mengembangkan pasar dengan menarik nasabah baru dari pengguna internet.

Dari sudut pandang pengguna atau nasabah *internet banking* dapat memberikan manfaat antara lain efisiensi nasabah dapat menggunakan layanan dari berbagai tempat. Pengguna *internet banking* mendapatkan harga lebih kompetitif dan gratis mealakukan transaksi tanpa ada batasan waktu dibandingkan nasabah berbasis cabang.

Internet banking juga sangat bermanfaat bagi nasabah, karena mudah diakses melalui smartphone, laptop, atau perangkat komputer yang memiliki jaringan internet. Tidak seperti mobile banking, meskipun dalam mengaksesnya harus menggunakan jaringan internet, tetapi hanya bisa diakses melalui smartphone saja, karena harus menggunakan aplikasi mobile banking, sedangkan internet banking dapat diakses langsung melalui website resmi pihak bank, tanpa harus menginstal aplikasi.

5. Model Keamanan *Internet Banking*

Model saat ini diadopsi dalam sistem *Internet Banking* didasarkan pada beberapa lapisan keamanan, yang terdiri atas beragam solusi paralel dan mekanisme yang bertujuan untuk melindungi aplikasi perbankan dan data nasabah, menyediakan identifikasi, otentikasi, dan otorisasi. Diantara model keamanan *Internet Banking* adalah sebagai berikut:⁸⁹

⁸⁹ Laerte Peotta, "A Formal Classification Of Internet Banking Attacks and Vulnerabilities", *International Journal of Computer Science & Information Technology (IJCSIT)*, Vol 3 No.1, (Februari 2011), h. 188-189.

- a. *Digital Certificates* (Sertifikat Digital) digunakan untuk otentikasi atau keabsahan antara pengguna dan sistem perbankan itu sendiri. Otentikasi ini tergantung pada keberadaan *Public Key Infrastructure* (PKI) atau infrastruktur kunci publik dan *Certificate Authority* (CA) atau sertifikat otoritas, yang dipercayakan kepada pihak ketiga untuk membuktikan validitas sertifikat digital mereka.
- b. *One-Time Password Tokens* digunakan untuk sebagai otentikasi kedua, yang dapat meminta dalam kondisi acak. Jenis perangkat ini membuat data otentikasi yang berguna untuk mengatasi serangan keamanan dengan cara menggunakan *password* secara dinamis atau berubah-ubah dan *password* hanya dapat digunakan sekali.
- c. *Virtual Keyboards* yang dikembangkan untuk menggagalkan penggunaan *key loggers* (menangkap informasi yang diketik kedalam perangkat lunak). Alat ini biasanya merupakan perangkat lunak yang berbasis *Java* dan *Kriptografi* yang mendukung *web browser* yang berbeda.
- d. *Device Registering* yakni Metode yang membatasi akses kedalam sistem perbankan melalui perangkat yang belum dikenal atau terdaftar pada sistem. Perangkat ini menggunakan scan sidik jari untuk identifikasi penggunaannya.
- e. CAPTCHA adalah Metode baru yang diadopsi pada beberapa sistem perbankan yang bertujuan untuk menangkal serangan otomatis terhadap sesi atau halaman konfirmasi pada *website*.
- f. *Short Message Service* (SMS) merupakan metode yang diterapkan pada *Intenet Banking* untuk memberitahu nasabah bank tentang transaksi yang sedang dilakukan melalui SMS.

- g. *Device Identification* biasanya diterapkan bersama-sama dengan *Device registering* tetapi juga digunakan sebagai solusi yang berdiri sendiri dalam sistem *internet banking* yang bertujuan memfasilitasi akses nasabah bank.
- h. *Positive Identification* adalah Suatu model dimana nasabah bank diminta untuk memasukan beberapa informasi rahasia yang hanya diketahui nasabah tersebut dala rangka mengidentifikasi dirinya. Hal ini diterapkan sebagai metode otentikasi kedua.
- i. *Pas-Phrase* yakni model keamanan berdasarkan informasi yang dimiliki oleh nasabah bank. Hal ini biasanya digunakan sebagai metode otentikasi kedua kedalam transaksi yang melibatkan pergerakan uang.
- j. *Transaction Monitoring* yakni Pada sistem *Internet Banking* masing-masing bank menggunakan teknik yang berbeda-beda. Mulai dari teknik kecerdasan buatan, analisis riwayat transaksi dan metode lain yang digunakan untuk mengidentifikasi pola-pola penipuan dalam transaksi perbankan sebagai pendekatan untuk pemantauan transaksi perbankan.

6. Kriteria *Internet Banking*

Layanan perbankan seluler harus memenuhi kriteria keamanan tertentu untuk memastikan penerimaan pelanggan serta kelayakan bisnis. Berikut kriteria keselamatan *Internet banking*.⁹⁰

1. Kerahasiaan

Data harus dilindungi dengan cara melarang berbagai akses yang tidak terpercaya dari tempat pengambilan.

⁹⁰ Reza Ramadhan, *Persepsi Kemudahan Penggunaan Persepsi Kredibilitas, dan Persepsi Harga Pada Niat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Di Bank Syariah Mandiri Surabaya*, Skripsi (Surabaya: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga, 2016), h.27.

2. Keaslian

Akses data dapat diberikan hanya ketika identitas pengguna sudah dipastikan dan dikonfirmasi.

3. Integritas

Teknik Enkripsi harus digunakan untuk menghindari manipulasi data selama transaksi. Bank dan nasabah keduanya harus melakukan verifikasi integritas pada transmisi data dengan pemeriksaan validitas tersebut tertentu yang belum ditetapkan.

4. Non-disputability

Transaksi harus didokumentasikan secara terperinci dan dapat terlayani kembali dengan alasan yang tepat dalam jangka waktu yang lama agar nasabah memiliki catatan transaksi dan dapat melaporkan apabila ada perbedaan pada bank.

K. Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran adalah Kerangka yang bermakna suatu konsep yang terdiri dari hubungan sebab atau yang disebut dengan klausa hipotesis antara variabel independel dan variabel dependen dalam memberikan jawaban sementara terhadap masalah yang diteliti.⁹¹ Variabel independen yakni *Information Technology* (X_1), *Convinience* (X_2), *Risk* (X_3), dan *Service Features* (X_4) memiliki hubungan dengan variabel dependen yaitu Minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* (Y). Dapat dijelaskan secara teoritis hubungan antar variabel X dan Y sebagai berikut:

Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung memiliki sifat terbuka pada perkembangan *technology*, penggunaan produk perbankan syariah penting menjadi pertimbangan untuk menggunakannya, tapi realitanya produk yang mudah dan praktis menjadi salah satu keunggulan tersendiri dikalangan mahasiswa,

⁹¹ Agus Parudin, *Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Agama Islam Uml* (Bandar Lampung, 2010), Cetakan ke-2, h. 9.

salah satunya *internet banking*. *Information technology* (X_1) sangat berhubungan dengan minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* (Y), Peran *information technology* di dunia perbankan sangat penting dan sangat berhubungan karena *information technology* ikut serta dalam transaksi di dunia perbankan salah satunya metode input, output, proses, yang digunakan teller pada mesin penghitung uang.⁹² *Perception of Information Technology* dapat diukur dengan kecepatan dalam menggunakan *internet banking*, mendukung aktivitas nasabah, serta keefektifan transaksi yang dilakukan pada *internet banking*.

Convenience (X_2) juga memiliki hubungan dengan minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* (Y), *Convenience* dalam menggunakan *internet banking* dapat menarik perhatian untuk menggunakan *technology*. *Convenience* atau kemudahan dalam penggunaan ini dapat memberikan keuntungan seperti dapat menghemat waktu nasabah tidak perlu datang langsung ke bank, *Internet banking* sangat fleksibel karena dapat dilakukan dimana saja. *Risk* (X_3) juga sangat berhubungan dengan *Internet banking* (Y), *Persepsi dari Risk ini* sangat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*, semakin tinggi kekhawatiran individu/ nasabah terhadap adanya *risk* semakin kecil juga peluang untuk menggunakan *internet banking*, ini dikarenakan anggapan nasabah yang masih meragukan *tehnology* serta kurangnya pemahaman nasabah akan *internet banking*.⁹³ *Risk* dinilai nasabah sebagai kemungkinan yang akan terjadi dimasa yang akan datang baik positif maupun negatif, kurangnya pemahaman teknologi *intenet banking* memberikan pengaruh terhadap angka penggunaan *intenet banking*. *Risk* ini dapat dilihat pada tindakan yang dilakukan mahasiswa untuk meminimalisir terjadinya *risk* dalam penggunaan *Internet banking*, dengan tujuan memperkecil *risk* akan berdampak pada antusias nasabah

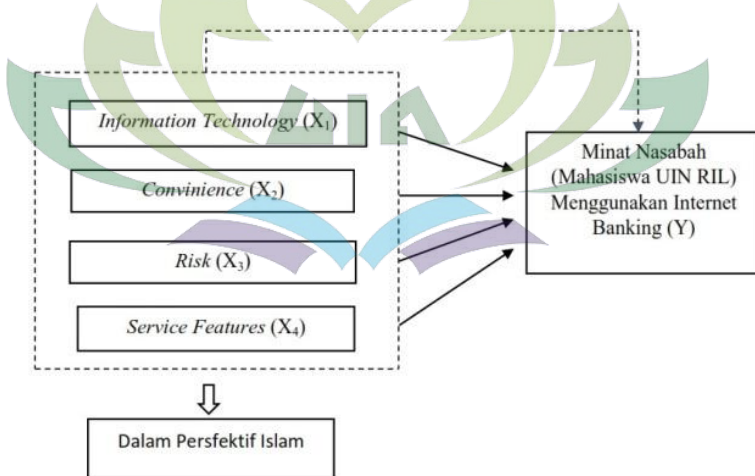
⁹² Tata Sutarbi, *Analisis Sistem Informasi*, (Jakarta: Andi, 2004), h. 14.

⁹³ Irni Audini, Idrianita Anis, "Analisis Pengaruh *Perceived Risk*, *Social Norms*, *Usefulness*, dan *Trust* Terhadap Adopsi *Mobile Banking* dan *Internet Banking*", *Indonesian Journal of Accounting and Governance*, Vol. 1 No. 1 (2017), h. 7-8.

terhadap minat dalam menggunakan *technology*, khususnya penggunaan *Internet banking*.

Service Features (X_4) juga memiliki hubungan serta peran penting terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* (Y), *Service Features* yang disediakan pada bank sangat menjadi peran penting dalam menjaga kepuasan nasabah dalam menggunakan suatu produk, khususnya *internet banking* seperti kelengkapan fasilitas yang disediakan, serta minimnya biaya yang digunakan dalam suatu produk.

Minat merupakan salah satu aspek psikis manusia yang mendorong untuk mencapai tujuan. Minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* (Y) dipengaruhi oleh sikap yang tidak dapat diukur karena sikap merupakan perasaan positif atau negatif seseorang jika harus melakukan perilaku. Dari penjelasan diatas yang sudah diuraikan maka penulis menggambarkan kerangka teoritik dalam penelitian ini sebagai berikut:



Sumber : data diolah sendiri, 2021.

Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran

I. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban atau dengan dugaan sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul, sehingga hipotesis tersebut dapat diterima atau ditolak.⁹⁴ Hipotesis penelitian juga merupakan Dugaan sementara terhadap suatu rumusan masalah dalam penelitian dimana rumusan masalah tersebut telah dinyatakan dalam sebuah bentuk kalimat pertanyaan, dapat dikatakan sementara karena sebuah jawaban masi didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada suatu fakta-fakta empiris yang akan diperoleh dari pengumpulan data.⁹⁵ Berdasarkan uraian diatas peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

1. *Information Technology*

Information Technology merupakan adalah Segala bentuk teknologi yang diterapkan untuk memproses dan mengirimkan informasi dalam bentuk elektronik.⁹⁶ Hubungan variabel *Information technology* dengan Minat dalam penggunaan internet banking, Semakin tinggi kecanggihan *information technology* maka semakin tinggi pula semakin tinggi juga minat dalam menggunakan *internet banking*. Dengan adanya *information technology* berbasis komputer memudahkan akses informasi dilakukan dimana saja dan kapan saja.

Hal ini sejalan dengan *resource base teori* yang dikemukakan oleh Wernerfelt pada tahun 1984 yang menjelaskan bahwa *information technology* dapat dijadikan sebagai salah satu keunggulan kompetitif suatu sistem agar dapat bekerja lebih efektif dan efisien yang akan meningkatkan transaksi.

⁹⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2014), h. 110.

⁹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 64.

⁹⁶ Lucas, H.C., *Information Technology and the Productivity Paradox: Assessing the Value of Investing in IT*, (New York: Oxford University Press, 1999), h. 17.

Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Arius Juliansya pada tahun 2018, bahwa hasil penelitian ini *Information technology* menunjukkan bahwa persepsi *Information technology* berpengaruh terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan *internet banking*.⁹⁷

Berdasarkan teori tersebut dan didukung oleh hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H₁ : *Information technology* berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung

2. *Convenience*

Menurut Davis pada tahun 1989 *Convenience* mendefinisikan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi adalah mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya untuk dapat melakukannya. Berdasarkan definisinya maka dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) ini juga merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang percaya bahwa sistem informasi tersebut mudah untuk digunakan maka orang tersebut akan berminat untuk menggunakannya.⁹⁸

Hubungan variabel *Convenience* dengan Minat Menggunakan *Internet banking*, semakin tinggi tingkat kemudahan dalam penggunaan layanan *internet banking* maka semakin tinggi juga minat dalam menggunakan *internet banking*.

Hal ini sejalan dengan *teory accaptance model* yang dikemukakan oleh Davis yang mengatakan Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai

⁹⁷ Arius Juliansya, *Pengaruh Teknologi Informasi Kemudahan, Risiko, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking*, (Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syarif Hidayatullah, 2018), h. 41.

⁹⁸ Davis, F.D., "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology". *MS Quarterly*, Vol. 131 No. 3 (1989), h. 318.

sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Sehingga jika seseorang percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya dan sebaliknya.⁹⁹

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mia Ulfatun Nadlifah pada tahun 2018, bahwa hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *convenience* berpengaruh terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan *internet banking*.¹⁰⁰

Berdasarkan teori tersebut dan didukung oleh hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H₂ : *Convenience* berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung

3. Risk

Persepsi terhadap *risk* adalah persepsi negatif konsumen atas sejumlah aktivitas yang didasarkan pada hasil yang negatif dan memungkinkan bahwa hasil tersebut menjadi nyata. Hubungan variabel Risk dengan Minat dalam menggunakan *internet banking*, semakin tinggi risiko dalam penggunaan internet banking maka akan semakin kecil minat dalam menggunakan internet banking.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Listiyawati pada tahun 2018, bahwa hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi *risk* telah memberikan efek negatif pada penggunaan *internet banking*.¹⁰¹

⁹⁹ Jogiyanto, H.M, *Sistem Informasi Keperilakuan*, (Yogyakarta: Andy , 2007), h. 67.

¹⁰⁰ Mia Ulfatun Nadlifah, *Pengaruh Persepsi Kemudahan Sistem dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Sikap Positif Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UINSA Angkatan 2014-2016 Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank Syariah*, (Surabaya: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Surabaya, 2018), h. 79.

¹⁰¹ Listiyawati, *Pengaruh Persepsi Trust, Persepsi Risiko, Persepsi Keamanan, dan Persepsi Kemudahan (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BRI Kantor Cabang Katasura)*, (Surakarta: Fakultas dan Ekonomi Universitas Muhammadiyah, 2018), h. 76.

Berdasarkan teori tersebut dan didukung oleh hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H₃ : *Risk* berpengaruh negatif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung

4. *Service Features*

Service features adalah Karakteristik yang menambah fungsi dasar suatu produk, karena sebagai alat kunci untuk mendefinisikan fasilitas yang diberikan oleh bank kepada nasabah, seperti kelengkapan fasilitas maupun minimnya biaya penggunaan. *Service features* dalam transaksi yang dapat dilakukan yaitu informasi jasa atau produk bank, informasi saldo, dan mutasi rekening.¹⁰²

Hubungan variabel *Service Features* dengan Minat Nasabah Menggunakan *Internet banking* yakni Semakin canggih fasilitas yang ada pada suatu layanan, maka akan semakin tinggi penggunaan layanan tersebut, maka akan meningkatnya jumlah pengguna serta kepuasan nasabah dalam melakukan transaksi.

Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler pada tahun 2009 mengatakan bahwa produk dan kualitas yang disediakan termasuk keberagaman fitur yang berkualitas maka akan membuat pengguna lebih atraktif dalam penggunaan yang dianggap mampu memenuhi persyaratan kegunaanya sesuai jenis barang atau jasanya.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sita Kurnia Dewi pada tahun 2018, bahwa hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Service Features* berpengaruh terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan *internet banking*.¹⁰³

¹⁰² Febrina, “Studi Penerapan Inovasi Teknologi Informasi Dengan Metode Watch And Competitive Intelligence (TW-CI)”. *Jurnal Bisnis Univesty*, Vol, 15 No. 2, (2014), h. 55.

¹⁰³ Sita Kurnia Dewi, *Pengaruh Fitur Layanan, Kemudahan, Manfaat, Kepercayaan, dan Risiko Terhadap Minat Transaksi E-Banking Pada Santri Nurul Ummah*, (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2018), h. 65.

Berdasarkan teori tersebut dan didukung oleh hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H₄ : *Service features* berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. (Jakarta: PT Rineka Cipta). 2014
- Bambang, Suharjo. *Statistika Terapan : Contoh Aplikasi dengan SPSS*. Edisi ke-1. (Yogyakarta: Graha Ilmu). 2013
- Basyib, Fahmi. *Manajemen Risiko*. Jakarta: PT Gramedia. 2007. Cetakan ke-1
- Bawono, Anton. *Multivariate Analysis dengan SPS*. (Salatiga: STAIN Salatiga Press). 2006
- Cronin, Mary J. *Banking and Finance on the internet*. (Canada: John Wiley & Sons). 1998
- Dapertemen Pendidikan dan Kebudayaan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka. 1996
- Ghozali, Ilham. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. (Semarang: Badan Penerbit Uindip). 2005
- Giovany et al. *Ragam Model Penelitian dan Pengelolohannya dengan SPSS*. (Yogyakarta: Andi Press). 2017
- Hardono, Sulad Sri. *Manajemen Risiko Bagi Bank Umum: Kisi-kisi Ujian Sertifikasi Manajemen Risiko Perbankan*. Jakarta: PT Gramedia. 2006
- Hurriyati, Ratih. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Pelanggan*, (Bandung: Alfabeta). 2010.
- Jaya, Yudrik. *Psikologi Perkembangan*. (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group). 2011
- Jogiyanto, H.M. *Sistem Informasi Keperilakuan*. (Yogyakarta: Andy). 2007
- Kadir, A. *Pengenalan sistem informasi*. Yogyakarta: Andi. 2003
- Kasemin, Kasiyanto. *Agresi Perkembangan Teknologi Informasi*. (Jakarta: PRENADA MEDIA GROUP). 2015
- Kessi, Andi Makkulawu Panyiwi. *Motivasi, Kompetensi, dan Penguasaan Teknologi Informaasi Pada Kinerja Kepuasan Kerja dan Kinerja Dosen*. (Makasar : Jakad Media Publishing). 2019

- Latipah, Eva. *Psikologi Dasar*. (Bandung PT. Remaja Rosdakarya) 2017
- Lucas, H.C. *Information Technology and the Productivity Paradox: Assessing the Value of Investing in IT*. (New York: Oxford University Press). 1999
- Martin, E, *Managing Information Technology What Managers Need to Know* Tigard ed. (New Jersey: Pearson education International). 1999
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya). 2005
- Nadia, Ella Comaneci. *Tinjauan Hukum terhadap perlindungan hukum nasabah pengguna internet banking berdasarkan undang-undang informasi dan transaksi elektronik*. (Jakarta: Andi Press). 2017
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi. *Metodelogi Penelitian*. (Jakarta: PT Bumi Aksara) 2009
- Ningrum, Ari Kristin Prasetyo. *Risiko Bank Syariah*. (Yogyakarta: Pustaka Belajar). 2015
- Nurastuti, Wiji. *Teknologi Perbankan*. (Yogyakarta: Graha Ilmu). 2019
- Otoritas Jasa Keuangan. *Bijak Ber-Electronic Banking Mengatur Mengawasi Melindungi Untuk Industri Keuangan Yang Sehat*. (Jakarta: OJK), 2015
- Parudin, Agus. *Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Agama Islam Uml*. (Bandar Lampung, Andi Press). 2017
- Putra, Darma. *Pengelolaan dan Citra Digital*. (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET). 2010
- Riduwan. *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. (Bandung: Alfabeta). 2004. Cetakan Pertama
- Riswadi, Budi Agus *Aspek Hukum Internet Banking*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada). 2015
- Rustam, Bambang Rianto. *Manajemen Risiko Perbankan Syariah di Indonesia*. (Jakarta: Salemba Empat). 2013
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. (Yogyakarta: ANDI OFFSET). 2013

- Santoso dan Ashari, *Analisis Statistik dengan Microsoft Exel dan SPSS*. (Yogyakarta: Andipres). 2005
- Sedarmayanti, Syarifudin Hidayat. *Metode Penelitian*. Bandung: Mandar Maju. 2002
- Shah, Mahmood dan Steve Clarke. *E-banking Management: Issue, Solutions and Strategies*. (London: IGI Global). 2009
- Shaleh, Abdul Rahman dan Muhib Abdul Wahab. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. (Jakarta: Kencana). 2014
- Simamora. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia. 2008. Cetakan ke tiga
- Siregar, Sofyan. *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada). 2010
- Slameto. *Belajar dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta. 2010
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, Bandung: Alfabeta. 2016
- Sutarbi, Tata. *Analisis Sistem Informasi*. (Jakarta: Andi). 2004
- Sutarman. *Pengantar Teknologi Informasi*. (Jakarta: Bumi Aksara). 2019
- Turban, Efraim. *Information Technology for Management*. Edisi Ketujuh. (Asia: Jhon Willey dan Sons). 2010
- Umar, Husain. *Metode Riset Bisnis*. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum). 2003
- Utami, Pratiwi. *Undang-undang dan Transaksi Elektronik Nomor 11 Tahun 2008*. (Yogyakarta: Jogja Bangkit Publisher (Anggota IKAPI)). 2009
- Vartanian, Thomas P, dkk.,. *21 Century Money, banking and Commerce*. (Washington: Fried, Frank, Harris, Shriver & Jacobson). 1998
- Wibowo, Agung Edi. *Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian*. (Jakarta: Gava Media). 2012
- Witheley, David. *E-Commerce: Strategy, Technologies and Applications*. (London: MC . Graww-Hill). 2000
- Woolfolk, Anita. *Educational Psychology Active Learning Edition*. (Yogyakarta: Pustaka Belajar). 2009

Jurnal

- Alter, Steven. "Information System : A Management Perspectiv e. Benjamin/ Cummings, California". (1992)
- Bergeron, Francois and Raymond, Louis. "Planing of Information Systems to Gain A Competitive Edge". *Journal of Small Business Management*. (January 1992)
- Chang, Y. "Dynamic of banking technology adoption: An application to internet banking". *Work Paper University of Warwick*.
- Davis, F.D., Bagozzi, R.P., and Warshaw, P.R. "User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models". *Management Science*. Vol. 35 No. 8 (1989)
- Diah Puspitarini dan Fariyana Kusumawati , "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Mengikuti Pendidikan Profesi Akutansi". *Jurnal Investasi*. Vol. 1 No. 1 (2013)
- Dishaw, Tommi, and, Anssi Oorni Strong. "Trust Enhanced Technology Acceptance Model Consumer Acceptance of Mobile Payment Solution". *Journal of MIS*. Vol. 13 No. 2 (1999)
- Fasiha Kamal. "Manajemen Resiko dan Resiko dalam Islam". *Jurnal Muamalah*. Vol 4 No. 2 (2014)
- Febrina "Studi Penerapan Inovasi Teknologi Informasi Dengan Metode Watch And Competitive Intelligence (TW-CI)". *Jurnal Bisnis Univesty*. Vol. 15 No. 2 (2014)
- Gabby E. M. Sopotan, Bonny F. Sompie, Robert J. Mandangi. "Manajemen Risiko Kesehatan dan Keselamatan Kerja Ke-3". *Jurnal Ilmiah Media Engineering*. Vol. 4 No. 4 (Desember 2014)
- Haag, L. and S. Smey. "A Survey of Internet Use by Teachers in Three Urban Connecticut Schools School". *Lib.Media Quarterly* . Vol 4 No. 25 (2000)
- Hafid Nur Yudha, Jaka Isgiyarta. "Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah Bank Terhadap Internet Banking Adoption (Studi Pada Nasabah Perbankan Yang Menggunakan Internet Banking Di Kota Surakarta)". *Journal Of Accounting*. Vol. 4 No. 4 (2015)
- Heny Agustina. "Penggunaan teknologi informasi, kemudahan, dan fitur layanan terhadap minat asabah dalam menggunakan internet

- banking (studi bank syariah mandiri)". *Jurnal Manajemen Kinerja*. Vol 3 No. 1 (Februari 2017)
- Igbaria, M., A. Chakrabarti, "Computer anxiety and attitudes towards microcomputer use". *Behaviour Inform*. Vol. 9 No. 3 (1990)
- Irni Audini, Idrianita Anis. "Analisis Pengaruh Perceived Risk, Social Norms, Usefulness, dan Trust Terhadap Adopsi Mobile Banking dan Internet Banking". *Indonesian Journal of Accounting and Governance*. Vol. 1 No. 1. (2017)
- Laerte Peotta. "A Formal Classification Of Internet Banking Attacks and Vulnerabilities". *International Journal of Computer Science & Information technology (IJCSIT)*. Vol 3 No.1 (Februari 2011)
- Laila Ramadani. "Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Electronic (E-money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa". *Jurnal ESP*. Vol. 8 No.1 (Maret 2016)
- Muhammad Fadlhi dan Rudy Fachruddin. "Pengaruh Persepsi Nasabah Atas Risiko, Kepercayaan, Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Internet Banking (Studi Empiris Pada Nasabah Bank Umum di Kota Banda Aceh)". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*. Vol. 1 No. 2 (2016)
- Mukherjee, A , Nath, P. "A Model of Trust in Online Relationship Banking". *The International Journal of Banking Marketing Bradford*, Vol. 21 No. 1 (2005)
- Ngasuko, Tri Achya. "Internet Banking Users in Indonesia (2018 Susenas Case Study)". *Jurnal MPRA*. Vol. 6 No. 9812 (Desember 2019)
- O'Brian, David and Detmar Straub. "The Relative Importance of Perceived Ease of Use in IS Adoption: A Study of e-Commerce Adoption". *Journal of the association for information System*. Vol. I article 8 (October 2005)
- Oxford, Allen dan Hamilton. "Booz-Allens Worldwide Survey Revealed a Huge Perception Gap Between Japanese and American/ European Bank Regarding Internet Banking". (1995)
- Paul A Pavlou. "Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating, Trust, and Risk with Technology Acceptance Model". *International Journal of Electronic Commerce*, Vol 7 (2020)

- Pavlou, Fred. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology". *MIS Quarterly*. (September 2001)
- Poon, W. C. "Users Adaption of E-Banking Service: The Malaysian Perspective". *Journal of Business and Industrial Marketing*. Vol. 23 No.1 (2008)
- Setyo Ferry Wibiwo., dkk. "Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan E-money card". *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol. 6 No. 1 (2005)
- Syansyul Hadi, Novi. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking". *Jurnal Optimun*. Vol. 5 No. 1 (2015)
- Vankatesh, V. Morris. "User acceptance of Information technology : Toward a Unified Views". *MIS Quartely*. Vol. 7 No. 3 (2003)
- Vicent-waine Mitchel, "Consumer Preceived Risk: Conceptualisations and model". *European Journal of Marketing*. Vol. 33 No. 2 (2000)
- Wahyudi, Amin. "Penggunaan Teknologi Informasi di Dunia Bisnis dan Perbankan". *Jurnal Akutansi dan Sistem Teknologi Informasi*. Vol. 7 No.1 (2016)

Skripsi

- Arius Juliansya. *Pengaruh Teknologi Informasi Kemudahan, Risiko, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking*. (Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syarif Hidayatullah). 2018
- Gilang Rizky Amijaya. *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA)*. Skripsi. (Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro). 2010
- Mia Ulfatun Nadlifah. *Pengaruh Persepsi Kemudahan Sistem dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Sikap Positif Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UINSA Angkatan 2014-2016 Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank Syariah*. (Surabaya: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Surabaya). 2018

Reza Ramadhan. *Persepsi Kemudahan Penggunaan Persepsi Kredibilitas, dan Persepsi Harga Pada Niat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Di Bank Syariah Mandiri Surabaya*. (Surabaya: sFakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga). 2016

