

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN  
DAN RISIKO TERHADAP MINAT NASABAH DALAM  
MENGUNAKAN LAYANAN *MOBILE BANKING***

**(Studi Pada BSI KCP Bandar Lampung Tanjung Karang)**



**Program Studi : Perbankan Syariah**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**RADEN INTAN LAMPUNG**

**1444 H/2024 M**

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN  
DAN RISIKO TERHADAP MINAT NASABAH DALAM  
MENGUNAKAN LAYANAN *MOBILE BANKING***

**(Studi Pada BSI KCP Bandar Lampung Tanjung Karang)**

**Skripsi**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-  
Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1 Dalam Ilmu  
Ekonomi dan Bisnis Islam**

**Oleh :**

**Rofidatus Silmi**

**1951020434**

**Program Studi : Perbankan Syariah**

**Pembimbing I : Muhammad Kurniawan, S.E., M.E.Sy**

**Pembimbing II : Rosydalena Putri, S.E., M.S.Ak., Akt., C.A.**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**RADEN INTAN LAMPUNG**

**1444 H/2024 M**

## ABSTRAK

Perkembangan dunia perbankan semakin pesat dan modern, baik dari segi kualitas, pelayanan ragam produk, hingga teknologi yang dimiliki. Seiring perkembangan teknologi, digital banking mulai mewarnai aktivitas keuangan nasabah. Kemudahan yang diberikan membuat nasabah merasa diuntungkan. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah Apakah Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Risiko berpengaruh Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Layanan *Mobile Banking* pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bandar Lampung Tanjung Karang. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Layanan *Mobile Banking* pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bandar Lampung Tanjung Karang

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data primer yang diperoleh langsung dari responden menggunakan penyebaran kuisioner kepada 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non-probability* sampling dengan metode *purposive sampling*. Indikator pengukuran menggunakan skala likert menggunakan SPSS.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel kemudahan dan risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*. Sedangkan variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*.

**Kata kunci : Kemudahan, Kepercayaan, Risiko, Minat Nasabah, Mobile banking, Bank Syariah Indonesia**

## ABSTRACT

The development of the banking world is increasingly rapid and modern, both in terms of quality, service, product variety, and technology. As technology develops, digital banking is starting to color customer financial activities. The convenience provided makes customers feel benefited. The formulation of the problem in this research is whether perceptions of convenience, trust and risk influence customer interest in using *mobile banking services* among customers of Bank Syariah Indonesia KCP Bandar Lampung Tanjung Karang. This research aims to determine the influence of perceptions of ease, trust and risk Regarding Customer Interest in Using *Mobile Banking Services* for Bank Syariah Indonesia Customers KCP Bandar Lampung Tanjung Karang

This research uses primary data collection techniques obtained directly from respondents using questionnaires distributed to 100 respondents . The sampling technique in this research uses a *non-probability sampling* technique with a *purposive sampling method*. Measurement indicators use a Likert scale using SPSS.

The results of this research conclude that the convenience and risk variables do not have a significant effect on customer interest in using *mobile banking services* . Meanwhile, the trust variable has a positive effect on customer interest in using *mobile banking services*.

**Keywords:** *Convenience, Trust, Risk, Customer Interest, Mobile banking, Bank Syariah Indonesia*



**KEMENTERIAN AGAMA  
UIN RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Alamat : Jl. Letkol. Hi. Endro Suratmin Sukarame I Telp.  
(0721) 703289 Bandar Lampung

### **SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rofidatus Silmi  
NPM : 1951020434  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada BSI KCP Bandar Lampung Tanjung Karang)” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam catatan kaki atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, September 2023  
Penyusun



Rofidatus Silmi

NPM. 1951020434



**KEMENTERIAN AGAMA  
UIN RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Letkol. Hi. Endro Suratmin Sukarame I Telp.  
(0721) 703289 Bandar Lampung

**LEMBAR PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan  
Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah  
Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Pada  
Bank Syariah (Studi Kasus Pada BSI KCP  
Bandar Lampung Tanjung Karang)  
Nama : Rofidatus Silmi  
NPM : 1951020434  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

**MENYETUJUI**

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosyah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

**Pembimbing I**

**Muhammad Kurniawan, M.E., Sy.**  
NIP. 1986051720150311005

**Pembimbing II**

**Rosvdalina Putri M.S., Ak., CA**  
NIP. 1987101820180120001

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan Perbankan Syariah**

**Any Eliza, S.E., M.S., Akt**  
NIP. 198308152006042004




KEMENTERIAN AGAMA  
UIN RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Alamat : Jl. Letkol. Hl. Endro Suratmin Sukarame I Telp.  
(0721) 703289 Bandar Lampung

**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada BSI KCP Bandar Lampung Tanjung Karang)” disusun oleh Rofidatus Silmi, NPM: 1951020434, Program Studi: Perbankan Syariah, telah diujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: Selasa, 19 Desember 2023.

**TIM PENGUJI**

Ketua : Nurlaili, M.A. 

Sekretaris : Gustika Nurmalia, M.Ek. 

Penguji I : Dr. M.Iqbal, M.E.I 

Penguji II : Rosydalina Putri, M.S.Ak.,Akt.,CA. 

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

  
Prof. Dr. Tulus Suryanto, M.M.,Akt., C.A  
NIP. 197009262008011008

## MOTTO

﴿فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا﴾

Artinya : Karena sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan,  
sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan  
(Al-insyirah ayat 5-6)

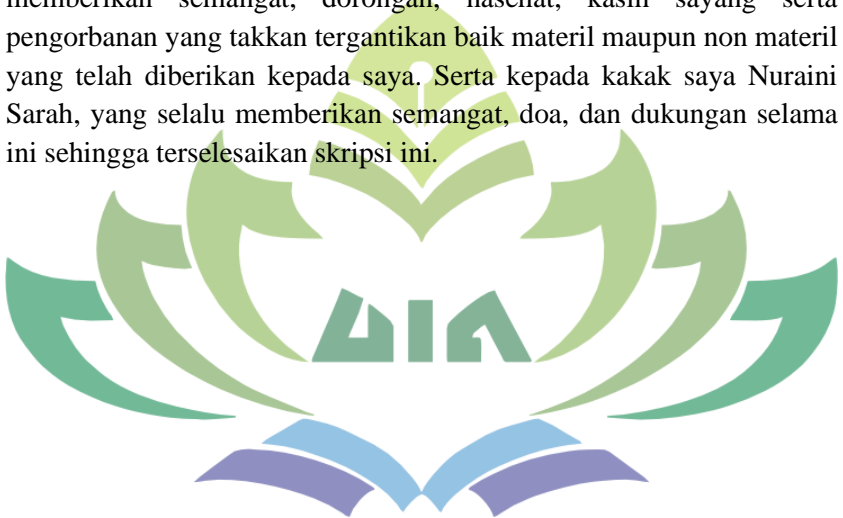




## PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat rahmat, karunia dan hidayah-Nya yang telah memberikan Kesehatan, kekuatan dan kesabaran untuk penulis dalam mengerjakan skripsi ini. Sebagai bukti dan kasih sayang yang sangat mendalam, skripsi ini penulis persembahkan kepada :

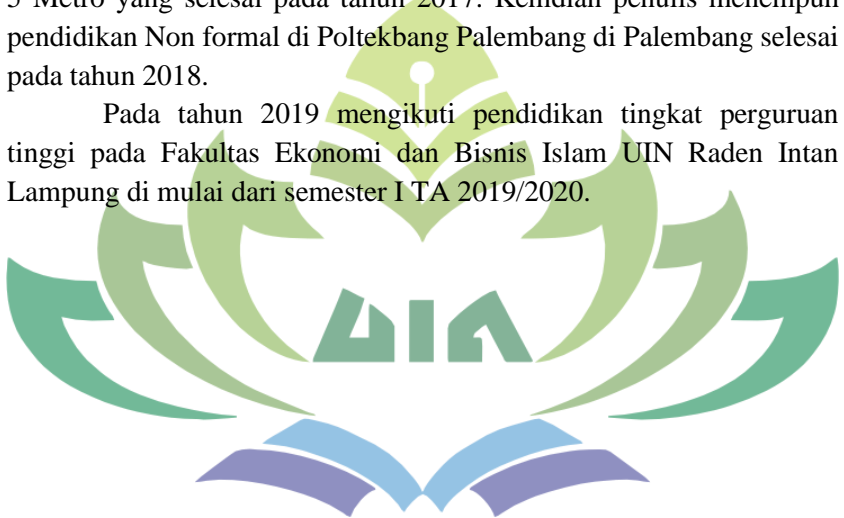
Kedua orang tua saya kepada Bapak Sutomo dan Ibu Neni Herawati, yang telah menjadi motivasi terbesar dalam hidup. Senantiasa mendoakan keberhasilan saya, dan tiada hentinya selama ini memberikan semangat, dorongan, nasehat, kasih sayang serta pengorbanan yang takkan tergantikan baik materil maupun non materil yang telah diberikan kepada saya. Serta kepada kakak saya Nuraini Sarah, yang selalu memberikan semangat, doa, dan dukungan selama ini sehingga terselesaikan skripsi ini.



## RIWAYAT HIDUP

Rofidatus Silmi lahir pada tanggal 13 januari 1999 di Bandar Lampung. Penulis merupakan anak ke-2 dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Sutomo dan Ibu Neni Herawati. Penulis menempuh pendidikan dari TK Aziziah Bandar Lampung selesai pada tahun 2005, yang kemudian melanjutkan ke jenjang Sekolah Dasar SD Negeri 6 Metro Barat selesai pada tahun 2011, kemudian penulis melanjutkan ke jenjang Sekolah Menengah Pertama SMP Negeri 2 Metro selesai pada tahun 2014, selanjutnya penulis menempuh pendidikan di SMA Negeri 5 Metro yang selesai pada tahun 2017. Kemudian penulis menempuh pendidikan Non formal di Poltekbang Palembang di Palembang selesai pada tahun 2018.

Pada tahun 2019 mengikuti pendidikan tingkat perguruan tinggi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung di mulai dari semester I TA 2019/2020.



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis sampaikan kepada kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya berupa ilmu pengetahuan, kesehatan, dan kesabaran kepada penulis sehingga skripsi dengan judul “**Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada BSI KCP Bandar Lampung Tanjung Karang)**” dapat diselesaikan. Shalawat beserta salam senantiasa terlimpah curahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW, yang dinanti-nantikan syafaatnya di yaumul akhir.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program studi (S1) jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam Atas bantuan semua pihak dalam proses menyelesaikan skripsi, penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Tulus Suryanto, MM., Akt, C.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Raden Intan Lampung beserta jajarannya.
2. Ibu Any Eliza., S.E., M.Ak selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung beserta jajarannya.
3. Bapak Muhammad Kurniawan, S.E., M.E.Sy. selaku pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu dan member arahan dalam membimbing serta memberikan motivasi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
4. Ibu Rosydalina Putri, S.E., M.S.Ak., Akt., C.A. selaku pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan memberi arahan dalam membimbing serta memberikan motivasi sehingga skripsi ini selesai.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan motivasi, ilmu dan pelajaran kepada penulis

selama proses perkuliahan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi.

6. Teman-teman satu kelas Perbankan Syariah E dan angkatan 2019 yang telah menjadi teman seperjuanganku di perkuliahan.
7. Seluruh pihak yang telah banyak membantu. Penulis ucapkan terimakasih semoga kita bisa berkumpul kembali dan tidak putus tali selaturahmi.

Akhir kata apabila dalam penulisan terdapat kesalahan mohon maaf dan kepada Allah penulis mohon ampun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berkah bagi penulis dan semua pihak. Aamiin.

Bandar Lampung, Mei 2023

Penulis,

**Rofidatus Silmi**

**NPM. 1951020434**



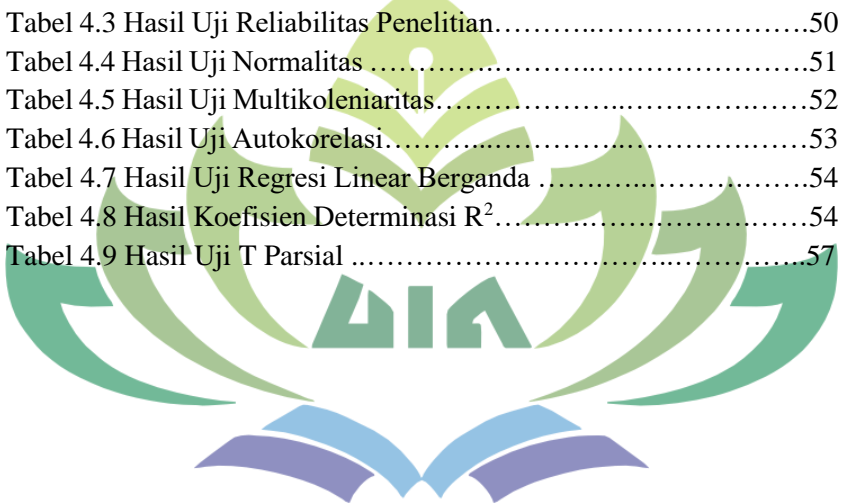
## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN ABSTRAK .....	iii
HALAMAN SURAT PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN SURAT PERSETUJUAN.....	v
HALAMAN SURAT PENGESAHAN.....	vi
MOTTO.....	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
RIWAYAT HIDUP.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah.....	2
C. Identifikasi Masalah .....	7
D. Rumusan Masalah .....	8
E. Tujuan Penelitian .....	9
F. Manfaat Penelitian .....	9
G. Kajian Penelitian Terdahulu .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>14</b>
A. Teori Yang Digunakan.....	14
1) <i>Theory Acceptance Model (TAM)</i> .....	14

2) Atribusi.....	15
3) <i>Digital Banking</i> .....	16
4) Minat .....	20
5) Persepsi .....	23
B. Kerangka Berpikir Dan Pengajuan Hipotesis .....	30
1) Kerangka Berpikir .....	31
2) Hipotesis .....	32
<b>BAB III MODEL PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
A. Waktu Dan Tempat Penelitian.....	34
B. Pendekatan Dan Jenis Penelitian .....	34
C. Populasi, Sampel Dan Teknik Pengumpulan Data..	35
D. Definisi Operasional.....	38
E. Teknik Pengolahan Data .....	41
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>47</b>
A. Deskripsi Data .....	47
B. Pembahasan Hasil Penelitiandan Analisis .....	59
C. Pembahasan.....	59
1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking.....	59
2. Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking .....	61
3. Pengaruh Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking...	62
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>65</b>
A. Kesimpulan .....	65
B. Saran .....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>67</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Pengguna Mobile Banking .....	6
Tabel 1.2 Kajian Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 3.1 Skor Jawaban Responden Terhadap Kuesioner.....	37
Tabel 3.2 Indikator Kemudahan.....	40
Tabel 3.3 Indikator Kepercayaan.....	40
Tabel 3.4 Indikator Risiko.....	40
Tabel 3.5 Indikator Minat.....	41
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	48
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Item-Item Variabel.....	49
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Penelitian.....	50
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas .....	51
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikoleniaritas.....	52
Tabel 4.6 Hasil Uji Autokorelasi.....	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	54
Tabel 4.8 Hasil Koefisien Determinasi $R^2$ .....	54
Tabel 4.9 Hasil Uji T Parsial .....	57



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....31





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Persetujuan Pra Riset

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 Jawaban Responden

Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian

Lampiran 5 Hasil Olah Data Menggunakan SPSS 16.0

Lampiran 6 Surat Plagiasi



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

Sebagai langkah awal dalam memahami penelitian ini, maka diperlukan penegasan arti dan makna dari setiap istilah dalam judul penelitian ini. Penegasan judul ini dilakukan untuk mempermudah dan menghindari kesalahpahaman bagi para pembaca. Adapun judul penelitian ini adalah **“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Layanan *Mobile Banking* (Studi Pada Nasabah BSI KCP Bandar Lampung Tanjung Karang)”** Berdasarkan judul tersebut, perlu diuraikan pengertian dari setiap istilah yang dimuat dalam judul sebagai berikut :

1. **Pengaruh** menurut Kamus Bahasa Indonesia, adalah kesan langsung dari sesuatu atau pemahaman seseorang.<sup>1</sup>

**Persepsi Kemudahan** Persepsi kemudahan yaitu keadaan yang memudahkan untuk melakukan sesuatu. Kemudahan disini dapat didefinisikan sebagai kepercayaan seseorang jika mereka menggunakan suatu sistem maka mereka akan bebas dari upaya. Seseorang yang percaya bahwa teknologi tersebut mudah untuk digunakan maka seseorang tersebut akan menggunakannya. Variabel kemudahan Penggunaan ini memberi indikasi bahwa sebuah sistem dibuat untuk memberikan kemudahan bukan untuk mempersulit penggunaannya.<sup>2</sup>

2. **Persepsi Kepercayaan** Kepercayaan adalah bentuk rasa ketaatan seseorang pada lainnya, bisa merujuk pada baik dan buruknya sesuatu, atau afirmasi dari hubungan kedua belah pihak.

---

<sup>1</sup> Agung D.E, *Kamus Bahasa Indonesia*, ed. Resna Anggria P, Cet. 1 (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, IKAPI, 2017). 220.

<sup>2</sup> Ernawati Waridah, *Kamus Bahasa Indonesia*, 1st ed. (Jakarta: Ruang Kata, 2014). 267.

3. **Persepsi Risiko** adalah Persepsi risiko adalah akibat yang kurang menyenangkan (merugikan, membahayakan) dari suatu perbuatan atau tindakan.<sup>3</sup> Persepsi risiko selalu dihubungkan dengan kemungkinan terjadinya sesuatu yang merugikan yang tidak diduga/tidak diinginkan. Jadi merupakan ketidakpastian atau kemungkinan terjadinya sesuatu, yang apabila terjadi akan mengakibatkan kerugian.
4. **Minat** kecenderungan seseorang terhadap sesuatu. Minat disini diartikan bahwa keinginan seseorang untuk mencapai apa yang diinginkan.<sup>4</sup>
5. **Nasabah** Menurut UU RI No. 10 Tahun 1998 nasabah adalah orang atau badan yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada bank.<sup>5</sup>
6. **Mobile Banking** merupakan salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melalui jaringan internet.

Berdasarkan pemaparan dari istilah dalam judul diatas, maka dapat dipahami bahwa penelitian ini dimaksudkan untuk membahas mengenai bagaimana **Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Layanan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah BSI KCP Bandar Lampung Tanjung Karang**

## **B. Latar Belakang Masalah**

Bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau dalam bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Bank termasuk perusahaan industri jasa karena produknya hanya memberikan

---

<sup>3</sup> Puthot Tunggal Handayani, *Kamus Bahasa Indonesia*, 2nd ed. (Jakarta: Giri Utama, 2019).

<sup>4</sup> Prathama Rahardja dan Mandala Manurung, *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi)*, 3rd ed. (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2008).

<sup>5</sup> Republik Indonesia, "Badan Pembinaan Hukum Nasional," 1998.

layanan jasa kepada masyarakat.<sup>6</sup> Dewasa ini perkembangan dunia perbankan semakin pesat dan modern baik dari segi ragam produk, kualitas pelayanan dan teknologi yang dimiliki. Perbankan juga menjadi salah satu faktor yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia, bahkan aktivitas dan keberadaan perbankan sangat menentukan kemajuan suatu Negara dalam bidang ekonomi.

Oleh karena itu tidak heran apabila perbankan suatu Negara hancur maka mengakibatkan kehancuran perekonomian Negara yang bersangkutan seperti yang terjadi di Indonesia pada tahun 1998 dan 1999.<sup>7</sup> Perkembangan teknologi yang semakin maju yang ditandai oleh revolusi teknologi komunikasi dan informasi yang mengakibatkan terjadinya perubahan zaman. Dengan adanya kemudahan yang diperoleh dari komunikasi dan informasi, muncul kompetisi yang sangat ketat yang berakibat nasabah semakin banyak pilihan dan sangat sulit untuk dipuaskan karena telah terjadi pergeseran yang semula untuk memenuhi kebutuhan, meningkat menjadi harapan untuk memenuhi kepuasan. Kebutuhan dan keinginan nasabah semakin meningkat dan beraneka ragam sehingga bank saling berkompetisi dalam memuaskan nasabah.

Seiring perkembangan teknologi, *digital banking* mulai mewarnai setiap aktivitas keuangan nasabah. Kemudahan yang diberikan membuat nasabah merasa diuntungkan. Transformasi digital yang dilakukan industri perbankan lebih dari sekedar menyediakan layanan online dan *mobile banking*. Industri finansial perbankan perlu berinovasi dalam menggabungkan teknologi digital dengan interaksi nasabah, dalam hal ini temuan-temuan teknologi baru tersebut harus mempermudah dan memberikan kenyamanan bagi pengguna dalam mengakses layanan perbankan.<sup>8</sup>

*Digital banking*, inovasi awal memahami gap layanan dan potensi pemanfaatan teknologi yang demikian besar, perbankan

---

<sup>6</sup> Supriyono, *Buku Pintar Perbankan* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2011).

<sup>7</sup> Nurul Ichsan Hasan, *Pengantar Perbankan (Pertama)*, 1st ed. (Jakarta: Gaung Persada Press, 2014).

<sup>8</sup> Annisa Indah Mutiasari, "Perkembangan Industri Perbankan Di Era Digital," *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan* 9, no. 2 (2020): 32–41, <https://doi.org/10.47942/iab.v9i2.541>.

pun melahirkan mobile banking dan internet banking yang terbukti efektif dalam memperluas jangkauan layanan, menyiasati tantangan geografis. Inovasi tersebut juga berhasil menciptakan efisiensi serta membuka opsi terhadap lebih banyak pilihan produk dan layanan perbankan, Hal inilah yang akan menjadi potensi dan kesempatan oleh bank, untuk meningkatkan minat calon nasabah menjadi nasabah di bank, memberikan layanan yang nasabah inginkan sehingga loyal terhadap bank.<sup>9</sup> Masuknya *mobile banking* dalam dunia perbankan ini memberikan dampak positif bagi nasabah dalam melakukan kegiatan transaksi perbankan.<sup>10</sup>

Semenjak pertama kali peluncuran, aplikasi ini masih memiliki banyak kekurangan. Namun BSI *mobile* masih mengoptimalkan penggunaan dan terus berusaha mengembangkan teknologinya, dan memberikan kemudahan kepada nasabah untuk mendapatkan informasi dan transaksi melalui aplikasi BSI *Mobile* dan tetap menjaga privasi dan keamanan data pengguna *Mobile Banking*. Digitalisasi yang pesat membuat dunia perbankan mengubah strategi bisnisnya dengan menempatkan teknologi sebagai unsur utama dalam proses inovasi produk dan jasanya.<sup>11</sup>

Layanan *mobile banking* menjadi pilihan logis kekinian yang dibutuhkan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan juga efisiensi biaya, terutama bagi generasi milenial saat ini. Efektifitas dan efisiensi layanan digital perbankan dirasa memberikan manfaat yang banyak dan membantu nasabah dalam memenuhi kebutuhan transaksi keuangannya seperti berbelanja online, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, dan transfer antar bank. Dengan adanya digitalisasi layanan mampu mengatasi kesenjangan layanan antar

---

<sup>9</sup> Nur Kholis, "Perbankan Dalam Era Baru Digital," *Jurnal Economicus* 12, no. 1 (2018): 80–88.

<sup>10</sup> Giga Bawa Laksana, Endang Siti Astuti, and Rizki Yudhi Dewantara, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking ( Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia ( BRI ) Kantor Cabang Rembang , Jawa Tengah )," *Jurnal Administrasi Bisnis* 26, no. 2 (2015): 1–8, [administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id](http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id).

<sup>11</sup> Zanuvar Rifai and Luzi Dwi Oktaviana, "Pelatihan Aplikasi Teknis Online Marketplace Pada Sentra UMKM Banyumas ' Pratihsa Harsa ' Untuk Pemasaran Produk Secara Online," *Jurnal Abdimas BSI* 1, no. 3 (2018): 593–99.

bank dengan masyarakat menjadi lebih dekat, hemat, efisien, cepat, dan murah.<sup>12</sup>

Dalam kehidupan masyarakat, layanan digital ini dapat membantu masyarakat tanpa harus ke bank, dan pada dasarnya layanan *mobile banking* ini memberikan sosialisasi dan mengedukasi, pada dasarnya pemahaman mengenai BSI dapat dilihat dari kondisi dan usia yang ditentukan. Terlebih lagi di pandemi covid-19 dapat membantu masyarakat mengenai layanan digital. Layanan digital juga bertujuan memenuhi segala bentuk kemudahan bagi nasabah kalangan atas maupun rendah yaitu untuk melakukan transaksi perbankan registrasi dan komunikasi.

Menurut peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) nomor 12 /POJK.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Pelayanan Perbankan Digital oleh Bank Umum, dimana pengertian digital banking adalah pelayanan bagi perbankan elektronik yang dikembangkan dalam rangka memaksimalkan pemanfaatan data nasabah dalam rangka melayani dan memberikan informasi kepada nasabah secara lebih mudah, cepat, dan sesuai dengan kebutuhan (*customer experience*), serta dapat dijalankan dengan mandiri sepenuhnya oleh pihak nasabah, dengan memperhatikan aspek berbagai pengamanan.<sup>13</sup> Kualitas layanan elektronik dan digital merupakan suatu bentuk penilaian para nasabah terhadap tingkat layanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan, kepuasan nasabah merupakan elemen yang terpenting dan menentukan dalam menumbuh kembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan. Layanan perbankan yang menggunakan media elektronik atau digital merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh bank agar dapat memperluas akses keuangan ditengah-tengah masyarakat. Salah satunya upaya memperluas akses keuangan masyarakat tersebut antara lain dengan adanya

---

<sup>12</sup> M.M Dr. H. Mashur Razak, S.E., *Perilaku Konsumen*, ed. Mutmainah, Cetakan 1 (Makasar: Alauddin University Publisier, n.d.).55

<sup>13</sup> Otoritas Jasa Keuangan, "POJK Nomor 12/POJK.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum," *Ojk RI*, no. I (2018): 1-55.

inisiasi pembukaan rekening bank yang dapat dilakukan oleh nasabah secara langsung.<sup>14</sup>

Salah satu bank yang menggunakan digital banking yaitu BSI KCP Bandar Lampung Tanjung Karang. Penggunaan layanan digital bagi nasabah dapat menghemat waktu, dan biaya (transportasi) karena nasabah tidak harus mengunjungi bank secara langsung, hanya dengan transaksi lewat aplikasi. Transaksi dengan aplikasi mobile BSI dapat dilakukan dengan bebas, karena keamanan penggunaan terjamin. Pelanggan tidak perlu khawatir karena mengakses dan melakukan transaksi melalui aplikasi tidaklah mudah. Dua sistem keamanan telah diimplementasikan pada aplikasi BSI *Mobile*, yaitu password akses akun dan kode PIN untuk melakukan transaksi. Hanya klien (nasabah) yang dapat mengaksesnya. Di bawah ini kegiatan nasabah dalam melakukan aktivasi mobile BSI.

**Tabel. 1.1**  
**Data Jumlah Pengguna Mobile BSI KCP Bandar Lampung**  
**Tanjung Karang Tahun 2020**

No.	Bulan	Jumlah Nasabah
1	Juli	385
2	Agustus	415
3	September	458
4	Oktober	472
5	November	498
6	Desember	523
	<b>Jumlah</b>	<b>2.751</b>

**Sumber data :** *Wawancara Ibu Uty (Branch office Service Manager) KCP Bandar Lampung Tanjung Karang pada tanggal 28 Maret 2023*

---

<sup>14</sup> Mulawarman Jannase Nasir Tajul Aripin, Nur Fatwa, "Layanan Digital Bank Syariah Sebagai Faktor Pendorong Indeks," *SYARIKAT: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 5 (2022): 29–45.

Berdasarkan hasil penelitian berupa wawancara diatas, menunjukkan data nasabah pengguna mobile banking pada 6 bulan terakhir tahun 2022 sebanyak 2.751 nasabah yang aktivasi mobile banking. Dalam penelitian ini peneliti membahas pada kasus persepsi nasabah dalam penggunaan *mobile banking*. Dalam penelitian ini menggunakan BSI KCP Bandar Lampung Tanjung Karang untuk dijadikan sebagai lokasi penelitian. Kantor cabang Tanjung Karang sendiri merupakan kantor cabang dari Bank Syariah Indonesia yang didirikan pada tahun 2008, Bank Syariah Indonesia KCP Bandar Lampung Tanjung Karang ini dipilih dalam penelitian yang terletak di Jl. Jendral Sudirman No. 62, Kel. Enggal, Kec. Tanjung Karang Pusat, Kota Bandar Lampung, yang dilengkapi dengan fasilitas gedung, parkir kendaraan bermotor, ruang tunggu, dan mesin ATM dari segi pelayanannya dua teller, dua *customer service* dan dua *security*. Kehadiran Bank Syariah KCP Bandar Lampung Tanjung Karang selain melayani nasabah, juga membantu kegiatan penelitian mahasiswa. Subjek penelitian ini yaitu nasabah BSI KCP Bandar Lampung Tanjung Karang. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Layanan *Mobile Banking* (Studi Pada Nasabah BSI KCP Bandar Lampung Tanjung Karang)”**

### C. Identifikasi dan Batasan Masalah

#### 1. Identifikasi Masalah

- a) Masih banyak masyarakat yang belum memakai mobile banking karena kurang percaya dengan keamanan, serta kurangnya pemahaman tentang mobile banking sehingga banyak masyarakat yang tidak ingin menggunakan layanan tersebut.
- b) Aplikasi *mobile banking* masih memiliki banyak kekurangan. Namun *mobile banking* masih mengoptimalkan penggunaan dan terus berusaha



mengembangkan teknologinya, dan memberikan kemudahan kepada nasabah

- c) Kurangnya inovasi terbaru diberbagai bidang teknologi informasi. Khususnya dalam bidang perbankan syariah yang menuntut pihak bank syariah bersaing untuk memberikan layanan terbaiknya agar nasabah merasa nyaman dan puas.

## 2. Batasan Masalah

Setiap permasalahan pada dasarnya sangat kompleks, sehingga penulis tidak dapat meneliti secara keseluruhan dikarenakan keterbatasan waktu yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis memberikan batasan masalah pada penelitian ini, yaitu:

- a) Objek penelitian hanya fokus pada nasabah BSI KCP Bandar Lampung Tanjung Karang..
- b) Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kemudahan, kepercayaan dan risiko, sedangkan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah minat menggunakan *mobile banking* yang difokuskan pada *mobile banking*.
- c) Penelitian ini menggunakan metode skala likert.

## D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Persepsi Kemudahan berpengaruh Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Layanan *Mobile Banking*?
2. Apakah Persepsi Kepercayaan berpengaruh Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Layanan *Mobile Banking*?
3. Apakah Persepsi Risiko berpengaruh Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Layanan *Mobile Banking*?

## E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan perumusan masalah, maka ada beberapa tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengidentifikasi atau menganalisis adakah pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Layanan *Mobile Banking*.
2. Untuk mengidentifikasi atau menganalisis adakah pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Layanan *Mobile Banking*.
3. Untuk mengidentifikasi atau menganalisis adakah pengaruh Risiko Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Layanan *Mobile Banking*.

## F. Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat Teoritis

- a. Secara teoritis penelitian ini bermanfaat untuk menambah literatur dan menambah pengetahuan dalam bidang keilmuan perbankan baik secara teori maupun aplikasi.
- b. Penelitian ini dapat memberikan sumbangan tambahan data dan penjelasan untuk penelitian lebih lanjut.

### 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, penelitian ini dapat memberikan pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan penggunaan layanan *Mobile banking* BSI, dan mampu memberikan wawasan dibidang perbankan.
- b. Bagi masyarakat, penelitian ini dapat memberikan informasi kepada pengguna Layanan *Mobile banking* BSI, tentang pentingnya inovasi digital di dunia perbankan.
- c. Bagi Manajemen Perbankan Syariah, penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi manajemen perbankan sebagai

acuan dalam menjalankan fungsinya sebagai lembaga intermediasi. Serta sebagai evaluasi layanan *Mobile banking* BSI.

### G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Dalam melaksanakan penelitian, terdapat penelitian yang terkait untuk dijadikan sebagai referensi. Pokok permasalahan ini yaitu melihat kedudukan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Tujuan dari tinjauan pustaka ini adalah agar fokus penelitian yang dilakukan ini bukan pengulangan dari sebelumnya melainkan melihat sisi lain dari penelitian ini.

**Tabel 1.2**  
**Kajian Penelitian Terdahulu**

No	Penelitian	Variabel	Metode	Hasil
1.	Ahmad Toufiq Syahniar, Toni Herlambang, dan Ira Puspitadewi (2022)  Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jember Sudirman <sup>15</sup>	Variabel independen: Kemudahan, Manfaat  Variabel dependen: Kepuasan nasabah	Kuantitatif deskriptif  Alat analisis menggunakan regresi linear berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Persepsi kemudahan dan persepsi manfaat berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah

<sup>15</sup> Ahmad Toufiq Syahniar, Toni Herlambang, and Ira Puspitadewi S, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jember

2	<p>Nyimas Artina. (2021)</p> <p>Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Fitur Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan E-Money Di Kota Palembang<sup>16</sup></p>	<p>Variabel independen: manfaat, kemudahan, fitur layanan</p> <p>Variabel dependen: kepuasan pelanggan</p>	<p>Kuantitatif deskriptif</p> <p>Alat analisis menggunakan regresi linear berganda</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kepercayaan dan fitur layanan secara positif dan signifikan serta secara simultan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan menggunakan <i>E-Money</i> di Kota Palembang.</p>
3.	<p>Margaretha Oktavia Pranoto dan R. Gunawan Setianegara (2020)</p> <p>Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Pt Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk</p>	<p>Variabel independen: Manfaat, kemudahan dan keamanan</p> <p>Variabel dependen: Minat nasabah</p>	<p>Kuantitatif deskriptif</p> <p>Alat analisis menggunakan regresi linear berganda</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap <i>mobile banking</i>. Persepsi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan <i>mobile banking</i>. Keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> pada PT bank Rakyat Indonesia</p>

Sudirman,” *Universitas Muhammadiyah Jember* 10, no. 1 (2022): 1–52, <https://doi.org/10.21608/pshj.2022.250026>.

<sup>16</sup> Nyimas Artina, “Pengaruh Persepsi Manfaat , Persepsi Kemudahan , Kepercayaan Dan Fitur Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan E-Money Di Kota Palembang,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang* 11, no. 1 (2021): 120–31.

	Kantor Cabang Semarang Pandanaran) <sup>17</sup>			(Persero) Tbk Cabang Semarang Pandanaran.
4.	Ida Ayu Agung Upadianti Jayantri dan Ni Ketut Siminari (2018) Peran Kepercayaan Memediasi Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan Mandiri Mobile Banking Di Kota Denpasar. <sup>18</sup>	Variabel independen : Peran Kepercayaan dan Persepsi Risiko.  Variabel dependen : Niat menggunakan Mandiri Mobile Banking	Kuantitatif deskriptif  Alat analisis menggunakan Skala likert	Hasil penelitian menunjukkan persepsi risiko berpengaruh negative dan signifikan terhadap niat menggunakan Mandiri mobile. Persepsi risiko berpengaruh negative dan signifikan terhadap kepercayaan. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan Mandiri mobile
5	Alifatul Laily dan Dwi Hari Prayitno (2018)  Persepsi kemudahan penggunaan, Persepsi daya guna, persepsi kepercayaan, persepsi manfaat,			Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Manfaat secara simultan berpengaruh terhadap minat

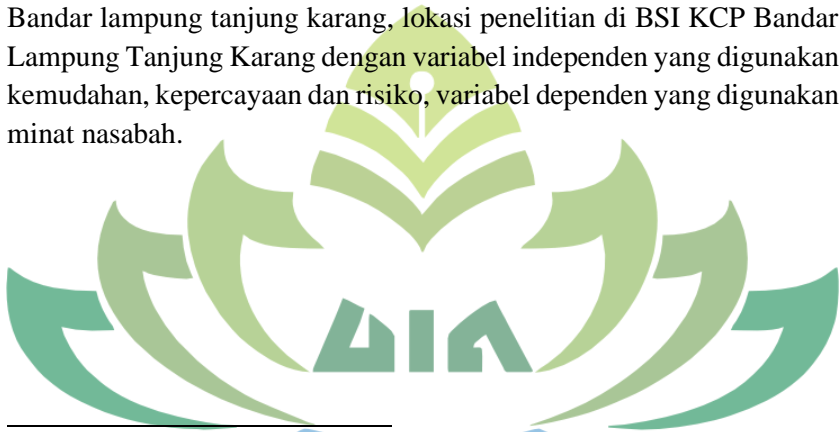
<sup>17</sup> Margaretha Oktavia Pranoto and R. Gunawan Setianegara, "Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Pt Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran)," *Keunis* 8, no. 1 (2020): 1, <https://doi.org/10.32497/keunis.v8i1.2117>.

<sup>18</sup> Ida Ayu Agung Upadianti Jayantari and Ni Ketut Seminar, "Peran Kepercayaan Memediasi Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan Mandiri Mobile Banking Di Kota Denpasar," *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 7, no. 5 (2018): 2621, <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i05.p13>.

	dan minat nasabah menggunakan E-Money. <sup>19</sup>			nasabah PT. BRI Cabang Lamongan.
--	--	--	--	----------------------------------

**Sumber :** *Jurnal-jurnal terdahulu dalam telaah peneliti*

Perbedaan penelitian dari Ahmad Toufiq Syahniar, Toni Herlambang, dan Ira Puspitadewi (2022),<sup>20</sup> Nyimas Artina (2021)<sup>21</sup>, Margaretha Oktavia Pranoto dan R. Gunawan Setianegara (2020)<sup>22</sup>, Ida Ayu Agung Upadianti Jayantri dan Ni Ketut Siminari (2018)<sup>23</sup>, Alifatul Laily dan Dwi Hari Prayitno (2018)<sup>24</sup> dengan penelitian ini yaitu dari segi lokasi penelitian, objek, variabel dan metode yang digunakan berbeda. Objek yang digunakan dalam penelitian ini yaitu BSI KCP Bandar Lampung Tanjung Karang, lokasi penelitian di BSI KCP Bandar Lampung Tanjung Karang dengan variabel independen yang digunakan kemudahan, kepercayaan dan risiko, variabel dependen yang digunakan minat nasabah.



<sup>19</sup> Alifatul Laily Romadloniyah, "Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Dan Minat Nasabah Menggunakan E-Money," *Fakultas Ekonomi Universitas Lamongan III*, no. No.2 (2018): 1–13.

<sup>20</sup> Syahniar, Herlambang, and S, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jember Sudirman."

<sup>21</sup> Artina, "Pengaruh Persepsi Manfaat , Persepsi Kemudahan , Kepercayaan Dan Fitur Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan E-Money Di Kota Palembang."

<sup>22</sup> Pranoto and Setianegara, "*Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Pt Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran).*"

<sup>23</sup> Jayantari and Seminari, "*Peran Kepercayaan Memediasi Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan Mandiri Mobile Banking Di Kota Denpasar.*"

<sup>24</sup> Alifatul Laily Romadloniyah, "Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Dan Minat Nasabah Menggunakan E-Money."<sup>33</sup>

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Teori Yang Digunakan

##### 1. *Theory Acceptance Model (TAM)*

*Technology Acceptance Model* atau disingkat dengan TAM merupakan teori yang paling sering digunakan dalam studi-studi untuk menjelaskan bagaimana seseorang dapat menerima suatu sistem informasi. TAM diperkenalkan pertama kali oleh Fred Davis pada tahun 1986. Model TAM diadopsi dari model *The Theory of Reasoned Action (TRA)*, yaitu teori tindakan yang beralasan yang dikembangkan oleh Fishben dan Ajzen pada tahun 1975, dengan satu premis bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap sesuatu hal akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut.

TAM bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan (*acceptance*) pengguna terhadap suatu sistem informasi. TAM menyediakan suatu basis teoritis untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan terhadap suatu teknologi dalam suatu organisasi. TAM menjelaskan hubungan sebab akibat antara keyakinan akan manfaat suatu sistem informasi maupun kemudahan penggunaannya dan perilaku, tujuan/keperluan, dan penggunaan aktual dari pengguna/user suatu sistem informasi.<sup>25</sup>

*Technology Acceptance Model* atau disingkat dengan TAM merupakan teori yang paling sering digunakan dalam studi-studi untuk menjelaskan bagaimana seseorang dapat menerima suatu sistem informasi. Teori ini diformulasi oleh Fred Davis, yang saat itu ia gunakan untuk menganalisis penerimaan terhadap teknologi baru di lingkungan kerja.<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> Fred D. Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Quarterly: Management Information Systems* 13, no. 3 (1989): 319–39, <https://doi.org/10.2307/249008>. 310

<sup>26</sup> Ibid, 316

## 2. Atribusi

Kajian tentang atribusi pada awalnya dilakukan oleh Heider pada tahun 1958. Dalam tradisi fenomenologi, pertanyaan yang diajukan adalah bagaimana kita melakukan kontak dengan dunia nyata jika pikiran kita hanya memiliki data indrawi (kesan dan pengalaman). Psikologi gestalt mencoba untuk mengenali prinsip-prinsip yang mengatur bagaimana pikiran membuat penyimpulan tentang dunia dari data indrawi. Dalam situasi sosial secara konstan berusaha untuk memahami perilaku orang lain, dan kemudian menarik kesimpulan apa yang mendasari atau melatarbelakangi perilaku tersebut. Analisa secara sistematis tentang bagaimana orang menginterpretasikan sebab perilaku orang lain pada awalnya dilakukan oleh Heider mengemukakan bahwa masing-masing dari kita dalam interaksi sehari-hari dengan orang lain akan bertingkah laku mirip seorang ilmuwan. Dalam menginterpretasi perilaku orang lain, orang menggunakan prinsip-prinsip kausal yang naluriah dan *commonsense* psikologi dalam memutuskan apakah perilaku orang lain diatribusikan pada faktor disposisi internal atau tidak.<sup>27</sup>

Atribusi merupakan proses dilakukan untuk mencari sebuah jawaban atau pertanyaan mengapa atau apa sebabnya atas perilaku orang lain ataupun diri sendiri. Proses atribusi ini sangat berguna untuk membantu pemahaman kita akan penyebab perilaku dan merupakan mediator penting bagi reaksi kita terhadap dunia sosial. Sementara ahli lain mengatkan atribusi merupakan analisis kausal, yaitu penafsiran terhadap sebab-sebab dari mengapa sebuah fenomena menampilkan gejala-gejala tertentu. Atribusi berarti upaya kita untuk memahami penyebab di balik perilaku orang lain, dan dalam beberapa kasus, juga penyebab dibalik perilaku kita sendiri.

Atribusi merupakan suatu proses penilaian tentang penyebab, yang dilakukan individu setiap hari terhadap

---

<sup>27</sup> Stewart Azar, Samuel Jacobson, and Thomas J Perrelli, "Atribusi," *Duke Law Journal* 1, no. 1 (2019): 65–69.



berbagai peristiwa, dengan atau tanpa disadari. Atribusi terdiri dari 3 dimensi yaitu:

- a. Lokasi penyebab, masalah pokok yang paling umum dalam persepsi sebab akibat adalah apakah suatu peristiwa atau tindakan tertentu disebabkan oleh keadaan internal (hal ini disebut sebagai atribusi internal) atau kekuatan eksternal (atribusi eksternal)
- b. Stabilitas, dimensi sebab akibat yang kedua adalah berkaitan dengan pertanyaan apakah penyebab dari suatu peristiwa atau perilaku tertentu itu stabil atau tidak stabil. Dengan kata lain stabilitas mengandung makna seberapa permanen atau berubah-ubahnya suatu sebab.
- c. Pengendalian, dimensi ini berkaitan dengan pertanyaan apakah suatu penyebab dapat dikendalikan atau tidak dapat dikendalikan oleh seorang individu.<sup>28</sup>

### 3. *Digital Banking*

*Digital banking* sendiri berdasarkan POJK No.12/POJK.03/2021 adalah bank berbadan hukum Indonesia yang menyediakan dan menjalankan kegiatan usaha terutama melalui saluran elektronik tanpa kantor fisik selain kantor pusat atau menggunakan kantor fisik yang terbatas. Regulasi bank digital di Indonesia belum diatur secara khusus sehingga sama dengan bank umum lainnya yaitu menggunakan POJK No.12/POJK.03/2021 tentang Bank Umum.<sup>29</sup> Dalam Panduan Penyelenggaraan Digital Branch Otoritas Jasa Keuangan (OJK), layanan digital adalah jasa atau layanan bank yang dilakukan secara mandiri oleh nasabah dengan menggunakan sarana elektronik atau sarana digital yang dimiliki bank sehingga nasabah dapat memperoleh informasi, berkomunikasi langsung, melakukan pendaftaran, melakukan pembukaan

---

<sup>28</sup> MA Dr. Samsuar, "Atribusi," *Jurnal Network Media* 1, no. 1 (2019): 2019.66

<sup>29</sup> Dewan Komisioner and Otoritas Jasa, "Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia," 2021. 6-7

rekening, melakukan transaksi bank, dan melakukan penutupan rekening.

Manfaat digitalisasi bank terutama dalam menurunkan biaya operasional, digitalisasi perbankan merupakan investasi jangka panjang. Pihak perbankan dapat menjangkau pasar lebih luas dengan menurunkan anggaran investasi pembukaan cabang pembantu dan kantor kas kecil. Untuk dapat melakukan ini, pada tahap awal pihak perbankan perlu melakukan transformasi infrastruktur IT. Seiring dengan pertumbuhan bisnis *e-Commerce*, dunia perbankan pun dituntut untuk bisa mengikuti tren transaksi digital, termasuk dalam hal cashless payment, branchless banking, sampai dengan hadirnya sector baru di industri bentuk *e-commuting*, *fintech*, serta layanan perbankan keuangan berbasis internet yang jumlahnya semakin meningkat di Indonesia.

Karakteristik *digital banking* adalah nasabah dapat memperoleh informasi, registrasi, pembukaan rekening, transaksi dan penutupan rekening secara mandiri tanpa meliatkan petugas bank, termasuk nasabah dapat memperoleh informasi dan melakukan transaksi di luar produk perbankan seperti layanan nasihat keuangan, informasi investasi, transaksi, e-dagang, dan berbagai kebutuhan lainnya dari nasabah dimaksud dengan hanya menggunakan satu channel melalui sarana elektronik atau bank digital.<sup>30</sup>

a. Produk *Digital Banking*

- 1) *Internet Banking*. Internet Banking adalah nasabah dapat melakukan transaksi perbankan (*finansial dan non finansial*) melalui komputer yang terhubung dengan jaringan internet bank. Layanan tersebut memungkinkan nasabah melakukan transaksi via internet dengan menggunakan komputer/PC atau PDA. Fitur transaksi yang dapat dilakukan sama dengan phone banking, yaitu informasi jasa/produk bank, informasi saldo rekening, transaksi pemindah

---

<sup>30</sup> Mutiasari, “Perkembangan Industri Perbankan Di Era Digital.” 7.

bukuan antar rekening, pembayaran (seperti: kartu kredit, listrik, dan telepon), pembelian (seperti: voucher dan tiket), dan transfer ke bank lain.

- 2) *Mobile Banking* (Via Handphone) Adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui jaringan telepon seluler/handphone. *Mobile banking* merupakan sistem yang memungkinkan penggunaannya untuk melihat transaksi finansial dari smartphone atau perangkat mobile wireless lainnya. Ruang lingkup layanan yang ditawarkan dapat mencakup fasilitas untuk melakukan transaksi bank dan membayar tagihan, untuk mengelola akun dan untuk mengakses informasi yang disesuaikan, nasabah harus mengisi surat permohonan kepada bank dan meregister no. HP yang akan digunakan di samping password untuk keamanan bertransaksi.<sup>31</sup>
- 3) *SMS banking* (SMS). Dengan adanya teknologi HP yang sudah menjadi barang umum saat ini maka phone banking dikembangkan menjadi *SMS Banking* Dan *M-Banking* (*Mobile Banking*). Dalam hal ini tentu saja nasabah menggunakan HP untuk melakukan transaksi. transaksi yang dapat dilakukan adalah mengetahui informasi saldo rekening, pemindah bukuan antar rekening, pembayaran (seperti: kartu kredit, listrik, dan telepon), pembelian (seperti: voucher dan tiket).
- 4) *ATM Automatic Teller Mahcine* atau Anjungan Tunai Mandiri (ATM), adalah saluran *E-Banking* paling populer yang kita kenal. Setiap kita pasti mempunyai kartu ATM dan menggunakan fasilitas ATM. Fitur yang dimiliki ATM adalah untuk

---

<sup>31</sup> Nur Imamah and Dinda Ayu Safira, "Pengaruh Mobile Banking Terhadap Profitabilitas Bank Di Bursa Efek Indonesia," n.d., <https://profit.ub.ac.id>. 6-7

mengetahui informasi saldo dan melakukan penarikan tunai dan transfer.<sup>32</sup>

b) Mobile Banking

Mobile Banking yakni suatu fasilitas perbankan yang berfungsi guna memberi kemudahan nasabah dalam beraktifitas khususnya transaksi perbankan dengan tidak harus hadir *on the spot* selain untuk pengambilan uang tunai. Alur pembayaran dalam memakai fasilitas m-banking membuat kanal tanpa batas terhadap pelayanan yang dibutuhkan antara nasabah dengan pihak bank. Keunggulan yang dimiliki oleh fasilitas *m-banking* yakni nasabah bisa melakukan aktifitas transaksi dimana pun dan kapan pun saja dengan tidak dibatasi oleh waktu pelayanan jam operasional bank.<sup>33</sup>

Beberapa hal yang perlu diperhatikan demi keamanan transaksi mobile banking:

- 1) Wajib mengamankan *personal identification number* (PIN) mobile banking.
- 2) Bebas membuat PIN sendiri dan segera melakukan perubahan PIN jika diketahui orang lain.
- 3) Jika SIM card GSM anda hilang /dicuri / dipindahtanggankan kepada pihak lain, segera beritahukan bank anda yang terdekat atau segera telepon ke *call center* bank tersebut.

a) Manfaat Mobile Banking

Sebagai pemberi fasilitas layanan dalam kemudahan akses, berikut beberapa manfaat dari Mobile Banking, yakni Kenyamanan bertransaksi kapan saja dan dimana saja.

---

<sup>32</sup> Otoritas Jasa Keuangan, “*Layanan Digital Banking*” (Otoritas Jasa Keuangan, 2021), <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/345>.

<sup>33</sup> “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Kota Semarang) Amatun Nur Makmuriyah 1), Kartika Marella Vanni 2),” n.d. 17-18

Kemudahan melakukan transaksi seperti layaknya di ATM. Dapat diaplikasikan pada semua jenis SIM dan ponsel yang menggunakan teknologi GPRS. Dilengkapi fitur special transfer real time kebank dan transfer kebank pemegang rekening.<sup>34</sup>

*Mobile banking* atau yang lebih dikenal dengan sebutan *m-banking* merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti handphone, dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui aplikasi pada handphone. Dengan adanya handphone dan layanan mobile banking, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual, artinya kegiatan yang sebelumnya dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, kini dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi gerai bank, hanya dengan menggunakan handphone nasabah dapat menghemat waktu dan biaya.<sup>35</sup>

#### 4. Minat

##### a. Definisi Minat

Pengertian minat menurut bahasa (Etimologi), ialah usaha dan kemauan untuk mempelajari (*learning*) dan mencari sesuatu. Secara (Terminologi), minat adalah keinginan, kesukaan dan kemauan terhadap sesuatu hal. Minat adalah suatu proses yang tetap untuk memperhatikan dan memfokuskan diri pada sesuatu yang diminatinya dengan

---

<sup>34</sup> Nurdin Nurdin et al., "Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)," *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 2, no. 1 (2020), <https://doi.org/10.24239/jsi.v1>.

<sup>35</sup> Yuni Dwi Restanti, *Moneter Dan Perbankan*, pertama (Bandung: MNC Publishing, 2018). 132.

perasaan senang dan rasa puas.<sup>36</sup> Minat adalah kesadaran seseorang bahwa suatu objek, seseorang, suatu soal atau situasi mengandung sangkut paut dengan dirinya.<sup>37</sup> Minat dapat diartikan pula sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang aktivitas, atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai dengan perasaan senang.<sup>38</sup>

- b. Faktor-faktor yang menimbulkan minat dapat digolongkan sebagai berikut.<sup>39</sup>
- 1) Faktor kebutuhan dari dalam artinya rangsangan yang datang dari lingkungan atau ruang lingkup yang sesuai dengan keinginan atau kebutuhan seseorang akan mudah menimbulkan minat. Misalnya kecenderungan terhadap belajar, dalam hal ini seseorang mempunyai hasrat ingin tahu terhadap ilmu pengetahuan.
  - 2) Faktor Brand / Merek, merupakan atribut yang memberikan manfaat non materiel, yaitu kepuasan emosional.
  - 3) Faktor motif sosial yaitu minat seseorang terhadap objek atau suatu hal. Disamping itu juga dipengaruhi oleh faktor dalam diri manusia dan oleh motif sosial, missal seseorang berminat pada prestasi tinggi agar dapat status sosial yang tinggi pula.
  - 4) Faktor emosional merupakan faktor perasaan dan emosi ini mempunyai pengaruh terhadap objek misalnya perjalanan sukses yang dipakai individu dalam suatu kegiatan tertentu dapat pula membangkitkan perasaan senang dan dapat menambah semangat atau kuatnya

---

<sup>36</sup> Putra Kusuma and Jannah Miftakul, “*Perkembangan Keandirian Usia Dini (Usia 4-6 Tahun) Di Taman Kanak-Kanak Assalam Surabaya*” 01, no. 03 (2020): 1–7.1

<sup>37</sup> M.Pd Fajrin, Septiana, Dr. Yayat Suharyat, “Hubungan Antara Sikap, Minat, Latihan Dan Kepemimpinan,” 2019, 1–19.

<sup>38</sup> Fajrin, Septiana, Dr. Yayat Suharyat. 4

<sup>39</sup> Mohammad O. Al-Smadi and Saad A. Al-Wabel, “*The Impact of E-Banking on the Performance of Jordanian Banks,*” *Journal of Internet Banking and Commerce* 16, no. 2 (2011). 22

minat dalam kegiatan tersebut. Sebaliknya kegagalan yang dialami akan menyebabkan minat seseorang berkembang.

Indikator-indikator dari minat adalah :

- 1) Akan menggunakan produk dimasa depan.
- 2) Akan sering menggunakan produk dimasa depan.
- 3) Akan terus menggunakan produk dimasa depan.<sup>40</sup>

### c. Konsep Minat Menurut Pandangan Islam

Dalam Perspektif Islam, menjelaskan bahwa minat adalah suatu kecenderungan untuk dapat memberikan perhatian serta juga bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang atau juga gembira. Dalam syariat Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginannya selama dikonsumsi dengan barang/jasa yang halal dan baik secara wajar atau tidak berlebihan. Dalam memenuhi kebutuhan ataupun keinginan tetap diperbolehkan selama hal itu dapat menambah masalah dan tidak mendatangkan mudharat.<sup>41</sup>

Allah SWT berfirman dalam Q.S An-Najm: 39-40

﴿وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ وَأَنَّ سَعْيَهُ سَوْفَ يُرَىٰ﴾

Artinya : dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya, dan bahwasanya usaha itu kelak akan diperlihatkan (kepadanya).

---

<sup>40</sup> Risma Nur Anissa et al., "Exploring the Intention to Use Mobile Learning in Higher Education," no. Bices 2018 (2020): 11–15, <https://doi.org/10.5220/0009015600110015>. 13

<sup>41</sup> Sitti Aisyah et al., "Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Nimshop Palu," *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam-JIEBI 2*, no. 1 (2020): 57, <https://www.researchgate.net/publication>.

## 5. Persepsi

### a. Definisi Persepsi

Persepsi diawali dengan pengamatan yang melalui proses hubungan melihat, mendengar, menyentuh, merasakan dan menerima sesuatu hal yang kemudian diseleksi, diorganisasi dan diinterpretasikan informasi yang diterimanya menjadi suatu gambaran yang memiliki arti.<sup>42</sup>

### b. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi

Faktor yang mempengaruhi persepsi terbagi menjadi 3 (tiga) kelompok, yaitu : faktor karakteristik pribadi yang meliputi sikap, motif, kepentingan, pengalaman dan pengharapan (ekspektasi). Faktor situasional meliputi waktu, keadaan sosial dan lingkungan. Faktor dalam target meliputi hal-hal yang baru, gerakan, bunyi, suara, ukuran, latar belakang, pendekatan dan kesamaan. Berdasarkan simpulan dari peneliti bahwa persepsi yaitu proses seseorang untuk mengidentifikasi sesuatu, sehingga memiliki pemahaman tentang apa yang dirasakan.<sup>43</sup>

### c. Persepsi Kemudahan

#### 1) Definisi Kemudahan

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tidak memerlukan usaha yang besar, artinya mudah untuk digunakan.<sup>44</sup> Kemudahan penggunaan merupakan seberapa besar teknologi informasi dirasakan relatif mudah untuk dipahami dan digunakan. Meskipun usaha untuk menggunakan teknologi menurut setiap orang berbeda-beda tetapi

---

<sup>42</sup> Pranoto and Setianegara, "Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Pt Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran)."

<sup>43</sup> Dian Nova Yanti et al., "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Masyarakat Dalam Pembangunan Hutan Tanaman Rakyat Pada KPH Gedong Wani," *Jurnal Hutan Dan Masyarakat* 9, no. 2 (2017): 61, <https://doi.org/10.24259/jhm.v9i2.2861>.

<sup>44</sup> Giga Bawa Laksana, Endang Siti Astuti, and Rizki Yudhi Dewantara,



pada umumnya untuk menghindari penolakan dari masyarakat atas layanan yang dikembangkan, maka layanan tersebut harus mudah diaplikasikan oleh pengguna tanpa mengeluarkan usaha yang memberatkan. Intensitas penggunaan dan interaksi antara konsumen dengan sistem juga dapat menunjukkan tingkat kemudahan penggunaan.

Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived easy of use*) yaitu keyakinan seseorang bahwa menggunakan sistem informasi tidak akan membutuhkan usaha yang besar dan juga tidak merepotkan pada saat penggunaan.

- 2) Indikator-indikator dari persepsi kemudahan yaitu sebagai berikut:
  - a. Kemudahan mempelajari
  - b. Kejelasan dan kemudahan memahami
  - c. Kemudahan menggunakan
- 3) Dimensi persepsi kemudahan penggunaan menjadi berikut:
  - a. *Easyness* *Easyness* adalah kemudahan sebuah sistem untuk digunakan. Dalam lingkup ecommerce kemudahan ini mengacu pada semudah apa website dapat dijalankan oleh individu.
  - b. *Clear and understandable* adalah tingkat sejauh mana sebuah sistem memiliki kejelasan. Dalam ruang lingkup *e-commerce*, *clear and understandable* mengacu pada sebuah website yang memiliki content yang mudah dipahami.
  - c. *Easy to learn* *Easy to learn* adalah tingkat sejauh mana sebuah sistem mudah untuk dipelajari dan diadopsi oleh seorang individu. Dalam ruang lingkup *e-commerce*, dimensi ini mengacu pada sejauh mana sebuah website dapat dipelajari untuk nantinya digunakan sebagai media yang diakses sehari-hari.

- d. *Overall easiness* adalah tingkatan kemudahan secara keseluruhan yang dimiliki oleh sebuah sistem. Dalam lingkup *e-commerce*, dimensi ini.<sup>45</sup>
- 4) Konsep Kemudahan Menurut Pandangan Islam  
Berdasarkan dengan firman Allah yang terdapat dalam QS Al-Insyirah ayat 5-6 yaitu sebagai berikut:

﴿فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا﴾

Artinya:

*Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan.*

Dari ayat di atas Allah S.W.T mengatakan bahwa kesulitan yang diberikan kemudahan penggunaan dapat mengurangi usaha seseorang baik dalam segi waktu maupun tenaga dalam menggunakan suatu sistem. Dalam kehidupan pasti dibalikinya ada kemudahan. Dalam konteks kemudahan, ayat tersebut dapat dikaitkan dengan pengguna mobile banking bahwa.

d. Persepsi Kepercayaan

1) Definisi Kepercayaan

Kepercayaan didefinisikan sebagai kemauan untuk menyandarkan diri pada hubungan dengan partnernya atas dasar keyakinan dengan risiko tertentu. Kepercayaan adalah suatu kemauan atau keyakinan mitra pertukaran untuk menjalin hubungan jangka panjang agar menghasilkan kinerja yang positif. Kepercayaan didefinisikan sebagai indikator keadaan psikologis yang mengarah pada kepercayaan dalam melakukan transaksi perbankan di *internet banking*, menjaga kepentingan transaksi nasabah, menjaga

---

<sup>45</sup> Viswanath Venkatesh, "Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model," *Information Systems Research* 11, no. 4 (2000): 342–65, <https://doi.org/10.1287/isre.11.4.342.11872>.

komitmen dalam melayani nasabah, dan memberikan manfaat pada penggunaannya.<sup>46</sup>

Membangun kepercayaan dengan pelanggan membutuhkan waktu yang lama dan hanya berkembang ketika sudah bertemu berulang-ulang kali. Ketika seorang individu mengambil resiko dalam berhubungan dengan partnernya, maka setelah itu kepercayaan akan berkembang. Hal ini menunjukkan bahwa membangun hubungan dalam sektor industri tertentu akan dapat dipercaya dan lebih mungkin terjadi. Terutama, dalam melakukan transaksi jangka waktu pendek dan jangka panjang yang melibatkan pengambilan resiko dengan penuh ketidakpastian pelanggan dalam sebuah lingkungan.

## 2) Konsep Kepercayaan Menurut Islam

Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Anfal: 27 sebagai berikut:

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَخَوْنُوا أَمَانَتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ﴾

*Artinya : Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul serta janganlah kamu mengkhianati amanat yang dipercayakan kepadamu, sedangkan kamu mengetahui.*

Dari ayat diatas dapat disimpulkan bahwa kepercayaan adalah kunci yang utama harus terdapat dalam penjualan. Apabila seorang penjual amanah dalam menjalankan bisnisnya, maka konsumen akan percaya dan tertarik untuk selalu membeli produk-produk yang dijual oleh

---

<sup>46</sup> Mahardika Aditya Widjana, "Factors Determining Acceptance Level of Internet Banking Implementation," *Journal of Economics, Business, and Accountancy / Ventura* 14, no. 2 (2011): 161–74, <https://doi.org/10.14414/jebav.v14i2.5>.

bisnisnya. Kepercayaan dilakukan menurut ajaran-ajaran kepercayaan yang bersumber dari Al Quran, al-Hadist dan ajaran-ajaran Islam lainnya yang bersumber dari wahyu. Kepercayaan dalam bisnis Islam adalah bagaimana membangun sebuah brand melalui kepercayaan dari para konsumen dan masyarakat.<sup>47</sup>

Berdasarkan simpulan dari peneliti bahwa persepsi kepercayaan yaitu kemampuan seseorang untuk mempercayakan perusahaan untuk kepuasan menjadi pelanggan kesediaan seseorang untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain dengan adanya risiko tertentu.

Indikator-indikator dari persepsi kepercayaan yaitu sebagai berikut :

- a. Niat baik
  - b. Integritas
  - c. Kompetensi
- e. Persepsi Risiko

#### 1) Definisi Risiko

Menurut Bank Indonesia, risiko adalah potensi kerugian akibat terjadinya suatu peristiwa (*events*) tertentu. Risiko juga dapat dianggap sebagai kendala/penghambat pencapaian suatu tujuan, dengan kata lain risiko adalah kemungkinan yang berpotensi memberikan dampak negatif kepada sasaran yang ingin dicapai.<sup>48</sup> Risiko dapat didefinisikan sebagai bentuk keadaan yang akan terjadi nantinya (*future*) dengan keputusan yang diambil berdasarkan berbagai pertimbangan saat ini. Risiko selalu dijadikan barometer utama untuk dianalisis jika keputusan dilakukan.

Persepsi risiko yang diartikan sebagai sesuatu yang dihadapi oleh pelanggan sadar dan tidak sadar ketika mereka membuat keputusan pembelian. Persepsi risiko memiliki peranan yang kuat untuk mengurangi minat

---

<sup>47</sup> Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam*, 1st ed., vol. 978-602-94 (Jakarta: Kencana, 2017). 165.

<sup>48</sup> Ikatan Bankir Indonesia, *Manajemen Risiko I* (Gramedia Pustaka: 2015).76

konsumen untuk mengambil bagian dari transaksi elektronik sehingga persepsi risiko dimungkinkan akan berpengaruh negatif pada minat konsumen dalam menggunakan produk teknologi informasi.<sup>49</sup> Persepsi risiko merupakan suatu persepsi-persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dari menggunakan produk atau layanan.<sup>50</sup> Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur persepsi risiko ada empat indikator sebagai berikut :

- a. Gangguan kinerja
  - b. Waktu yang terpakai
  - c. Keadaan sistem keamanan saat ini
  - d. Jaminan keamanan
- 2) Konsep Risiko Menurut Islam

Dalam menjalani kehidupan sehari-hari, kemungkinan risiko banyak terjadi misalnya musibah. Bukan hanya mengancam nyawa manusia bahkan seringkali mengakibatkan kemusnahan dan kehilangan harta. Sebagian seseorang muslim, mereka mesti beriktikad dan yakin bahwa apapun musibah atau bencana yang datang menimpa adalah qada dan qadar. Islam tidak pernah sama sekali melarang umatnya untuk menciptakan suatu perkara didalam aspek kemajuan, ia hanya perlu bertepatan dengan prinsip dan kehendak Syariah. Mereka hendaklah menghadapinya dengan keimanan yang teguh dan penuh kesabaran. Manusia tidak mampu meramal atau menentukan dengan tepat masa depan. Oleh karena itu segala perencanaan yang dibuat manusia hanya akan tercapai dengan izin Allah.

---

<sup>49</sup> Michael J. Baker, *Marketing : Critical Persepectives on Business and Management* (Routledge: 2001)

<sup>50</sup> I Made Bayu Dirgantara Andean Septa Yogananda, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik," *Diponegoro Journal Of Management* 6 (2017): 1–7, <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.

Allah SWT telah berfirman dalam surat Al-Hasyr:18

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ

وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ﴾

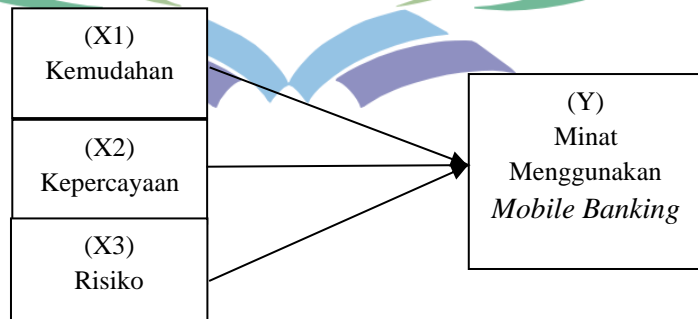
Artinya : *Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.*

Berdasarkan simpulan dari peneliti bahwa persepsi risiko bisa menjadi kendala atau berpotensi memberikan dampak negatif. Oleh karena itu, menjadi penentu utama dalam mengantisipasi pengambilan keputusan.

Berdasarkan landasan teori serta penelitian terdahulu yang sudah diuraikan penulis, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :

Variabel Independen

Variabel Dependen



Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran

*Sumber: Data Diolah*

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan variabel independen yang terdiri dari; Persepsi Kemudahan (X1), Kepercayaan (X2), dan Risiko (X3) akan mempengaruhi variabel dependen terkait yaitu Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking*. Data yang digunakan dalam penelitian ini dalam bentuk data primer diperoleh dengan menggunakan kuisioner, yang didistribusikan ke nasabah BSI KCP Bandar Lampung Tanjung Karang menggunakan *mobile banking*.

## **B. Pengajuan Hipotesis**

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang harus berdasarkan teori yang digunakan yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data atau kuisioner.

Berdasarkan uraian di atas, hipotesis penelitian ini sebagai berikut :

### **1. Pengaruh Persepsi Kemudahan (X1) terhadap Minat (Y) Nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile Banking*.**

Model *Technology Acceptance Model* (TAM) menekankan pada persepsi pemakai tentang “semudah apakah sistem ini digunakan” adalah salah satu faktor yang mempengaruhi penerimaan atas teknologi dan merupakan determinan fundamental dalam penerimaan pemakai. Sudut pandang kemudahan dalam penggunaan, yang didefinisikan sebagai tingkat keyakinan bahwa dalam pemakaian sistem tertentu sistem tersebut mudah digunakan.<sup>51</sup>

Persepsi kemudahan (*Perceive ease of use*) adalah tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan

---

<sup>51</sup> Pudji Utomo dkk. “Kepercayaan Terhadap Internet Serta Pengaruhnya Pada Pencarian Informasi Dan Keinginan Membeli Secara Online”

usaha keras dari pemakainya.<sup>52</sup> Persepsi Kemudahan dapat diukur melalui indikator di antaranya : *Easy to Use, Simple and Understandable, Trouble-Free*.<sup>53</sup>

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Toufiq Syahniar, Toni Herlambang, Ira Puspitadewi S (2022) yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah yang artinya semakin baik persepsi kemudahan maka akan meningkatkan semakin tinggi kepuasan nasabahnya. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Nyimas Artina (2021).<sup>54</sup> yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan menggunakan *E-Money*.

Bedasarkan argumen dan didukung oleh penelitian sebelumnya, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1 Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking* pada bank Syariah

## **2. Pengaruh Persepsi Kepercayaan (X2) terhadap Minat (Y) Nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile Banking*.**

*Technology Acceptance Model* (TAM) adalah teori sistem informasi yang memodelkan bagaimana konsumen menerima dan menggunakan teknologi informasi. TAM mengadopsi rantai sebab akibat dari keyakinan, sikap, niat, dan perilaku seperti yang telah diajukan oleh psikolog sosial yang dikenal sebagai *Theory of Reasoned Action* (TRA). Berdasarkan keyakinan tertentu, seseorang membentuk sikap terhadap suatu objek, atas dasar niat untuk berperilaku terhadap obyek.. Kepercayaan dari sudut kegunaan, didefinisikan oleh Davis

---

<sup>52</sup> Citra Kusuma Kurniatul Dewi Juhri, "Kepercayaan Dan Penerimaan Layanan Mobile Money T-Cash Di Bandung Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* ( Tam )," *Jurnal Pro Bisnis* 10, no. 1 (2017): 36–51.

<sup>53</sup> Kurniatul Dewi Juhri.45

<sup>54</sup> Artina, "Pengaruh Persepsi Manfaat , Persepsi Kemudahan , Kepercayaan Dan Fitur Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan E-Money Di Kota Palembang."12



sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa dengan menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.<sup>55</sup>

Kepercayaan merupakan hal yang diyakini dan yang memiliki korelasi dari dua pihak yang diwajibkan dengan pemahaman dan yang aman pada anggapan dan hal yang diyakini menjadi hal yang krusial, pendorong dengan transaksinya. Kepercayaan pengguna teknologi informasi dalam memutuskan penerimaan teknologi informasi, dengan satu kepercayaan bahwa teknologi informasi tersebut akan memberikan dampak positif dalam pekerjaannya. Oleh karena itu kepercayaan menjadi faktor yang sangat penting dalam penggunaannya.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Alifatul Laily R dan Dwi Hari Prayitno (2018).<sup>56</sup> yang menunjukkan bahwa Persepsi Kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah PT. BRI Cabang Lamongan.<sup>57</sup> Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Ida Ayu Agung Upadianti Jayantari dan Ni Ketut Seminari (2018) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan.<sup>58</sup>

Bedasarkan argumen dan didukung oleh penelitian sebelumnya, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H2 Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking* pada bank syariah.

---

<sup>55</sup> Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology." 310

<sup>56</sup> Alifatul Laily Romadloniyah, "Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Dan Minat Nasabah Menggunakan E-Money." 8

<sup>57</sup> Alifatul Laily Romadloniyah. 21

<sup>58</sup> Jayantari and Seminari, "Peran Kepercayaan Memediasi Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan Mandiri Mobile Banking Di Kota Denpasar."

### 3. Pengaruh Risiko (X3) terhadap Minat (Y) Nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile Banking*.

Risiko memiliki peranan yang kuat untuk mengurangi minat konsumen untuk mengambil bagian dari transaksi elektronik sehingga persepsi risiko dimungkinkan akan berpengaruh negatif pada minat konsumen dalam menggunakan produk teknologi informasi. Risiko juga sebagai dasar seseorang dalam pengambilan keputusan. Sejalan dengan teori atribusi yang digunakan, teori ini digunakan sebagai landasan teori dalam penelitian mengenai bagaimana seseorang menentukan penyebab dan motif tentang perilaku.

Persepsi risiko merupakan hal yang mengganjal di pikiran konsumen karena banyaknya kemungkinan yang tidak dapat dipastika<sup>59</sup>. Risiko dianggap sebagai penghalang bagi konsumen yang sedang mempertimbangkan apakah akan melakukan transaksi secara online atau tidak. Hasil Penelitian yang dilakukan yang dilakukan oleh Ida Ayu Agung Upadianti Jayantari dan Ni Ketut Seminari (2018)<sup>60</sup>. bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap niat menggunakan.

Bedasarkan argumen dan didukung oleh penelitian sebelumnya, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H3 Risiko tidak berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking* pada bank syariah.

---

<sup>59</sup> Al-Smadi and Al-Wabel, "The Impact of E- Banking on the Performance of Jordanian Banks." 159

<sup>60</sup> Jayantari and Seminari, "Peran Kepercayaan Memediasi Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan Mandiri Mobile Banking Di Kota Denpasar."

## DAFTAR RUJUKAN

### Buku

- Agung D.E. *Kamus Bahasa Indonesia*. Edited by Resna Anggria P. Cet. 1. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, IKAPI, 2017.
- Dr. H. Mashur Razak, S.E., M.M. *Perilaku Konsumen*. Edited by Mutmainah. Cetakan 1. Makasar: Alauddin University Publiser, n.d.
- Dr. Samsuar, MA. "Atribusi." *Jurnal Network Media* 1, no. 1 (2019): 2019.
- Fauzia, Ika Yunia. *Etika Bisnis Dalam Islam*. 1st ed. Vol. 978-602-94. Jakarta: Kencana, 2017.
- Handayani, Puthot Tunggal. *Kamus Bahasa Indonesia*. 2nd ed. Jakarta: Giri Utama, 2019.
- Hasan, Nurul Ichsan. *Pengantar Perbankan (Pertama)*. 1st ed. Jakarta: Gaung Persada Press, 2014.
- Ismayani, Ade. *Metode Penelitian*. Aceh: Syiah Kaula University Press, 2019.
- Manurung, Prathama Rahardja dan Mandala. *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi)*. 3rd ed. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2008.
- Restanti, Yuni Dwi. *Moneter Dan Perbankan*. Pertama. Bandung: MNC Publishing, 2018.
- Sugiyono, Prof. Dr. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Supriyono. *Buku Pintar Perbankan*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2011.
- Waridah, Ernawati. *Kamus Bahasa Indonesia*. 1st ed. Jakarta: Ruang Kata, 2014.

## Jurnal

- Aditya Widjana, Mahardika. "Factors Determining Acceptance Level of Internet Banking Implementation." *Journal of Economics, Business, and Accountancy / Ventura* 14, no. 2 (2011): 161–74. <https://doi.org/10.14414/jebav.v14i2.5>.
- Aisya, Sitti, Sarah Eliza, Fatma Fatma, and Moh Anwar Zainuddin. "Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Nimshop Palu." *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam-JIEBI* 2, no. 1 (2020): 57. <https://www.researchgate.net/publication>.
- Al-Smadi, Mohammad O., and Saad A. Al-Wabel. "The Impact of E-Banking on the Performance of Jordanian Banks." *Journal of Internet Banking and Commerce* 16, no. 2 (2011).
- Alifatul Laily Romadloniyah. "Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Dan Minat Nasabah Menggunakan E-Money." *Fakultas Ekonomi Universitas Lamongan III*, no. No.2 (2018): 1–13.
- "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Kota Semarang) Amatun Nur Makmuriyah 1) , Kartika Marella Vanni 2)," n.d.
- Andrean Septa Yogananda, I Made Bayu Dirgantara. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik." *Diponegoro Journal Of Management* 6 (2017): 1–7. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.
- Artina, Nyimas. "Pengaruh Persepsi Manfaat , Persepsi Kemudahan , Kepercayaan Dan Fitur Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan E-Money Di Kota Palembang." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang* 11, no. 1 (2021): 120–31.
- Azar, Stewart, Samuel Jacobson, and Thomas J Perrelli. "Atribusi." *Duke Law Journal* 1, no. 1 (2019): 65–69.

- Davis, Fred D. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology." *MIS Quarterly: Management Information Systems* 13, no. 3 (1989): 319–39. <https://doi.org/10.2307/249008>.
- Fajrin, Septiana, Dr. Yayat Suharyat, M.Pd. "Hubungan Antara Sikap, Minat, Latihan Dan Kepemimpinan," 2019, 1–19.
- Imamah, Nur, and Dinda Ayu Safira. "Pengaruh Mobile Banking Terhadap Profitabilitas Bank Di Bursa Efek Indonesia," n.d. <https://profit.ub.ac.id>.
- Indonesia, Republik. "Badan Pembinaan Hukum Nasional," 1998.
- Jayantari, Ida Ayu Agung Upadianti, and Ni Ketut Seminari. "Peran Kepercayaan Memediasi Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan Mandiri Mobile Banking Di Kota Denpasar." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 7, no. 5 (2018): 2621. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i05.p13>.
- Kholis, Nur. "Perbankan Dalam Era Baru Digital." *Jurnal Economicus* 12, no. 1 (2018): 80–88.
- Komisioner, Dewan, and Otoritas Jasa. "Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia," 2021.
- Kurniatul Dewi Juhri, Citra Kusuma. "Kepercayaan Dan Penerimaan Layanan Mobile Money T-Cash Di Bandung Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model ( Tam )." *Jurnal Pro Bisnis* 10, no. 1 (2017): 36–51.
- Kusuma, Putra, and Jannah Miftakul. "Perkembangan Keandirian Usia Dini (Usia 4-6 Tahun) Di Taman Kanak-Kanak Assalam Surabaya" 01, no. 03 (2020): 1–7.
- Laksana, Giga Bawa, Endang Siti Astuti, and Rizki Yudhi Dewantara. "Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking ( Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia ( BRI ) Kantor Cabang Rembang , Jawa Tengah )." *Jurnal Administrasi Bisnis* 26, no. 2 (2015): 1–8. [administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id](http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id).

- Mutiasari, Annisa Indah. "Perkembangan Industri Perbankan Di Era Digital." *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan* 9, no. 2 (2020): 32–41. <https://doi.org/10.47942/iab.v9i2.541>.
- Nasir Tajul Aripin, Nur Fatwa, Mulawarman Jannase. "Layanan Digital Bank Syariah Sebagai Faktor Pendorong Indeks." *SYARIKAT: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 5 (2022): 29–45.
- Nur Anissa, Risma, . Tusyanah, Rediana Setiyani, Fentya Dyah Rahmawati, and Ashomatul Fadlilah. "Exploring the Intention to Use Mobile Learning in Higher Education," no. Bicess 2018 (2020): 11–15. <https://doi.org/10.5220/0009015600110015>.
- Nurdin, Nurdin, Indah Musyawarah, Nurfitriani Nurfitriani, Abdul Jalil, Jurusan Perbankan Syariah, Fkultas Ekonomi, Bisnis Islam, and Iain Palu. "Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)." *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 2, no. 1 (2020). <https://doi.org/10.24239/jsi.v1>.
- Otoritas Jasa Keuangan. "Layanan Digital Banking." Otoritas Jasa Keuangan, 2021. <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/345>.
- . "POJK Nomor 12/POJK.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum." *Ojk RI*, no. I (2018): 1–55.
- Pranoto, Margaretha Oktavia, and R. Gunawan Setianegara. "Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Pt Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran)." *Keunis* 8, no. 1 (2020): 1. <https://doi.org/10.32497/keunis.v8i1.2117>.
- Rifai, Zanuvar, and Luzi Dwi Oktaviana. "Pelatihan Aplikasi Teknis Online Marketplace Pada Sentra UMKM Banyumas ' Pratiatha Harsa ' Untuk Pemasaran Produk Secara Online." *Jurnal Abdimas BSI* 1, no. 3 (2018): 593–99.
- Syahniar, Ahmad Toufiq, Toni Herlambang, and Ira Puspitadewi S. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Bank

Syariah Indonesia Kantor Cabang Jember Sudirman.” *Universitas Muhammadiyah Jember* 10, no. 1 (2022): 1–52.  
<https://doi.org/10.21608/pshj.2022.250026>.

Venkatesh, Viswanath. “Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model.” *Information Systems Research* 11, no. 4 (2000): 342–65.  
<https://doi.org/10.1287/isre.11.4.342.11872>.

Yanti, Dian Nova, Irwan Sukri Banuwa, Rahmat Safe’i, Christine Wulandari, and Indra Gumay Febryano. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Masyarakat Dalam Pembangunan Hutan Tanaman Rakyat Pada KPH Gedong Wani.” *Jurnal Hutan Dan Masyarakat* 9, no. 2 (2017): 61.  
<https://doi.org/10.24259/jhm.v9i2.2861>.