

**PENGARUH PENGGUNAAN *MOBILE BANKING*  
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF NASABAH**  
(Studi Komparasi pada BSI KCP Kotabumi dan  
BRI KCP Kotabumi)

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi  
Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Dalam Faklutas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Oleh :

**Yolanda Sari Utami**  
**NPM : 1951020483**

**Program Studi : Perbankan Syariah**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN  
LAMPUNG  
TAHUN 1446 H/2024M**

**PENGARUH PENGGUNAAN *MOBILE BANKING*  
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF NASABAH**  
(Studi Komparasi pada BSI KCP Kotabumi dan  
BRI KCP Kotabumi)

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi  
Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Dalam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Oleh :

**Yolanda Sari Utami**  
**NPM : 1951020483**

**Program Studi : Perbankan Syariah**

**Pembimbing I : Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.E**

**Pembimbing II : Dr. Muhammad Iqbal, M.E.I**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN  
LAMPUNG  
TAHUN 1446 H/2024M**

## ABSTRAK

Peningkatan penggunaan *mobile banking* membuktikan bahwa banyak nasabah yang tertarik menggunakan *mobile banking*, banyaknya kemudahan ini dapat menimbulkan beberapa masalah seperti munculnya perilaku konsumtif dikalangan masyarakat. Budaya konsumtif merupakan salah satu budaya turun temurun dan secara tidak sadar telah bertahan di Indonesia. Sehingga *Mobile Banking* menjadi solusi untuk memudahkan pembayaran dan hal inilah yang menjadi awal pengenalan para remaja memakai *BSI Mobile* dan *BRI Mobile* tidak hanya untuk pembayaran UKT saja tetapi bisa juga untuk berbelanja dan digunakan sampai saat ini. Sehingga rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah penggunaan *Mobile Banking* BSI, *Mobile Banking* BRI berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif pada Nasabah. Serta apakah terdapat perbedaan Perilaku Konsumtif Nasabah pengguna *Mobile Banking* BSI dan BRI.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang mana data diperoleh dari bantuan instrumen penelitian berupa kuesioner. Kuesioner tersebut dibagikan kepada 100 orang responden. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan *Teknik Purposive Sampling* dengan kriteria khusus yaitu Nasabah pengguna *Mobile Banking* dari Bank BRI dan BSI KCP Kotabumi. Sedangkan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana dengan alat analisis SPSS 21.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan *Mobile Banking* terhadap Perilaku Konsumtif Pada Nasabah di BSI KCP Kotabumi. Yang artinya hasil hipotesis pertama diterima. Dan hipotesis kedua hasilnya diterima. Artinya Penggunaan *Mobile Banking* juga berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Pada Nasabah di BRI KCP Kotabumi. Sedangkan untuk hipotesis ketiga yang pengujiannya menggunakan *Uji Independent Sample T-Test* dengan nilai Sig.  $0,033 > 0,05$  hal ini membuktikan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara Perilaku Konsumtif Pada Penggunaan *Mobile Banking* BSI dan *Mobile Banking* BRI.

**Kata Kunci:** *Mobile Banking*, Perilaku Konsumtif, BSI dan BRI

## **ABSTRACT**

*The increase in the use of mobile banking proves that many customers are interested in using mobile banking, this many conveniences can cause several problems such as the emergence of consumer behavior among the public. Consumer culture is a culture that has been passed down from generation to generation and has unconsciously survived in Indonesia. So Mobile Banking became a solution to make payments easier and this was the beginning of the introduction of teenagers to using BSI Mobile and BRI Mobile not only for UKT payments but also for shopping and is used to this day. So the problem formulation in this research is whether the use of BSI Mobile Banking, BRI Mobile Banking has an effect on customer consumer behavior. As well as whether there are differences in consumer consumer behavior of BSI and BRI Mobile Banking users.*

*This study uses a quantitative approach. The type of data used in this research is primary data where data is obtained with the help of a research instrument in the form of a questionnaire. The questionnaire was distributed to 100 respondents. Sampling was carried out using Purposive Sampling Technique with special criteria, namely Customers using Mobile Banking from Bank BRI and BSI KCP Kotabumi. Meanwhile, the data analysis method used in this research is simple linear regression analysis with the SPSS 21 analysis tool.*

*The research results show that there is an influence of the use of Mobile Banking on consumer behavior among customers at BSI KCP Kotabumi. Which means the results of the first hypothesis are accepted. And the second hypothesis is accepted. This means that the use of Mobile Banking also influences the consumer behavior of customers at BRI KCP Kotabumi. Meanwhile, for the third hypothesis, the test uses the Independent Sample T-Test with a Sig value.  $0.033 > 0.05$ , this proves that there is a significant difference between consumer behavior when using BSI Mobile Banking and BRI Mobile Banking.*

**Keyword :** Mobile Banking, Consumptive Behaviour, BSI and BRI



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame I, Bandar Lampung, Telp. (0721) 703289**

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yolanda Sari Utami  
NPM : 1951020483  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Perilaku Konsumtif Nasabah (Studi Komparasi pada BSI KCP Kotabumi dan BRI KCP Kotabumi)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* 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, 18 Januari 2024



Yolanda Sari Utami  
NPM. 1951020483



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung, 35131  
Telp: (0721) 704030

**HADAMAN PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Perilaku Konsumtif Nasabah (Studi Komparasi pada BSI, KCP Kotabumi dan BRI KCP Kotabumi)

Nama : Yolanda Sari Utami  
NPM : 1951020483

Prodi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

**MENYETUJUI**

Untuk dimunaqosahkan dan dipertahankan dalam sidang Munadrasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Pembimbing II

  
**Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.E.**

NIP. 197905142003121003

  
**Dr. Muhammad Iqbal, M.E.I.**

NIP. 198811042015031007

Mengetahui  
Ketua Prodi Perbankan Syariah

  
**Anv-Eliza, S.E., M.Ak.**

198308152006042004



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jr. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung, 35131 Telp  
(0721) 704030

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul **"Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Perilaku Konsumtif Nasabah (Studi Komparasi pada BSI KCP Kotabumi dan BRI KCP Kotabumi)"** disusun oleh **Yolanda Sari Utami, NPM.1951020483** Program Studi **Perbankan Syariah**, telah diujikan dalam sidang Munaqosah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung pada hari/tanggal: **Senin, 4 Maret 2024, Waktu: 13.00 - 14.30 WIB, Tempat: Dekanat Ruang Sidang 1 Lantai 3**

**TIM / DEWAN PENGUJI:**

**Ketua Sidang : Any Eliza, S.E., M.Ak.**

**Sekretaris : Andika Saputra, M.M**

**Penguji I : Ersi Sisianto, S.E.I., M.Ak.**

**Penguji II : Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.E**

**Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**Prof. Dr. Tulus Suratno, S.E., M.M, Akt., C.A  
NIP. 19700926200811008**



## MOTTO

وَعَلَّمْنَاهُ صَنْعَةَ لَبُوسٍ لَّكُمْ لِيُحَصِّنَكُمْ مِنَ  
بَأْسِكُمْ فَهَلْ أَنْتُمْ شَاكِرُونَ ﴿٨٠﴾

Artinya : “Dan Kami ajarkan (pula) kepada Dawud cara membuat baju besi untukmu, guna melindungi kamu dalam peperangan. Apakah kamu bersyukur (kepada Allah)?” (80)



## PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang, dan shalawat teriring salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, para sahabat dan umatnya, Aamiin. Alhamdulillahirobil'amin, pada akhirnya tugas akhir skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik sesuai dengan yang diharapkan. Dengan segala kerendahan hati skripsi ini penulis persembahkan:

1. Teruntuk kedua orang tua tercinta ( Bapak Ashari dan Ibu Sri Herawati) yang sangat penulis sayangi dan cintai, yang telah bersusah payah membesarkan, memberikan pendidikan yang terbaik, motivasi dan dukungan juga doa yang tiada henti untuk keberhasilan penulis sehingga penulis terus semangat dalam mengerjakan tugas akhir guna mendapatkan gelar sarjana.
2. Untuk kedua adik tercintaku Alna Fiani dan Nizam Arya. Yang selalu memberikan doa, dukungan dan yang selalu menghiburku serta memotivasiku untuk selalu semangat dan giat mengerjakan tugas akhir hingga selesai.
3. Untuk nenek tercinta Halimah yang selalu mendoakan, terimakasih untuk masih sehat sampai sekarang ini, sehingga penulis selalu semangat mengerjakan tugas akhir guna mendapat gelar sarjana.
4. Untuk Almamater tercinta Universitas UIN Raden Intan Lampung

## **RIWAYAT HIDUP**

Yolanda Sari Utami lahir di Desa Negeriratu, Kecamatan Sungkai Utara, Kabupaten Lampung Utara, pada tanggal 10 september 2001, anak ke 1 dari 3 bersaudara dari pasangan suami istri, Bapak Ashari dan Ibu Sri Herawati.

Penulis mengawali pendidikan ditingkat Taman Kanak-Kanak (TK) An-Nuur Negeriratu Lampung Utara dan lulus pada tahun 2007, kemudian dilanjutkan kejenjang Sekolah Dasar (SD) Negeri 1 Negeriratu Lampung Utara dan lulus pada tahun 2013, selanjutnya melanjutkan pendidikan kejenjang Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 01 Sungkai Utara Lampung Utara dan lulus pada tahun 2016, selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan ditingkat Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 01 Sungkai Utara Lampung Utara dan lulus pada tahun 2019. Setelah lulus dari SMA Negeri 01 Sungkai Utara, penulis melanjutkan pendidikan pada tingkat perguruan tinggi di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan Program Studi Perbankan Syariah. Selama menempuh pendidikan diperguruan tinggi penulis mengikuti Kuliah Kerja Nyatar (KKN) di Desa Ciamis Sungkai Utara Lampung Utara dan Magang di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Kotabumi.

## KATA PENGANTAR

Dengan segala kerendahan hati sebagai hamba Allah SWT, dan dengan mengucap syukur kepada Allah SWT, Dzat yang maha kuasa yang telah melimpahkan segala nikmat, rahmat dan karunia-Nya. Salawat teriring salam semoga senantiasa tercurahkan kepada baginda seluruh umat Islam Nabi Muhammad SAW, suritauladan terbaik dalam segala urusan dan pembawa cahaya kemenangan dunia dan akhirat, beserta keluarga, sahabat dan kita para pengikutnya.

Penulis menyadari bahwa terselasainya skripsi ini tidak lepas dari bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Tulus Suryanto., M.M, Akt., C.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
2. Ibu Any Eliza., S.E., M.Ak selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah dan Ibu Femei Purnamasari., M.Si selaku Sekertaris Jurusan Perbankan Syariah UIN Raden Intan Lampung.
3. Bapak Dr Ahmad Habibi, S.E., M.E selaku Pembimbing Akademik I yang telah sabar membimbing, meluangkan waktu dan pikirannya dalam mengarahkan penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan benar.
4. Bapak Dr. M. Iqbal, M.E.I selaku Pembimbing Akademik II yang telah sabar membimbing, meluangkan waktu dan pikirannya dalam mengarahkan penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan benar.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen selama berkuliah, yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat, mendidik dan membentuk karakter dengan penuh keikhlasan.
6. Bapak Muhammad Shofa selaku Branch Manager BSI KCP Kotabumi dan Ibu Mega selaku Branch Manager di BRI KCP Kotabumi.
7. Bapak Yanda Agung, Ibu Riska Metania dan Seluruh Staff di BSI KCP Kotabumi dan BRI KCP Kotabumi.

8. Bapak/Ibu/Saudara/I Nasabah Bank Syariah Indonesia dan Bank Rakyat Indonesia KCP Kotabumi selaku responden pada penelitian ini yang telah meluangkan waktu dan kesediaannya menjadi responden.
9. Kedua orang tua yang sangat saya cintai, Bapak Ashari dan Ibu Sri Herawati yang selalu mencurahkan doa, cinta dan kasih sayangnya selama ini.
10. Kedua adik saya, Alna Fiani dan Nizam Arya yang selalu menemani, menghibur serta memberikan semangatnya selama ini.
11. Seluruh sanak saudara yang tidak dapat penulis sebut satu persatu, terimakasih telah memberikan motivasi dan dukungan dalam segala hal.
12. Sahabat, keluarga, teman bercerita dalam satu tempat selama 4 tahun terakhir ini Apriyanti, Tenti Pikasari dan Erika Septia Putri yang selalu menemani dan terimakasih atas dukungan dan motivasinya.
13. Teman-teman seperjuangan selama KKN-Dr di Desa Ciamis. Terimakasih atas dukungan, kebersamaan, dan solidaritasnya sampai saat ini yang masih terjalin baik.
14. Seluruh teman-teman seperjuangan PS F Angkatan 2019 yang telah menemani dalam menjalani lika-liku perkuliahan.
15. Seluruh pihak yang membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

**Bandar Lampung, November 2023**

**Yolanda Sari Utami**

**NPM: 1951020483**

## DAFTAR ISI

<b>COVER .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>v</b>
<b>PERSETUJUAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>ix</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>x</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>xi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Penegasan Judul .....	1
B. Latar Belakang Masalah .....	3
C. Identifikasi dan Batasan Masalah .....	11
D. Rumusan Masalah .....	11
E. Tujuan Penelitian.....	11
F. Manfaat Penelitian.....	12
G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	12
H. Sistematika Penulisan.....	20
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>21</b>
A. Teori Yang Digunakan .....	21
1. Teori Perilaku Konsumen .....	21
2. Teori Teknologi Penerimaan.....	25
B. Landasan Teori.....	27
1. Mobile Banking .....	27
2. Perilaku Konsumtif .....	32
3. Bank Syariah.....	38
4. Bank Konvensional.....	39
C. Kerangka Berpikir .....	40
D. Hipotesis.....	42

<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>47</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	47
B. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	47
C. Populasi dan Sampel .....	48
D. Definisi Operasional Variabel .....	50
E. Instrumen Penelitian.....	53
F. Teknik Pengumpulan Data .....	54
G. Analisis Data .....	55
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>61</b>
A. Deskripsi Data Bank Syariah Indonesia .....	61
B. Deskripsi Responden BSI KCP Kotabumi .....	62
C. Deskripsi Data Bank Rakyat Indonesia .....	65
D. Deskripsi Responden BRI KCP Kotabumi .....	66
E. Hasil Penelitian dan Analisis.....	68
F. Pembahasan.....	79
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>85</b>
A. Simpulan .....	85
B. Saran .....	85
<b>DAFTAR RUJUKAN.....</b>	<b>87</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Biaya M-Banking BRI.....	6
Tabel 1.2 Limit Transaksi M-Banking BRI.....	6
Tabel 1.3 Biaya Transfer .....	7
Tabel 3.1 Nasabah Pengguna Mobile Banking.....	48
Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian .....	50
Tabel 3.3 Alternatif jawaban variabel penelitian .....	54
Tabel 4.1 Karakteristik Responden BSI .....	63
Tabel 4.2 Karakteristik Responden BRI.....	66
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas BSI.....	69
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas BRI .....	70
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas .....	73
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas.....	74
Tabel 4.7 Uji Analisis Regresi Linier Sederhana.....	74
Tabel 4.8 Hasil Uji Determinasi $R^2$ .....	76
Tabel 4.9 Hasil Uji t BSI dan BRI.....	77
Tabel 4.10 Hasil Uji Independent Sample T-Test.....	78

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Fitur pada BSI Mobile dan BRI Mobile.....	5
Gambar 1.2 Fitur Pembelian BRI Mobile dan BSI Mobile.....	8
Gambarr 2.1 Model Teori Perilaku Rencanaan .....	25
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir .....	44



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Penegasan Judul**

#### **a. Pengaruh Penggunaan**

Pengaruh adalah suatu kekuatan yang timbul dari benda ataupun orang untuk membentuk watak, kepercayaan ataupun perbuatan seseorang, sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut dapat meningkatkan kinerjanya dalam bekerja. Dapat ditarik kesimpulan bahwa pengaruh kegunaan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan.<sup>1</sup>

#### **b. Mobile Banking**

Adalah suatu layanan untuk mempermudah transaksi keuangan dari perangkat mobile berupa ponsel atau smartphone yang bersumber dari dana tabungan nasabah di bank.<sup>2</sup>

#### **c. Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumtif merupakan tindakan yang dilakukan dengan menempatkan diri sebagai konsumen ketika barang tersebut dibeli, digunakan, atau dikonsumsi secara berlebihan, konsumen akan memiliki kecenderungan tidak berfikir secara rasional sehingga dapat terjadi pemborosan dan mengutamakan keinginan tanpa melihat manfaat dari barang atau jasa tersebut. Bahkan ada yang membeli sebuah barang hanya agar mendapatkan pengakuan dilingkungan sosialnya, mengikuti trend yang ada atau hanya sekedar memenuhi kepuasan diri. Perilaku konsumtif menurut Wardani diartikan sebagai kegiatan

---

<sup>1</sup> Surajiy, Nasruddin, and Herman Paleni, *Penelitian Sumber Daya Manusia, Pengertian, Teori Dan Aplikasi (Menggunakan Ibm Spss 22 For Windows)*, ed. Gofur Dyah Ayu, 117hlm ed. (Yogyakarta: Deepublish CV Budi Utama, 2020).

<sup>2</sup> Drs. Ismail, *Manajemen Perbankan: Dari Teori Menuju Aplikasi*, ed. Suwito, 118hlm ed. (Jakarta: Prenada Media Group, 2018).

tanpa pola pikir yang realistis dimana para pelaku ketika membeli produk hanya didasarkan pada keinginan.<sup>3</sup>

**d. Nasabah**

Nasabah adalah seorang konsumen yang menggunakan atau membeli produk yang ditawarkan bank.<sup>4</sup>

**e. Studi Komparasi**

Studi komparasi adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menguji perbedaan, membandingkan suatu variabel antara subjek yang berbeda untuk menemukan hubungan sebab akibatnya.<sup>5</sup>

**f. Bank Syariah Indonesia**

PT Bank Syariah Tbk (BSI) merupakan bank yang lahir dari merger tiga bank milik Himpunan Bank Milik Negara (*HIMBARA*) baru berusia 1 tahun kelahiran pada 1 februari 2021 yang diresmikan oleh Presiden Joko Widodo. Walaupun belum genap 2 tahun usianya, BSI juga sangat memperhatikan peningkatan kualitas layanan perbankan sesuai dengan perkembangan zaman.<sup>6</sup>

**g. Bank Rakyat Indonesia**

BRI merupakan bank konvensional milik pemerintah terbesar di Indonesia. Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah pada tanggal 16 Desember 1895. BRI adalah lembaga keuangan BUMN milik pemerintah terbesar di Indonesia, yang memiliki tugas utama untuk menghimpun dananya dari masyarakat, dan menyalurkan kembali dana kemasayarakat dalam bentuk produk dan jasa lainnya.<sup>7</sup>

---

<sup>3</sup> Dewi et al., *Teori Perilaku Konsumen*, ed. Hening Ciptaningrum, 202hlm ed. (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2022).

<sup>4</sup> R A Hartanto, *Hukum Perbankan Dan Surat Berharga*, ed. Dwi Novidiantoko, 125hlm ed. (Yogyakarta: Deepublish (CV Budi Utama), 2019).

<sup>5</sup> Cokro Edi Prawiro, *Studi Komparasi Metode Entropy Dan Metode ROC Sebagai Penentu Bobot Kriteria SPK*, ed. Rolly Maulana Awangga, 199hlm ed. (Bandung: CV. Kreatif Industri Nusantara, 2020).

<sup>6</sup> Bayu Prawira Hie, *Panduan Transformasi Digital Bank Di Indonesia*, ed. Ricky Satria (Jakarta: Media Nusa Creative, 2021).

<sup>7</sup> T Suyatno and Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas, *Kelembagaan Perbankan*, ed. Sofnir Ali, 219hlm ed. (Jakarta: Kerja sama Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas, Gramedia, 1988).

## B. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan semakin majunya teknologi, bank telah memanfaatkan perkembangan dalam layanan perbankannya dengan meluncurkan media berbasis transaksi perbankan yaitu *mobile banking (m-banking)*. Produk mobile banking merupakan layanan tambahan kepada nasabah yang sudah memiliki rekening di bank. Secara umum layanan yang terdapat pada mobile banking meliputi pembayaran, transfer, history dan lain sebagainya. Layanan mobile banking digunakan pada perangkat *smart phone* seperti balckberry, apple dan HP dengan sistem operasi berbasis android serta windows. Penggunaan layanan mobile banking pada telepon seluler memungkinkan para nasabah dapat lebih mudah untuk menjalankan aktivitas perbankannya tanpa batas ruang dan waktu. Dengan adanya layanan mobile banking diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi para nasabah tanpa harus datang langsung kebank.<sup>8</sup>

Saat ini, hampir seluruh bank sudah mengaplikasikan m-banking sebagai salah satu peningkatan kualitas pelayanan yang mampu menjawab kebutuhan masyarakat modern yang mengedepankan mobilitas. Mobile banking sangat membantu dalam meningkatkan efesiensi, efektivitas, dan produktivitas bagi masyarakat khususnya wilayah perkotaan yang memiliki aktivitas yang padat. Industri perbankan menyediakan fasilitas mobile banking guna mencapai kepuasan nasabah. Menurut ahli yaitu Freddy Rangkuti, kepuasan merupakan suatu tanggapan emosional yang dirasakan oleh nasabah pada saat mereka menikmati pengalaman menggunakan produk atau jasa.<sup>9</sup> Menurut kotler dan keller kepuasan nasabah adalah perasaan senang dan kecewa yang timbul karena

---

<sup>8</sup> Lailatu Syifa, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan Mobile Banking Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta," *UIN Syarif Hidayatullah*, 2019, 5-7.

<sup>9</sup> Rangkuti, Freddy. (2002). *Measuring customer satisfaction : gaining customer relationship strategy = Teknik mengukur dan strategi meningkatkan kepuasan pelanggan & analisis kasus PLN - JP / Freddy Rangkuti*. Jakarta :: Gramedia Pustaka Utama,.

membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka.<sup>10</sup>

Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, sebagai salah satu bank BUMN sangat memperhatikan peningkatan kualitas pelayanan perbankan sesuai dengan perkembangan zaman. Hal ini dapat terlihat dengan menghadirkan layanan perbankan berbasis teknologi yakni *BRI Mobile* atau *BRImo*. BRImo merupakan pengembangan terbaru dari aplikasi BRI Mobile yang telah ada sebelumnya. Terdapat lebih dari 11 Juta pengguna BRI Mobile dengan jumlah transaksi mencapai 575 Juta sepanjang tahun lalu. BRImo merupakan aplikasi digital banking milik PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, meraih 2,2 Juta pengguna hanya dalam 8 bulan sejak diluncurkan pada Februari 2019 yang lalu. BRImo menjadi andalan BRI untuk menggaet nasabah baru terutama dari kalangan millennial. Beberapa keunggulannya adalah kemudahan dalam pembukaan rekening BRI Britama Muda, Login dengan Finger Print atau *face recognition*. Dan akses info promo. Aplikasi ini menggabungkan fungsi mobile banking, internet banking, dan uang elektronik (Tbank) dalam satu aplikasi dengan menu transaksi yang lebih lengkap dan menarik.<sup>11</sup>

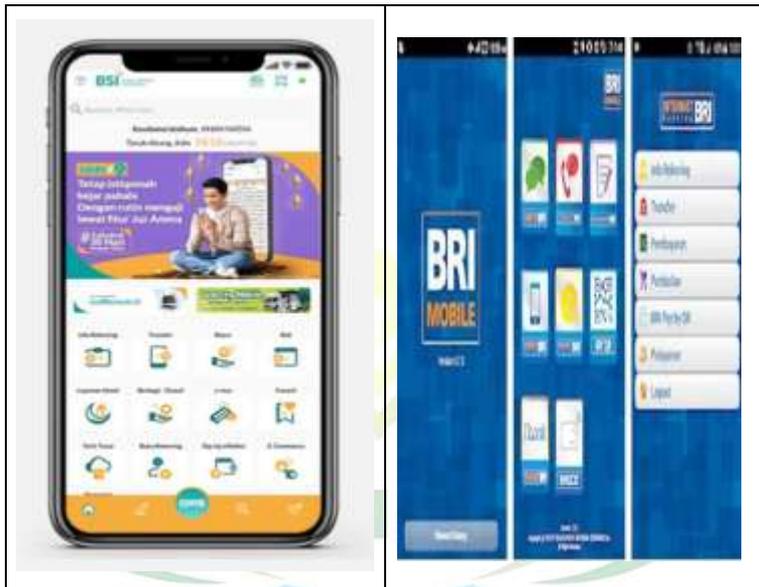
Tidak hanya BRI saja yang memperkenalkan produk mobile banking nya, Bank Syariah Indonesia juga memiliki layanan transaksi mobile banking yang serupa yang sering dikenal dengan nama BSI Mobile. Menurut Nugraheni, BSI Mobile adalah suatu sistem layanan melalui aplikasi mobile banking menggunakan koneksi internet yang mampu digunakan dimana saja dan kapan saja. Fitur-fitur yang terdapat pada BSI Mobile meliputi Info Rekening, Transfer, Pembayaran, Pembelian, Qris, E-Mas, Tarik Tunai, Favorit,

---

<sup>10</sup> Yoyok Suyoto Arief and Muhammad Yusuf Alfarizy, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Syariah Terhadap Kepuasan Konsumen," *Journal of Islamic Economics and Philanthropy* 2, no. 03 (2019): 403, <https://doi.org/10.21111/jiep.v2i03.3779>.

<sup>11</sup> Ratnawaty Marginingsih, "Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI (Studi Pada Pengguna BRI Mobile Di Kota Depok)," *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 7, no. 1 (2020): 24–31, <https://doi.org/10.31294/moneter.v7i1.7475>.

Al-Quran dan Hikmah, ATM Cabang, Informasi, Kotak Masuk, Manajemen Kartu, Info Kurs, Media Sosial, BSI Mobile Keyboard, Aktivasi, Minta Kode Aktivasi Ulang, Pengaturan Kata Sandi, Ubah Pin, Ubah Bahasa, Email, Tentang Aplikasi, Donasi Online, Buka Rekening Bank Syariah Indonesia Online Dan Jadwal Solat.



*Gambar 1.1 fitur pada BSI Mobile dan BRI Mobile*

Sumber : (Produk Layanan Bank BSI & Fitur Produk BRI)

Dari gambar diatas menunjukkan bahwa fitur yang ada pada *Mobile Banking* sangatlah beragam, karena didalamnya terdapat berbagai layanan untuk kemudahan nasabahnya. Terdapat persamaan dan perbedaan pada fitur yang ditawarkan. Persamaan kedua fitur mobile banking ini salah satunya yaitu adanya bentuk transaksi berupa informasi saldo. Sehingga nasabah dapat mengetahui jumlah saldo yang ada ditabungan, hanya dengan mengakses layanan yang tersedia didalam aplikasinya. Registrasi layanan *Mobile Banking* BRI dan *Internet Banking* BRI sendiri dapat dilakukan lewat mesin ATM dan unit kerja BRI agar nasabah

dapat melakukan transaksi finansial seperti transfer dana, pembelian pulsa, maupun melakukan pembayaran berbagai tagihan bulanan. Ketika menggunakan layanan *M-Banking* BRI, Nasabah akan dikenai biaya transaksi yang langsung dipotong lewat saldo tabungan dan juga pemotongan pulsa untuk SMS notifikasi yang masuk ke *HP*.

**Tabel 1.1 Biaya M-Banking BRI**

<b>Jenis Transaksi</b>	<b>Biaya</b>
Transfer Keesama Rekening BRI	Rp 250/ transaksi
Isi Ulang Pulsa, Pembayaran tagihan, dll	Rp 250/transaksi
Transfer Kerekening Bank Lain	Rp 6.500/transaksi
Notifikasi SMS Yang Masuk Ke	Rp 500

Sumber : (bri.co.id)

Sampai sekarang, tarif diatas belum mengalami perubahan. Selain dikenakan biaya, nasabah juga akan dikenakan limit transaksi apabila menggunakan aplikasi *M-Banking* BRI. Limit transaksi layanan ini bervariasi, tergantung jenis tabungan masing-masing nasabah. Berikut terdapat informasi limit transaksi menggunakan layanan *Mobile Banking* BRI untuk masing-masing tabungan.

**Table 1.2 Limit Transaksi M-Bankingt BRI**

<b>Jenis Kartu/Tabungan</b>	<b>Akumulasi Limit Transfer Antar-Rekening Bri Perhari</b>	<b>Akumulasi Limit Transfer Antar- Bank Perhari</b>
Britama Classic	Maks. Rp 1.000.000	Maks. Rp 1.000.000
Britama Gold	Maks. Rp 10.000.000	Maks. Rp 10.000.000
Britama Bisnis	Maks. Rp 50.000.000	Maks. Rp 25.000.000

Britama Tki	Maks. Rp 1.000.000	Maks. Rp 1.000.000
Simpedes	Maks. Rp 1.000.000	Maks. Rp 1.000.000
Simpedes Tki	Maks. Rp 1.000.000	Maks. Rp 1.000.000
Junio	Maks. Rp 1.000.000	Maks. Rp 1.000.000

Terpantau dari 2019 sampai sekarang, tarif lilmit transaksi tidak terjadi perubahan. Daftar biaya ini dapat berubah sewaktu-waktu sesuai dengan kebijakan bank BRI Pusat maupun Kantor Cabang Pembantu Kotabumi. Sedangkan layanan transfer pada Mobile Banking BSI yang diperoleh dari sumber data BSI KCP Kotabumi terdapat dua layanan yaitu kesesama Bank BSI dan ke Bank Lain.<sup>12</sup>

**Table 1.3 Biaya Transfer**

No	Bentuk Transaksi	Biaya Administrasi
1	Transfer Sesama BSI	Gratis
2	Transfer Ke Bank Lain	Rp 6.500/Transaksi

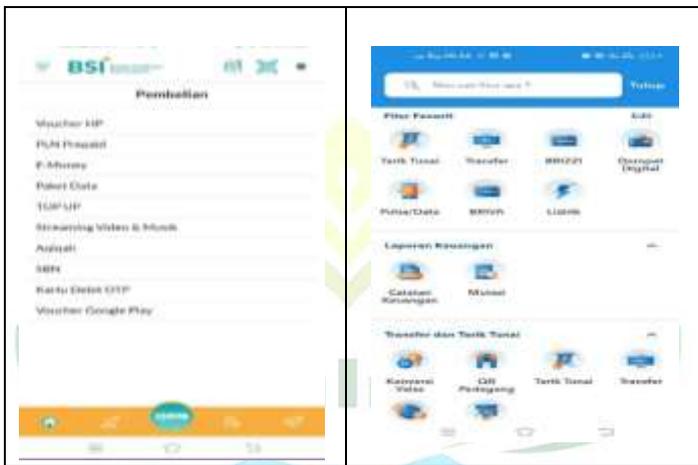
*Sumber : (Webform BSI)*

Dari data yang diperoleh dari Bank Syariah Indonesia KCP Kotabumi menunjukkan bahwa transfer sesama BSI tidak dikenakan biaya admin atau gratis, sedangkan transfer kebank lain dikenakan biaya admin sebesar Rp 6.500 per transaksi.<sup>13</sup> Banyak tersedia layanan perbankan yang dapat dimanfaatkan untuk transfer online. Namun di beberapa kondisi mengharuskan seseorang melakukan transfer di Cabang Bank BSI lewat *Counter Teller*, baik kesesama Bank BSI ataupun ke bank lain. Untuk kegiatan transaksi di Cabang Kotabumi sudah beralih ke layanan digital melalui *Web Form* BSI. Dari jenis transaksi yang tersedia terdapat dua jenis

<sup>12</sup> 'Biaya M-Banking BRI Pada Tahun 2022' <https://bri.co.id/digital-banking>

<sup>13</sup> <https://webform.bankbsi.co.id/catalog/biayaTransaksi/1/5>

yang sulit dibedakan yaitu transfer SKN dan RTGS. Layanan transfer ini sama-sama digunakan untuk transfer antar bank. Jika pada Transfer SKN membutuhkan waktu 1 sampai 4 hari proses pengiriman, dengan biaya transfer SKN senilai Rp 2.900. Sedangkan layanan Transfer RTGS tidak membutuhkan waktu yang cukup lama. Hanya hitungan jam uang akan sampai ke rekening tujuan. Biaya transfer RTGS lebih mahal dari transfer SKN. Besaran biaya transfer RTGS senilai Rp 25.000.



*Gambar 1.2 Fitur Pembelian BRI Mobile dan BSI Mobile*  
Sumber : (Mobile Banking BSI & BRImo)

BRI *Mobile* dan BSI *Mobile* juga mempunyai fitur Pembayaran dan Pembelian. Pada BRI *Mobile* fitur yang dapat digunakan oleh nasabah untuk melakukan pembelian dikenal dengan nama BRIVA. BRIVA adalah metode pembayaran yang disediakan BRI berupa deretan kode khusus untuk satu kali transaksi dan otomatis akan terkonfirmasi jika pengguna sudah melakukan pembayaran. Pembayaran yang dapat dilakukan di fitur BRIVA ini antara lain untuk pembayaran SPP/UKT Mahasiswa, pembayaran *Shopee*, pembayaran Tokopedia dll.<sup>14</sup> Tidak hanya BRI *Mobile* saja

<sup>14</sup> Nadiatul Khaira, Hanifah Muslimah Az-zahra, and Alfi Nur Rusydi, "Analisis Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Mobile Banking Dengan Metode UX

BSI *Mobile* juga memiliki fitur yang sama dengan nama Fitur Pembelian. Fitur ini merupakan salah satu fitur yang paling sering digunakan oleh nasabah ketika bertransaksi, transaksi pembelian yang dimaksud seperti pembelian *Voucher Hp*, *e-money*, paket data, Top UP, *Streaming Video* dan *Music*.

Peningkatan penggunaan *mobile banking* membuktikan bahwa banyak nasabah yang tertarik menggunakan *mobile banking*, banyaknya kemudahan ini dapat menimbulkan beberapa masalah seperti munculnya perilaku konsumtif dikalangan masyarakat. Menurut Dahlan perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku yang ditandai dengan adanya kehidupan yang mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal dan memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh suatu keinginan untuk memenuhi hasrat keinginan semata.<sup>15</sup>

Budaya konsumtif merupakan salah satu budaya turun temurun dan secara tidak sadar telah bertahan di Indonesia. Meskipun tidak semua masyarakat berperilaku konsumtif, tetapi mayoritas dari masyarakat berperilaku demikian terutama pada masyarakat yang hidup diperkotaan salah satunya remaja ataupun mahasiswa. BRI KCP Kotabumi termasuk salah satu Bank yang juga memiliki nasabah dari kalangan mahasiswa. Alasan para remaja ataupun mahasiswa menjadi nasabah BRI yaitu karena kemudahan pemakaian *Mobile Banking Brimo* untuk transaksi yang mereka lakukan. Layanan yg dipakai biasanya untuk transfer, pembelian tiket *KAI* dan pembayaran untuk belanja online. Sedangkan yang menjadi dasar Mahasiswa ataupun kalangan remaja menjadi nasabah di BSI KCP Kotabumi

---

Curve ( Studi Kasus : BRI Mobile Banking ),” *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer* 4, no. 3 (2020): 1003–12, <http://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/7119%0A>.

<sup>15</sup> Eni Lestarina et al., “Perilaku Konsumtif Di Kalangan Remaja,” *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)* 2, no. 2 (2017): 1–6, <https://doi.org/10.29210/3003210000>.

sendiri yaitu pembayaran Uang Kuliah Tunggal (UKT) yang dilakukan di BSI KCP Kotabumi. Sehingga *Mobile Banking* menjadi solusi untuk memudahkan pembayaran dan hal inilah yang menjadi awal pengenalan para remaja memakai *BSI Mobile* tidak hanya untuk pembayaran UKT saja tetapi bisa juga untuk berbelanja dan digunakan sampai saat ini. Isu atau permasalahan yang juga melatarbelakangi penelitian ini yaitu dari kepadatan penduduk di Daerah Kotabumi dan juga berdasarkan data dari dinas sosial dan tenaga kerja Kabupaten Lampung Utara, jumlah perusahaan terdaftar sebanyak 72 perusahaan yang mana 35 perusahaan berada di pusat kota yaitu Kotabumi serta tercatat jumlah Pegawai Negeri Sipil dilingkungan Pemda sebesar 10.304 orang. Dan mayoritas masyarakat yang berada di Kotabumi juga bermata pencaharian sebagai pedagang yang juga membeli barang melalui online dan pembayarannya pun menggunakan *Mobile Banking*. Faktor lain yang mejadi sebab penelitian yang dilakukan di Kotabumi yaitu di Kotabumi juga terdapat Perguruan Tinggi seperti UMKO, Poltekas Kotabumi dan STMIK Surya Intan yang tergolong kedalam generasi millennial saat ini. Generasi saat ini sangat mudah terpengaruh oleh pola konsumsi berlebihan. Ciri remaja atau Millennial yang utama adalah Konsumer. Hal ini berhubungan dengan nilai gaya hidup, sikap terhadap media sosial dan pendidikan Millennial yang kemudian mempengaruhi keputusan pembelian juga perilaku konsumen remaja. Selalu tampil mengikuti trend dan eksis baik didunia nyata maupun media sosial.<sup>16</sup>

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Transaksi Mobile Banking Terhadap Perilaku Konsumtif Nasabah (Studi Komparasi Pada BSI KCP Kotabumi & BRI KCP Kotabumi)”**.

---

<sup>16</sup> Ali Mujahidin, “Pengaruh Fintech E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial,” *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis* 8, no. 2 (2020): 143, <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i2.1513>.

### C. Identifikasi dan Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka peneliti membatasi permasalahan yang perlu diteliti yaitu mengenai :

1. Banyaknya *fitur-fitur mobile banking* yang memudahkan nasabah dalam bertransaksi.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah berperilaku konsumtif dalam menggunakan *mobile banking*.
3. Studi komparasi atau perbandingan nasabah pengguna *mobile banking* di dua bank yaitu Bank Syariah Indonesia dan Bank Rakyat Indonesia di Kotabumi, Lampung Utara.

Pembatasan masalah ini dilakukan agar mendapatkan penelitian yang fokus pada permasalahan yang akan diteliti sehingga ruang lingkup penelitian ini tidak terlalu luas dan peneliti juga menghindari hasil yang menyimpang dari permasalahan. Agar penelitian ini lebih fokus lagi kepada nasabah, Penulis membatasi kaitannya mengenai perilaku konsumtif nasabah yang berada di wilayah Kotabumi dalam kemudahan transaksi menggunakan *mobile banking*.

### D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, rumusan masalah yang akan peneliti kaji adalah sebaga berikut :

1. Apakah Penggunaan Mobile Banking BSI Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Nasabah di BSI KCP Kotabumi?
2. Apakah Penggunaan Mobile Banking BRI Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Nasabah di BRI KCP Kotabumi?
3. Apakah Terdapat Perbedaan Perilaku Konsumtif Nasabah Pengguna *Mobile Banking BSI* dan *Mobile Banking BRI*?

### E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi permasalahan di atas, maka tujuan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah untuk :

1. Untuk Mengetahui Apakah Penggunaan Mobile Banking BSI Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Nasabah di BSI KCP Kotabumi.
2. Untuk Mengetahui Apakah Penggunaan Mobile Banking BRI Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Nasabah di BRI KCP Kotabumi.
3. Untuk Mengetahui Apakah Terdapat Perbedaan Perilaku Konsumtif Nasabah Pengguna *Mobile Banking BSI* dan *Mobile Banking BRI*.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak, tidak hanya bagi penulis, melainkan juga bagi pembaca. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara Teoritis, penelitian ini bermanfaat bagi peneliti lainnya, agar hasil penelitian dapat dijadikan bahan dasar referensi serta acuan bagi pihak-pihak lain yang tertarik mengangkat permasalahan yang sama diwaktu yang akan datang.
2. Secara Praktis, penelitian ini bermanfaat bagi nasabah Bank sebagai bahan masukan agar dapat mengevaluasi barang yang akan dikonsumsi, maupun digunakan baik bagi perseorangan maupun kelompok.

#### **G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan**

Penelitian ini tidak terlepas dari peneliti sebelumnya yang mana sebagai bahan perbandingan serta bahan literatur untuk penulis. Hasil-hasil penelitian yang akan penulis lakukan yakni “Pengaruh Transaksi *Mobile Banking* Terhadap Perilaku Konsumtif Nasabah (Studi Komparasi Pada BSI KCP Kotabumi & BRI KCP Kotabumi)” Berikut ini adalah penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai acuan yaitu :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Zulvan Jamalu Ramadhan dan Vemy Suci Asih dalam jurnalnya yang berjudul “Studi Komparatif: Kualitas Layanan Mobile Banking BRI Syariah dan Bank Syariah

Indonesia<sup>17</sup>. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan mobile banking pada BRI Syariah dan Bank Syariah Indonesia tidak signifikan yang artinya keduanya memiliki nilai pelayanan yang baik.

Terdapat persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Zulvan dan Vemy. Persamaannya yaitu sama-sama mengkaji dan meneliti tentang *mobile banking* dengan menggunakan metode yang sama yaitu metode penelitian kuantitatif dengan sifat pendekatan komparatif (perbandingan). Sumber data diperoleh dari studi kepustakaan dan survey. Lalu perbedaannya dapat dilihat dari objek penelitian yang berbeda. Pada penelitian ini objeknya berfokus pada kualitas layanan *mobile banking*. Sedangkan peneliti memfokuskan penelitiannya pada perilaku konsumtif pengguna *mobile banking*.<sup>17</sup>

2. Penelitian yang dilakukan oleh Ratnawaty Marginingsih dalam jurnalnya yang berjudul “Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI (Studi Pada Pengguna BRI Mobile di Kota Depok)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah secara keseluruhan memperoleh hasil yang positif dan signifikan.

Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Ratnawaty Marganingsih. Persamaannya yaitu sama-sama mengkaji mengenai *mobile banking*, dengan metode penelitian kuantitatif. Adapun perbedaannya yaitu terletak pada sifat pendekatan penelitiannya. Pada penelitian yang dilakukan oleh Ratnawaty Marginingsih menggunakan sifat penelitian deskriptif. Sedangkan, peneliti menggunakan sifat pendekatan komparatif (perbandingan), dan objek

---

<sup>17</sup> Muhammad Zulvan Jamal Ramadhan and Vemy Suci Asih, “Studi Komparatif: Kualitas Layanan Mobile Banking BRI Syariah Dan Bank Syariah Indonesia,” *Indonesian Journal of Economics and Management* 1, no. 3 (2021): 578–83.

penelitian Ratnawaty meneliti tentang kepuasan nasabah sedangkan peneliti meneliti Perilaku Konsumtif.<sup>18</sup>

3. Penelitian yang dilakukan oleh Luh Gede Kusuma Dewi dalam jurnalnya yang berjudul “Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan E-Money berpengaruh langsung secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dan dengan adanya kontrol diri mahasiswa sebagai pengguna E-Money juga dapat terhindar dari sikap konsumtif. Kontrol diri juga mampu memediasi antara E-Money dengan perilaku konsumtif sehingga mahasiswa akan terhindar dari perilaku konsumtif jika memiliki kontrol diri yang tinggi.

Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Luh Gede Kusuma Dewi, Nyoman Trisna Herawati Dan I Made Pradana Adiputra. Persamaannya yaitu sama-sama mengkaji mengenai perilaku konsumtif dengan metode penelitian kuantitatif. Perbedaannya terletak pada pendekatan penelitian dan objek penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh Luh Gede Kusuma Dewi, Nyoman Trisna Herawati Dan I Made Pradana Adiputra menggunakan jenis pendekatan *ex post facto* dan teknik analisis jalur dengan objek penelitian yaitu *E-Money*. Sedangkan peneliti menggunakan jenis pendekatan deskriptif dengan objek penelitian tentang *mobile banking*.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> Ratnawaty Marginingsih, “Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI (Studi Pada Pengguna BRI Mobile Di Kota Depok),” 2020.

<sup>19</sup> Luh Gede Kusuma Dewi, Nyoman Trisna Herawati, and I Made Pradana Adiputra, “Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri,” *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)* 5, no. 1 (2021): 1–19.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Rorin Mauludin Insana dan Ria Susanti Johan dalam jurnalnya yang berjudul “Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan uang elektronik memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dari Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI tetapi memiliki korelasi yang rendah dengan kontribusi penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa sebesar 10,56% dan sisanya sebesar 89,44% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Dwi Rorin Mauludin Insana dan Ria Susanti Johan. Persamaannya yaitu sama-sama mengkaji mengenai perilaku konsumtif dengan metode penelitian kuantitatif. Adapun perbedaannya yaitu terletak pada sifat pendekatan dan objek penelitiannya. Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Rorin Mauludin Insana dan Ria Susanti Johan menggunakan sifat pendekatan deskriptif untuk meneliti mengenai pengaruh penggunaan uang elektronik, sedangkan peneliti memakai sifat pendekatan komparatif untuk meneliti tentang perilaku konsumtif dari dua bank yaitu Bank Konvensional dan Syariah.<sup>20</sup>

5. Penelitian yang dilakukan oleh Annisa Fitria, Aang Munawar dan Pebi Paisal Pratama dalam jurnalnya yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Internet Banking, Mobile Banking Dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa internet banking, mobile banking dan SMS banking secara

---

<sup>20</sup> Dwi Rorin Mauludin Insana and Ria Susanti Johan, “Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI,” *JABE (Journal of Applied Business and Economic)* 7, no. 2 (2021): 209–24.

bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Annisa Fitria, Aang Munawar dan Pebi Paisal Pratama. Persamaannya yaitu sama-sama memakai metode penelitian kuantitatif dan sama-sama meneliti tentang mobile banking pada salah satu objek penelitiannya. Adapun perbedaannya yaitu Pada penelitian yang dilakukan oleh Annisa Fitria, Aang Munawar dan Pebi Paisal Pratama tidak hanya meneliti satu variabel, tetapi tiga variabel yaitu mengenai Internet Banking, Mobile Banking dan SMS Banking. Serta Penelitian yang dilakukan oleh Annisa Fitria, Aang Munawar dan Pebi Paisal Pratama juga menggunakan sifat pendekatan deskriptif dan analisis asosiasi, sedangkan peneliti memakai sifat pendekatan komparatif (perbandingan).<sup>21</sup>

6. Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Hidayah, Susila Andriyati, Vina Rismayani dan Viviannisa Victoria dalam jurnalnya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Transaksi Dan Fitur Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan *BSI Mobile Banking*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, kemudahan transaksi, dan fitur produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna *BSI Mobile Banking*.

Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurul Hidayah, Susila Andriyati, Vina Rismayani dan Viviannisa Victoria. Persamaannya yaitu sama-sama meneliti mengenai *Mobile Banking* dengan memakai metode

---

<sup>21</sup> Annisa Fitria and Aang Munawar, “Pengaruh Penggunaan Internet Banking, Mobile Banking Dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI,” *Jurnal Informatika Kesatuan* 1, no. 1 (2021): 43–52, <https://doi.org/10.37641/jikes.v1i1.406>.

penelitian kuantitatif. Adapun perbedaannya dalam penelitian yang dilakukan oleh Nurul Hidayah, Susila Andriyati, Vina Rismayani dan Viviannisa Victoria menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian kausal (*causal study*). Sedangkan peneliti memakai sifat pendekatan komparatif.<sup>22</sup>

7. Penelitian yang dilakukan oleh Ali Mujahidin dan Rika Pristian Fitri Astuti dalam jurnalnya yang berjudul “Pengaruh Fintech e-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan *OVO* dan *Gopay* mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif pada generasi millennial. Hasil ini menunjukkan bahwa generasi millennial menginginkan aplikasi *Fintech e-wallet* yang mudah digunakan dalam pemakaiannya.

Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Ali Mujahidin dan Rika Pristian Fitri Astuti. Persamaannya yaitu sama-sama mengkaji mengenai Perilaku Konsumtif dengan metode penelitian kuantitatif dan juga uji regresi sederhana, adapun perbedaannya terletak pada sifat pendekatan dan objek penelitian yang berbeda. Penelitian yang dilakukan oleh Ali Mujahidin dan Rika Pristian Fitri Astuti menggunakan sifat pendekatan deskriptif dan objek penelitiannya yaitu *fintech e-wallet*. Sedangkan peneliti memakai sifat pendekatan komparatif dengan objek penelitian mengenai perilaku konsumtif.<sup>23</sup>

8. Penelitian yang dilakukan oleh Dara Ayu Nova Dezianti dan Fina Hidayati dalam jurnalnya yang berjudul

---

<sup>22</sup> Susila Andriyati, Nurul Hidayah, and Vina Rismayani, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Transaksi Dan Fitur Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan Bsi Mobile Banking,” *Al-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah* 4, no. 2 (2022): 139–59.

<sup>23</sup> Ali Mujahidin, “Pengaruh Fintech E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial,” *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis* 8, no. 2 (2020): 143–50.

“Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Millennial”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat konformitas generasi millennial paling banyak berada pada kategori sedang, yaitu dengan presentase 74,3%. Adapun pada pengukuran tingkat perilaku konsumtif, mayoritas generasi millennial berada pada kategori sedang dengan presentase 55,5% dari total responden secara keseluruhan.

Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Dara Ayu Nova Dezianti dan Fina Hidayati. Persamaannya yaitu sama-sama mengkaji mengenai Perilaku Konsumtif dengan metode penelitian kuantitatif. Adapun perbedaannya yaitu objek dalam penelitian yang dilakukan oleh Dara Ayu Nova Dezianti dan Fina Hidayati menggunakan objek penelitian Konformitas dengan sifat pendekatan deskriptif, sedangkan peneliti menggunakan objek penelitian Transaksi Mobile Banking, dengan sifat pendekatan komparatif.<sup>24</sup>

9. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Habibi dalam buku laporan hasil penelitiannya di IAIN Raden Intan Lampung dengan judul “Peranan Competitive Advantage Lembaga dalam Meningkatkan Minat Konsumen (Studi di IAIN Raden Intan Lampung)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa IAIN Raden Intan Lampung telah melakukan berbagai kegiatan dalam membangun keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif yang dimiliki adalah keunggulan biaya. Sedangkan, keunggulan yang lain belum di eksploitasi secara kuat sehingga tidak memberikan efek positif secara keseluruhan terhadap minat dan jumlah mahasiswa baru.

Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Habibi.

---

<sup>24</sup> Dara Ayu Nova Dezianti and Fina Hidayati, “Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial,” *Journal of Psychological Science and Profession* 5, no. 2 (2021): 151–58.

Persamaannya yaitu sama-sama meneliti mengenai minat konsumen. Sedangkan perbedaannya terdapat pada metode penelitian yang dipakai. Metode penelitian ini memakai penelitian kuantitatif dengan sifat pendekatan komparatif. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Habibi memakai metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*).<sup>25</sup>

10. Penelitian yang dilakukan oleh Riska Triamalia, Erike Anggraeni, dan Heni Noviarita dalam jurnalnya yang berjudul “Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Perilaku Konsumen Berbelanja : Studi Putra Baru (PB) Swalayan Kota Metro”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *experiential marketing* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen, dimana bagi konsumen pemasaran periklanan merupakan hal yang mendasar untuk mengembangkan perilaku konsumen.

Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Riska Triamalia, Erike Anggraeni, dan Heni Noviarita. Persamaannya yaitu sama-sama meneliti tentang perilaku konsumen dalam berbelanja dan metode penelitian yang digunakan kedua penelitian ini sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sedangkan, perbedaannya terdapat pada sifat pendekatan yang digunakan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Riska Triamalia, Erike Anggraeni, dan Heni Noviarita memakai sifat pendekatan deskriptif untuk meneliti mengenai pengaruh *experiential marketing* sedangkan peneliti memakai sifat pendekatan komparatif untuk meneliti tentang perilaku konsumtif dari dua bank yaitu Bank Konvensional dan Syariah.<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> A H B Ahmad Habibi, “Laporan Penelitian 2016 A. Habibi” (LP2M UIN Raden Intan Lampung, 2016).

<sup>26</sup> Jimea Jurnal and Ilmiah Mea, “Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Perilaku Konsumen Berbelanja : Studi Putra Baru (PB) Swalayan Kota Metro” 7, no. 1 (2023): 860–68.

## **H. Sistematika Penulisan**

Dalam penelitian ini, peneliti menyajikan data kedalam beberapa bab dengan sistematika sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

#### **Bab 1 Pendahuluan terdiri dari unsur:**

- a. Penegasan Judul
- b. Latar Belakang Masalah
- c. Identifikasi Dan Batasan Masalah
- d. Rumusan Masalah
- e. Tujuan Penelitian
- f. Manfaat Penelitian
- g. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan, Dan
- h. Sistematika Penulisan

### **BAB II LANDASAN TEORI dan Hipotesis**

Bab ini berisi kajian teoritik yang meliputi penjabaran tentang teori apa saja yang digunakan serta uji hipotesis.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini terdiri dari:

- a. Waktu dan Tempat Penelitian
- b. Pendekatan dan Jenis Penelitian
- c. Populasi
- d. Sampel
- e. Teknik Pengumpulan Data
- f. Definisi Operasional Variabel
- g. Instrumen Penelitian
- h. Uji Validitas dan Reabilitas
- i. Uji Prasyarat Analisis
- j. Uji Hipotesis

### **BAB IV HASIL PENELITIAN dan Pembahasan**

Bab ini berisi deskripsi data, pembahasan hasil dari penelitian dan analisis.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi simpulan hasil penelitian dan rekomendasi.

## BAB II

### LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

#### A. Teori Yang Digunakan

##### 1. Teori Perilaku Konsumen

###### a. Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku merupakan suatu tindakan seseorang yang dapat diamati secara langsung, sedangkan konsumen yaitu seseorang yang terlibat dalam kegiatan pembelian atau pengguna produk. Menurut James F. Engel et al mengatakan bahwa perilaku konsumen merupakan tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului untuk menentukan tindakan tersebut.<sup>27</sup> Jadi teori perilaku konsumen adalah penjelasan tentang bagaimana konsumen mengalokasikan pendapatan antara barang dan jasa yang berbeda untuk memaksimalkan kesejahteraannya. Berdasarkan berbagai pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah sejumlah tindakan-tindakan nyata dari konsumen yang dipengaruhi dari faktor tertentu. Seperti faktor kejiwaan dan faktor lain yang mengarahkan konsumen untuk memilih dan menggunakan barang yang diinginkannya.<sup>28</sup>

Secara umum, perilaku konsumen dibagi menjadi 2, yaitu:

- 1) Perilaku konsumen yang bersifat Rasional memiliki ciri-ciri yaitu:

Konsumen memilih barang berdasarkan kebutuhan, Barang yang dipilih memberikan kegunaan optimal bagi konsumen, Konsumen memilih barang yang

---

<sup>27</sup> N Febriani and W W A Dewi, *Perilaku Konsumen Di Era Digital: Beserta Studi Kasus* (Universitas Brawijaya Press, 2019), <https://books.google.co.id/books?id=YXXRDwAAQBAJ>.

<sup>28</sup> Drs. Danang Sunyoto, *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, ed. Tri Admojo, 290hlm ed. (Yogyakarta: Media Pressindo, 2012).

mutunya terjamin dan konsumen memilih barang sesuai dengan kemampuannya.

- 2) Perilaku konsumen yang bersifat Irrasional, yaitu:  
Konsumen sangat cepat tertarik dengan iklan dan promosi dimedia cetak maupun elektronimk, konsumen memiliki barang-barang bermerk yang sudah dikenal luas dan konsumen memilih barang bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan gengsinya.

b. Proses keputusan pembelian

Dalam proses pembelian, terdapat beberapa tipe pembelian, antara lain:

- 1) Proses *Complex Decision Making*. Proses ini terjadi apabila keterlibatan kepentingan tinggi dalam pengambilan keputusan yang terjadi. Contohnya pengambilan untuk membeli produk sepatu. Dalam kasus ini, konsumen secara aktif mencari informasi untuk mengevaluasi dan mempertimbangkan pilihan beberapa merek dengan menetapkan kriteria tertentu seperti sepatu olahraga ataupun sepatu roda. Subjek pengambilan keputusan yang kompleks sangat penting karena merupakan kunci dari konsep berperilaku seperti persepsi, sikap dan pencarian informasi yang relevan untuk pengembangan strategi pemasaran.
- 2) Proses brand loyalty. proses ini terjadi ketika pilihan berulang, konsumen belajar dari pengalaman masa lalu dan membeli merek yang memberikan kepuasan dengan sedikit pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Contohnya pembelian sepatu basket merek adidas dan sepatu sekolah merek nike. Dalam kasus ini kedua barang sangat penting untuk konsumen. Sepatu basket untuk olahraga serta sepatu nike untuk sekolah ataupun bekerja. Loyalitas merek muncul dari kepuasan pembelian yang lalu, sehingga

konsumen memutuskan untuk membeli merek yang sama.<sup>29</sup>

Menurut Schiffman dan Kanuk, pengambilan keputusan merupakan suatu sistem yang terdiri dari input, proses dan output yang mana dalam hal ini terdapat 3 tahapan dalam proses pengakuan adanya kebutuhan, usaha pencarian informasi sebelum membeli dan penilaian terhadap alternatif lain, berikut beberapa tahapan pengambilan keputusan pembelian, yaitu pada tahap awal harus mengenali kebutuhan, kedua mencari informasi, ketiga mengambil keputusan, dan terakhir mengevaluasi pasca pembelian.<sup>30</sup>

c. Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen  
Keputusan konsumen untuk menentukan pembelian sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor berikut :

1) Faktor kebudayaan

Manusia biasanya mempelajari perilaku dari lingkungan sekitar, sehingga nilai, persepsi, dan perilaku seseorang yang tinggal di daerah tertentu akan berbeda dengan orang yang tinggal di daerah lain. Sehingga selera pun juga berbeda dengan satu sama lain.

2) Faktor sosial

Kelompok kecil seperti keluarga sangat berpengaruh besar dalam pengambilan keputusan, sehingga pemasar harus sangat memperhatikan faktor kelompok dalam menyusun strategi pemasaran.

---

<sup>29</sup> S.E.M.M. Nora Anisa Br. Sinulingga, M K Dr. Hengki Tamando Sihotang, and D Sihotang, *Perilaku Konsumen: Strategi Dan Teori* (IOCS Publisher, 2023), <https://books.google.co.id/books?id=g646EAAAQBAJ>.

<sup>30</sup> Yohanes Suhari, "Keputusan Membeli Secara Online Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya," *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK* XIII, no. 2 (2008): 140–46,

[http://download.portalgaruda.org/article.php?article=7425&val=544&title=Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya](http://download.portalgaruda.org/article.php?article=7425&val=544&title=Keputusan%20Membeli%20Secara%20Online%20dan%20Faktor-Faktor%20yang%20Mempengaruhinya).

## 3) Faktor pribadi

Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakter pribadi seperti umur dan tahap daur hidup pembeli, jabatan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian, konsep diri pembeli yang bersangkutan

## 4) Faktor Psikologis

Seseorang mempunyai banyak kebutuhan baik yang bersifat biogenik ataupun biologis. Kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan fisiologis tertentu seperti lapar, haus dan sebagainya. Sedangkan kebutuhan yang bersifat psikologis adalah kebutuhan yang timbul dari keadaan tertentu seperti kebutuhan untuk diakui dan harga diri.

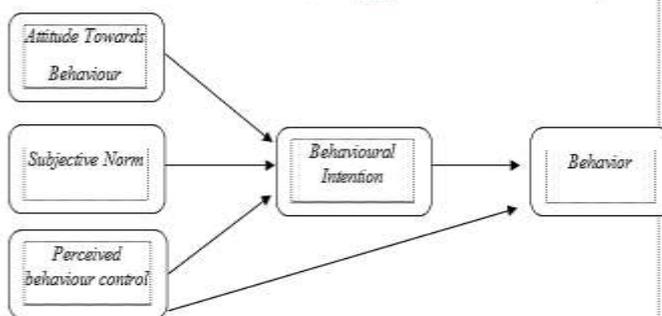
## d. Efek substitusi dan efek pendapatan

1) Efek substitusi (penggantian) adalah Perubahan suatu barang yang memiliki nilai guna marginal per rupiah dari barang yang mengalami perubahan harga tersebut. Jika harga mengalami kenaikan, nilai guna marginal per rupiah yang diwujudkan oleh barang tersebut menjadi semakin rendah. Jika harga barang-barang lainnya tidak mengalami perubahan lagi maka perbandingan diantara nilai guna marginal barang-barang itu dengan harganya (atau nilai guna marginal per rupiah dan barang-barang itu) tidak mengalami perubahan.

2) Efek pendapatan, apabila pendapatan tidak mengalami perubahan maka kenaikan harga menyebabkan pendapatan riil menjadi semakin sedikit. Dengan kata lain, kemampuan pendapatan yang diterima untuk membeli barang-barang menjadi bertambah kecil dari sebelumnya, Begitupun sebaliknya.

## 2. Teori teknologi penerimaan / *Technology acceptance model (TAM)*

Diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1989 yang merupakan adaptasi dari *Theory Of Reasoned Action (TRA)* yang dikhususkan untuk memodelkan penerimaan pemakaian terhadap teknologi.<sup>31</sup> Salah satu teori yang berkaitan dengan perilaku penerimaan individual terhadap sistem teknologi informasi adalah teori perilaku perencanaan (*theory of planned behavior* atau TPB). Teori perilaku perencanaan merupakan pengembangan lebih lanjut dari teori tindakan beralasan (*theory of reasoned action* atau TRA). Icek Ajzen mengembangkan teori TPB ini pada tahun 1988, dengan menambahkan sebuah konstruk yang belum ada di TRA.<sup>32</sup> Konstruk ini disebut dengan kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*). Model TPB yang merupakan pengembangan model TRA dengan ditambah dengan suatu konstruk kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) pada gambar dibawah ini:



Gambar 2.1 Model Teori Perilaku Rencanaan (*Theory Of Planned Behavior* atau TPB)

<sup>31</sup> Intan Kurnia Ahmad and Haryati Karim, "The Acceptance of Youtube As a Source of Islamic Religious Information Among the Community in Kampung Ulu Putatan, Sabah: The Application of the Technology Acceptance Model (Tam) and Credibility Theory," *Journal of Borneo Social Transformation Studies (JOBSTS)* 6, no. 1 (2020): 174–88.

<sup>32</sup> Alwahidin and Jodi Wahyu Prayoga Mui, "Subjective Norms Are Not Important for Millennials in Determining Their Interest in Technology: TAM and TPB Models Examines," *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia XII*, no. 2 (2022): 162–81, <http://dx.doi.org/10.21927/jesi.2022.12>.

1. Perilaku (*Attitude Towards Behavior*)

Sikap (*attitude*) adalah pernyataan evaluatif baik yang menyenangkan maupun tidak menyenangkan terhadap suatu objek. Attitude juga diartikan sebagai evaluasi kepercayaan atau perasaan positif, negatif dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa seorang individu memiliki sikap positif dalam menyikapi suatu sistem informasi maka seseorang individu tersebut akan memiliki niat untuk menggunakannya. Sebaliknya, jika seorang individu memiliki sikap negatif maka seorang individu tersebut tidak akan memiliki niat untuk menggunakannya.

2. Norma Subjektif (*Subjective Norm*)

Adalah persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan orang lain yang akan mempengaruhi niat untuk melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan. Norma subjektif dipandang sebagai dua bentuk pengaruh yaitu pengaruh interpersonal (*interpersonal influence*) adalah pengaruh dari teman, keluarga, teman kerja, atasan serta orang berpengalaman yang dikenal sebagai pengadopsi potensial. Sedangkan, pengaruh eksternal (*external influence*) adalah pengaruh dari pihak luar organisasi seperti dari laporan eksternal media massa, pendapat pakar dan informasi non personal lain yang dipertimbangkan oleh individual dalam melakukan perilakunya. Jadi dapat ditarik kesimpulan dari definisi di atas bahwa seorang individu memperoleh dukungan yang besar dari orang-orang sekitar seperti keluarga, sahabat atau teman, secara umum dalam menyikapi suatu sistem informasi maka seorang individu akan memiliki niat untuk menggunakannya. Sebaliknya, jika seorang individu tidak memperoleh dukungan yang besar dari teman, keluarga, sahabat serta rekan kerja dalam menyikapi suatu sistem informasi maka individu tersebut tidak akan memiliki niat untuk menggunakannya.

### 3. Kontrol Perilaku Persepsian (*Perceived Behavior Control*)

Didefinisikan sebagai persepsi dan konstruk-konstruk internal dan eksternal dari perilaku. Diketahui bahwa jika seorang individu mempunyai kontrol terhadap perilaku dan keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri dalam menyikapi suatu sistem informasi maka individu tersebut akan memiliki niat untuk menggunakannya. Sebaliknya, jika seorang individu tidak mempunyai kontrol terhadap perilaku dan keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri dalam menyikapi suatu sistem informasi maka seorang individu tersebut tidak akan memiliki niat menggunakannya.

### 4. Niat Perilaku (*Behavioral Intention*)

Dalam konteks sistem teknologi informasi, kontrol perilaku persepsian didefinisikan sebagai persepsi dan konstruk-konstruk internal dan eksternal sebagai kemudahan atau kesulitan untuk melakukan perilaku. Jika seseorang individu mempunyai kontrol terhadap perilaku dan keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri dalam menyikapi suatu sistem informasi maka individu akan memiliki niat untuk menggunakan. Sebaliknya, jika seorang individu tidak mempunyai kontrol maka individu tersebut tidak akan memiliki niat untuk menggunakannya.<sup>33</sup>

## B. Landasan Teori

### 1. *Mobile Banking*

Mobile Banking atau *m-banking* merupakan transaksi keuangan melalui perangkat mobile berupa ponsel atau *smartphone* yang berbasis *Global Sitem For Mobile*

---

<sup>33</sup> Laurensia Widyastuti, Suhaidar Suhaidar, and Anggraeni Yunita, "Analisis Penerimaan Teknologi Financial Aggregator Cekaja.Com Terhadap Behavior Intention Melalui Pendekatan Teori Perilaku Rencana (Theory Of Planned Behavior Atau TPB) (Studi Pada Masyarakat Kota Pangkalpinang)," *IJAB : Indonesian Journal of Accounting and Business* 1, no. 2 (2020): 131–52, <https://doi.org/10.33019/accounting.v1i2.10>.

*Communication (GSM)* yang dananya bersumber dari nasabah di bank. Pengertian lain dari *mobile banking* adalah suatu layanan yang diberikan pihak bank untuk memudahkan kegiatan perbankan.<sup>34</sup> Dapat diambil kesimpulan, bahwa m-banking adalah salah satu layanan untuk mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi berbentuk sebuah aplikasi di ponsel atau *smartphone*. Dengan adanya aplikasi m-banking transaksi dapat dilakukan dimana saja tanpa harus datang langsung ke bank. Cukup hanya menggunakan ponsel, seluruh kebutuhan nasabah sudah ada dilayanan *mobile banking*. Selain menghemat waktu dan biaya, bank juga ikut berperan membantu nasabah agar tidak ketinggalan zaman pada era modern ini dalam menggunakan media elektronik.

Layanan mobile banking dapat memudahkan pengguna mulai dari pengecekan saldo ATM, transfer sesama bank maupun berbeda bank, membayar tagihan listrik, internet, dan lain-lain. Penggunaanya tidak perlu mengantri di mesin ATM atau bank untuk melakukan transaksi. Dengan mobile banking, aktivitas nasabah dapat dilakukan dengan sangat mudah dan cepat. Hal inilah yang akhirnya membuat masyarakat tertarik sehingga sudah banyak yang memakai aplikasi mobile banking. Kepuasan nasabah menjadi faktor utama keberhasilan bank, sehingga bank akan terus meningkatkan layanan mobile banking menjadi lebih baik dan lebih menarik agar nasabah tetap nyaman memakai aplikasi mobile banking. Menurut Delone dan Mclean apabila nasabah mendapatkan kepuasan penggunaan yang lebih tinggi maka akan menghasilkan niat untuk menggunakan *mobile banking* secara maksimal.<sup>35</sup> Hampir semua bank di Indonesia telah menyediakan fasilitas mobile banking. Jika dilihat dari segi

---

<sup>34</sup> Ni Putu Rai Yuliantini and Kadek Desy Pramita, "Jurnal Komunikasi Hukum," *Jurnal Komunikasi Hukum* 8, no. 1 (2022): 469–80.

<sup>35</sup> Abdullah M. Baabdullah et al., "Consumer Use of Mobile Banking (M-Banking) in Saudi Arabia: Towards an Integrated Model," *International Journal of Information Management* 44 (2019): 38–52, <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.09.002>.

teknologi, mobile banking dibedakan menjadi empat tipe jasa layanan, yaitu:

- a. Dengan menggunakan IVR (Interactive Voice Response) atau Phone-banking, karena nasabah harus menelpon kemudian dipandu oleh pesan elektronik untuk memilih menu-menu transaksi lewat telepon.
- b. Menggunakan SMS (Short Message Service), layanan berbasis SMS dipadukan dengan SIMtolkit dan sim card masing-masing operator sehingga akses layanan dapat melalui menu, tidak perlu mengetik melalui SMS.
- c. Dengan menggunakan WAP (Wireless Access Protocol), layanan ini merupakan layanan *mobile banking* yang mereplika internet banking kedalam sebuah ponsel yang didukung oleh teknologi WAP. Layanan yang disediakan mirip dengan internet banking. Hanya saja, tampilannya lebih sederhana sehingga dapat ditampilkan dilayar ponsel.
- d. Dengan menggunakan aplikasi pihak ketiga, misalnya menggunakan aplikasi berbasis Java, yaitu aplikasi yang mampu menghubungkan handphone berteknologi Java dengan pihak bank melalui layanan data.<sup>36</sup>

Fitur-fitur yang terdapat dalam mobile banking diartikan sebagai layanan mesin ATM dalam versi simple dan praktis. Beberapa layanan fitur dimasing-masing bank memiliki kesamaan dan perbedaannya. Berikut beberapa contoh yang umumnya ada dilayanan mobile banking:

- 1) Layanan transfer antar bank ataupun beda bank.
- 2) Layanan pengecekan saldo.
- 3) Layanan pembayaran tagihan listrik, internet, air, dll.
- 4) Layanan pembayaran pajak.
- 5) Layanan pembelian atau top up atau dompet digital seperti Dana, OVO, Gopay, Shoppepay, Link Aja, dll.

---

<sup>36</sup> Annisa Fitri Iriani, "Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo," *Dinamis: Journal of Islamic Management and Bussiness* 2, no. 2 (2019).

- 6) Layanan penggantian pin ATM, Pencetakan bukti transaksi dan layanan lainnya.
- 7) Layanan pembayaran premi atau asuransi seperti BPJS.<sup>37</sup>

Menurut Gummesson dan Lovelock, kualitas layanan mobile banking terdiri atas:

- 1) Speed, yaitu kecepatan dan kemudahan nasabah dalam melakukan layanan mobile banking.
- 2) Security, yaitu jaminan kerahasiaan dalam setiap layanan mobile banking. Dalam segi keamanan, sistem pengamannya sudah cukup baik karena setiap melakukan transaksi pemilik mobile banking wajib memasukkan nomor PIN yang sudah diberikan. Selain itu, jaringan internet mobile banking lebih aman dari pada internet banking. Karena, jaringan mobile banking menggunakan sistem pengaman ganda atau berlapis.
- 3) Accuracy, yaitu ketepatan dan keakuratan dalam memperoleh informasi mengenai mobile banking menggunakan layanan GSM ataupun CDMA melalui smartphone.
- 4) Trust, yaitu kepercayaan nasabah terhadap bank. Yaitu melalui pendekatan diri terhadap pelanggan atau dikenal dengan *Customer Intimacy*.<sup>38</sup>

Keunggulan dan Kelemahan Mobile Banking Di setiap layanan pastinya terdapat keunggulan dan kelemahan dari produk yang dimiliki. Tidak terkecuali produk perbankan itu sendiri. Berikut keunggulan dan kelemahan dari layanan atau transaksi mobile banking, yaitu:

---

<sup>37</sup> Sadana Devica, "Pelatihan Internet Banking Dan Mobile Banking Bagi Guru Pemasaran Serta Pelaku Ukm Di Wilayah Surabaya," *PEDULI: Jurnal Ilmiah Pengabdian Pada Masyarakat* 5, no. 1 (2021): 13–22, <https://doi.org/10.37303/peduli.v5i1.168>.

<sup>38</sup> Agus Sarwo Edi and Suherniyatin Suherniyatin, "Pengaruh Kualitas Layanan, Peningkatan Intimacynasabah Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Nasabahmelalui Minat Menabung Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Wiyung Surabaya," *Worldview (Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Sosial Sains)* 1, no. 1 (2022): 63–80.

- 1) Keunggulan mobile banking
  - a) Layanan 24 jam

Dalam keadaan mendesak layanan ini tentu saja sangat dibutuhkan. Misalnya saat berbelanja, nasabah yang tidak punya cukup waktu untuk pergi ke pusat perbelanjaan dapat memesan via online yang pembayarannya hanya dengan aplikasi mobile banking.
  - b) Bisa menyimpan data transfer

Pada aplikasi mobile banking pada umumnya disediakan fitur untuk menyimpan nomor rekening tujuan, baik untuk transfer sesama maupun ke bank lain. Dengan adanya fitur ini pengguna tidak perlu mencatat ulang rekening yang dituju dan untuk transaksi berikut dapat dipilih dari daftar transaksi.
  - c) Mudah digunakan

Tampilan (interface) dari mobile banking didesain sederhana bertujuan untuk membantu nasabah agar lebih mudah menggunakannya.
  - d) Dapat mengetahui info produk terbaru bank

Dari fitur ini pengguna dapat mengetahui penawaran yang menarik dari bank, seperti promo, diskon, hingga produk terbaru bank.
  - e) Transaksi lebih aman

Mobile banking menerapkan dua sistem keamanan, yaitu password untuk masuk ke akun rekening mobile banking dan PIN bila pengguna ingin melakukan transaksi. Apabila PIN atau Password tidak sesuai maka secara otomatis mobile banking akan terblokir. Dan tidak hanya itu, pengguna biasanya akan mendapatkan SMS apabila terdapat aktivitas setoran, penarikan, transfer antar rekening. Dari sisi keamanan layanan ini sudah cukup aman.

Menurut Suryo, kelebihan mobile banking karena memakai sistem atau jaringan pengamanan ganda atau

berlapis, yaitu dari operator yang menyediakan jaringan seluler dan jaringan perbankan itu sendiri, sehingga nasabah tidak perlu mengkhawatirkan penggunaannya.<sup>39</sup>

2) Kelemahan mobile banking

Kelemahan yang terdapat pada mobile banking yaitu tidak bisa digunakan untuk tarik tunai karena mobile banking berupa aplikasi, biasanya membutuhkan smartphone yang canggih, nasabah juga dituntut untuk memiliki internet yang baik agar proses transaksi berjalan lancar, dan rawan risiko pencurian data saat handphone dicuri.

## 2. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif diartikan sebagai perilaku konsumen ketika sebuah produk belum habis digunakan, seseorang tersebut membeli dan menggunakan kembali barang dengan tipe yang sama, walaupun hanya merek yang berbeda.<sup>40</sup> Perilaku konsumtif merupakan tindakan yang dilakukan dengan menempatkan diri sebagai konsumen ketika barang tersebut dibeli, digunakan, atau dikonsumsi secara berlebihan, konsumen akan memiliki kecenderungan tidak berfikir secara rasional sehingga dapat terjadi pemborosan dan mengutamakan keinginan tanpa melihat manfaat dari barang atau jasa tersebut. Bahkan ada yang membeli sebuah barang hanya agar mendapatkan pengakuan dilingkungan sosialnya, mengikuti trend yang ada atau hanya sekedar memenuhi kepuasan diri. Perilaku konsumtif menurut Wardani diartikan sebagai kegiatan tanpa pola pikir yang realistis dimana para pelaku ketika membeli produk hanya

---

<sup>39</sup> Sartika Rahayu, Ahmad Kholil, and Azhar, "Jurnal Bilal," *Jurnal BILAL: Bisnis Ekonomi Halal* 2, no. 2 (2021): 151–58, <http://ojs.polmed.ac.id/index.php/Bilal/article/view/698/314>.

<sup>40</sup> L M I Wardani and R Anggadita, *Konsep Diri Dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja* (Penerbit NEM, 2021), <https://books.google.co.id/books?id=mFY1EAAAQBAJ>.

didasarkan pada keinginan.<sup>41</sup> Menurut Veblen golongan orang kaya tidak lagi mengkonsumsi barang untuk memenuhi kebutuhan hidup melainkan untuk menaikkan gengsi dalam bermasyarakat.<sup>42</sup>

Berdasarkan beberapa pendapat yang dikemukakan para ahli, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku yang mengakibatkan pemborosan, karena hanya mengutamakan keinginan untuk mencapai kesenangan tanpa mempertimbangkan kebutuhan dari barang yang dibeli. Tujuannya hanya untuk memenuhi hasrat emosional dan gengsi dilingkungan sosial.

a. Indikator perilaku konsumtif

Menurut Sumartono terdapat beberapa indikator yaitu sebagai berikut:

- 1) Membeli produk karena iming-iming hadiah contohnya promosi *buy one get one*.
- 2) Membeli karena tertarik dengan kemasannya. Konsumen remaja sangat mudah tergoda membeli produk dengan kemasan eye cactching karena produk dibungkus dengan rapi dan menarik.
- 3) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi. Dengan membeli produk yang dapat menarik perhatian dan meninggikan gengsi dapat menjadi kepuasan tersendiri bagi mereka khususnya remaja.
- 4) Membeli produk hanya sebagai simbol status. Semakin mahal barang yang dibeli, semakin meningkat pula status sosial seseorang dilingkungannya.
- 5) Memakai produk dengan cenderung mengikuti gaya tokoh yang diidolakan, misalnya saat tokoh tersebut

---

<sup>41</sup> Dewi Kusuma Wardani and Yuan Novita Indriyanti, "Pengaruh Kondisi Ekonomi Terhadap Penggunaan Shopeepay Melalui Perilaku Konsumtif Sebagai Variabel Intervening," *Journal of Innovation Research and Knowledge* 1, no. 10 (2022): 1285–92.

<sup>42</sup> Eva Suminar and Tatik Meiyuntari, "Konsep Diri, Konformitas Dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja," *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia* 4, no. 02 (2016), <https://doi.org/10.30996/persona.v4i02.556>.

mengiklankan model barang maka mereka akan tertarik untuk membeli.

- 6) Mencoba lebih dari dua produk yang berbeda untuk membandingkan hasilnya.

b. Penyebab perilaku konsumtif

Terdapat dua faktor yang menjadi penyebab perilaku konsumtif, diantaranya:

1) Faktor internal

*Motivasi* merupakan pendorong perilaku, tidak terkecuali dalam melakukan pembelian atau jasa yang digunakan yang tersedia di pasaran.

*Harga diri* seseorang berpengaruh terhadap perilaku membeli, orang-orang yang harga dirinya rendah akan cenderung lebih mudah dipengaruhi dari pada orang-orang yang harga dirinya tinggi.

*Pengamatan*, menurut Howard dan Weth pembelian merupakan suatu rangkaian proses belajar melakukan pengamatan. Untuk menentukan, apakah dimasa yang akan datang seseorang akan membeli kembali jika pengalaman yang didapatnya kurang menyenangkan.

2) Faktor eksternal

Kebudayaan yang tercermin dalam cara hidup, kebiasaan serta tindakan dalam permintaan bermacam-macam barang dan,

Kelas Sosial adalah kelompok yang terdiri atas sejumlah orang yang memiliki kedudukan yang seimbang dalam masyarakat, memegang nilai-nilai, mempunyai minat dan memiliki perilaku yang serupa. Kelas sosial terbagi menjadi kelas sosial atas, menengah dan bawah. Interaksi dalam kelompok sosial inilah yang akan berpengaruh pada pendapat dan selera, sehingga akan memengaruhi pemilihan barang. Kelas sosial memiliki pengaruh yang kuat bagi seseorang untuk pengambilan keputusan.<sup>43</sup>

---

<sup>43</sup> Ahmad Rosyid Nur Ismail et al., "Investasi Digital Sebagai Solusi Mengurangi Perilaku Konsumtif Milenial Masa Pandemi Covid-19," *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 4, no. 2 (2021): 125, <https://doi.org/10.25273/capital.v4i2.8742>.

c. Ciri-ciri perilaku konsumtif

Ciri perilaku konsumtif pada umumnya memiliki sifat yang boros karena lebih mengutamakan keinginan dibanding kebutuhan dan mengutamakan gengsi dibandingkan manfaat produk yang dibeli. Berikut beberapa ciri perilaku konsumtif yaitu: Membeli produk selain hanya ingin menjaga kualitas diri sendiri juga untuk menarik perhatian orang lain, rasa ingin mengikuti trend dan memiliki penilaian tersendiri bahwa dengan memiliki produk yang mahal dapat menumbuhkan rasa percaya diri.<sup>44</sup>

d. Dampak perilaku konsumtif

Dampak positif perilaku konsumtif Pada era modern sekarang ini kebutuhan manusia semakin banyak dan canggih. Dengan menggunakan teknologi dapat mempermudah masyarakat mengerjakan kegiatan sehari-hari. Selain itu, dengan pola hidup konsumtif juga dapat mengurangi adanya pengangguran.

Sedangkan dampak negatif yang ditimbulkan dari perilaku konsumtif yaitu dapat membuat masyarakat memiliki sifat individualisme. Pada dasarnya, manusia adalah makhluk sosial yang saling membutuhkan.

e. Cara menghindari perilaku konsumtif

Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk merubah perilaku konsumtif diantaranya:

1) Menabung

Dengan menabung, akan memaksakan individu menyimpan uangnya untuk kebutuhan mendesak lainnya dibanding untuk kepuasan sesaat.

2) Menghindari penggunaan kartu kredit

Kemudahan penggunaan kartu kredit membuat individu sering melakukan transaksi sehingga

---

<sup>44</sup> C Sushanty et al., "Hubungan Antara Kecenderungan Konformitas Dan Kecenderungan Hedonisme Pada Mahasiswa Yang Melakukan Belanja Online," *Seminar Nasional* ..., no. Senapih (2022): 18–28, <http://conference.um.ac.id/index.php/psi/article/view/3148>.

menjadikan individu tersebut memiliki perilaku konsumtif.

3) Mulai berinvestasi

Terdapat banyak platform yang bisa seseorang gunakan untuk melakukan investasi dari mulai modal yang kecil sampai modal besar. Untuk pemula dapat memulai melalui reksadana karena reksadana memiliki risikokegagalan yang kecil.

4) Menyusun anggaran belanja

Hal ini bertujuan untuk membuat keuangan tertata dengan baik, agar meminimalisir terjadinya pengeluaran yang berlebihan.

f. Perilaku Konsumtif Menurut Pandangan Islam

Perbedaan mendasar antara sistem ekonomi islam dan konvensional yaitu mengenai masalah kebutuhan dan keinginan. Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya, selama pemenuhan tersebut terpenuhi martabat manusia dapat meningkat dan manusia diperintahkan untuk mengkonsumsi barang dan jasa yang halal dan baik secara wajar dan tidak berlebihan.<sup>45</sup>

Pemenuhan kebutuhan ataupun keinginan diperbolehkan selama hal itu mampu menambah masalah dan tidak mendatangkan kemudharatan. Konsumsi berlebihan merupakan ciri khas masyarakat yang tidak mengenal Tuhan, dikutuk dalam Islam dan disebut dengan Israf (Pemborosan) atau *Tadzir* (Menghambur-hamburkan harta tanpa guna).<sup>46</sup>

Islam mewajibkan kepada pemilik harta agar menafkahkan sebagian hartanya untuk diri sendiri, keluarga dan Fi Sabilillah. Islam mengharamkan sifat

---

45 Nurul Fadhillah and Siti Aisyah, "Analisis Perilaku Konsumtif Generasi Z Pengguna Fitur" 6 (2024): 1–13, <https://doi.org/10.37146/ajie>.

46 Angel Villania Putri, Nola Jaya Sasi Kirana, and Peny Cahaya Azwari, "Pengaruh Efektivitas Pengetahuan, Gaya Hidup, Dan Kemudahan Penggunaan Mobile Banking Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Uin Raden Fatah Palembang," *ADL ISLAMIC ECONOMIC : Jurnal Kajian Ekonomi Islam* 4, no. 1 (2023): 19–32, <https://doi.org/10.56644/adl.v4i1.54>.

kikir, boros dan menghamburkan harta. Inilah bentuk keseimbangan yang tertuang dalam Al-Quran (Q.S. Al Isra Ayat 26-27) :

وَاتِذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ  
وَلَا تُبْذِرْ تَبْذِيرًا ۝٣٦

Artinya: Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.

إِنَّ الْمُبْذِرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ  
الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ۝٣٧

Artinya: sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.

Islam melalui Al-Quran dan As-Sunnah, telah memberikan panduan yang jelas terkait perilaku konsumsi. Jika perilaku konsumtif dilakukan sesuai dengan ajaran tersebut, kehidupan manusia dapat mencapai tingkat kesejahteraan dan keberkahan yang optimal. Perilaku konsumtif yang diartikan membelanjakan harta secara berlebihan dan tidak hemat, dinilai sebagai perbuatan buruk dalam persepektif ekonomi islam. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat wilayah Kotabumi khususnya Nasabah Bank untuk

mengintrospeksi dan mengubah perilaku konsumtif mereka agar sesuai dengan nilai-nilai Islam yang menganjurkan kebijakan pengelolaan harta yang bijak dan sederhana.

### 3. Bank Syariah

Menurut Undang-undang No. 21 Tahun 2008, bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Secara umum bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi dan disesuaikan dengan prinsip syariah. Tujuan utama pendirian lembaga keuangan berlandaskan etika ini adalah sebagai upaya kaum muslimin dalam mendasari setiap kegiatan ekonominya, dengan berlandaskan pada *Al-Quran* dan *Sunnah*.<sup>47</sup> Bank syariah tidak menggunakan bunga sebagai alat untuk memperoleh pendapatan maupun membebankan bunga atas penggunaan dana dan pinjaman, sebagai gantinya diterapkan pola dengan bagi hasil. Pola ini memungkinkan nasabah untuk mengawasi langsung kinerja bank syariah melalui monitoring atas jumlah bagi hasil yang diperoleh. Jika jumlah keuntungan bank semakin tinggi maka semakin tinggi pula bagi hasil yang diterima nasabah, demikian pula sebaliknya. Jumlah bagi hasil yang rendah dalam waktu cukup lama menjadi indikator bahwa pengelolaan bank merosot dan yang didapat juga akan sedikit. Keadaan ini merupakan peringatan dini yang transparan dan mudah bagi nasabah.

Bank syariah di Indonesia dalam rentang waktu yang relative singkat, telah memperlihatkan kemajuan yang cukup berarti dan semakin memperlihatkan eksistensinya dalam sistem perekonomian nasional. Bank syariah juga memiliki fungsi sebagai lembaga intermediasi (*Intermediary Institution*). Sistem syariah ini menawarkan keadilan, transparansi, akuntabilitas dan saling percaya diantara para pelaku

---

<sup>47</sup> Alif Ulfa, "Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah Di Indonesia," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 2 (2021): 1101-6, <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2680>.

ekonomi. Sistem ekonomi dunia saat ini didominasi oleh pemilik modal, dan para kapitalis yang memiliki pengaruh luar biasa dalam pergerakan roda ekonomi, yang pada akhirnya banyak menimbulkan permasalahan dan korban dari dominasi tersebut, sehingga keberadaan bank syariah ini diharapkan mampu memberikan solusi atas keadaan tersebut.<sup>48</sup>

Pada dasarnya, produk yang ditawarkan oleh bank syariah meliputi penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan, penghimpunan dana dalam bentuk simpanan yang disebut dana pihak ketiga dan jasa. Besar kecilnya penyaluran dana yang diberikan bank syariah sangat dipengaruhi oleh besar kecilnya dana pihak ketiga. Pertumbuhan dana pihak ketiga menjadi sangat penting untuk tetap terjaga kestabilannya, yaitu untuk kepentingan pembiayaan yang akan diberikan bank kepada calon nasabah untuk mengembangkan ekonomi masyarakat disektor riil.<sup>49</sup>

#### 4. Bank Konvensional

Bank konvensional adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional terdiri atas Bank Umum Konvensional dan Bank Perkreditan Rakyat, yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Pada bank konvensional nasabah tidak dapat menilai kinerja hanya dari indikator bunga yang diperoleh. Sistem bunga (interest) digunakan dengan tujuan untuk mengoptimalkan pemenuhan kepentingan pribadi sehingga kurang mempertimbangkan dampak sosial yang ditimbulkannya. Bank konvensional sebagai lembaga intermediasi memiliki tugas menghimpun dana dari nasabah untuk keberlangsungan

---

<sup>48</sup> Abdi Satria Hasibuan and Mustapa Khamal Rokan, "Analisis Strategi Bank Dalam Menangani Restrukturisasi Pembiayaan PT Bank Syariah Indonesia KCP Medan Pulo Brayon," *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 4, no. 1 (2023): 158–66.

<sup>49</sup> Zaharman Zaharman, Arini Arini, and Serly Novianti, "Analisis Perkembangan Aset, Pembiayaan, Dan Dana Pihak Ketiga Perbankan Syariah Di Indonesia Dimasa Pandemi Covid-19," *Jurnal Akuntansi Kompetif* 5, no. 2 (2022): 174–79.

kegiatan keuangannya. Bank dikatakan sehat apabila bank mampu bertahan dan mampu bersaing dengan bank-bank lain contohnya seperti persaingan dengan bank syariah. Efisiensi menjadi hambatan bagi perbankan baik konvensional maupun bank syariah dalam bersaing, apabila suatu bank menjadi efisien dalam kinerjanya, maka bank tersebut akan selalu stabil dalam menjalankan operasional dan pengambilan jangka panjang terhadap nasabah.<sup>50</sup> Menurut Sigit Triandaru dan Totok Budi Santoso, bank memiliki fungsi utama sebagai:

- a. Agent of trust, kepercayaan adalah dasar utama dalam kegiatan perbankan baik dalam menghimpun ataupun menyalurkan dana.
- b. Agent of development, kelancaran kegiatan penyaluran dana berupa investasi, distribusi dan konsumsi adalah kegiatan pembangunan perekonomian suatu masyarakat yang sangat diperlukan demi lancarnya kegiatan disektor riil perekonomian.
- c. Agent of service, merupakan jasa berupa jasa penitipan barang-barang berharga, pemberian jaminan bank, penitipan uang, dan penyelesaian tagihan.<sup>51</sup>

Bagi perbankan berdasarkan prinsip konvensional, keuntungan utama diperoleh dari selisih bunga simpanan yang diberikan kepada penyimpan dengan bunga pinjaman atau kredit yang disalurkan. Keuntungan dengan selisih bunga ini dikenal dengan istilah *Spread Based*. Jika suatu bank mengalami suatu kerugian dari selisih bunga, dimana suku bunga simpanan lebih besar dari suku bunga kredit, istilah ini dikenal dengan nama *Negative Spread*.

### C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah alur pemikiran yang dirancang penulis berdasarkan kegiatan penelitian yang dilakukan. Kerangka

---

<sup>50</sup> Ningsih Supiah, *Dampak Dana Pihak Ketiga Bank Konvensional & Bank Syariah Serta Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia*, ed. Aji R Abdullatif (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021).

<sup>51</sup> Alexandria Berutu, Anik Sri Widawati, and Sri Mulyatun, "Analisis Rasio Kesehatan Bank Umum Konvensional Di Indonesia Periode 2016-2020" (Universitas AMIKOM Yogyakarta, 2021).

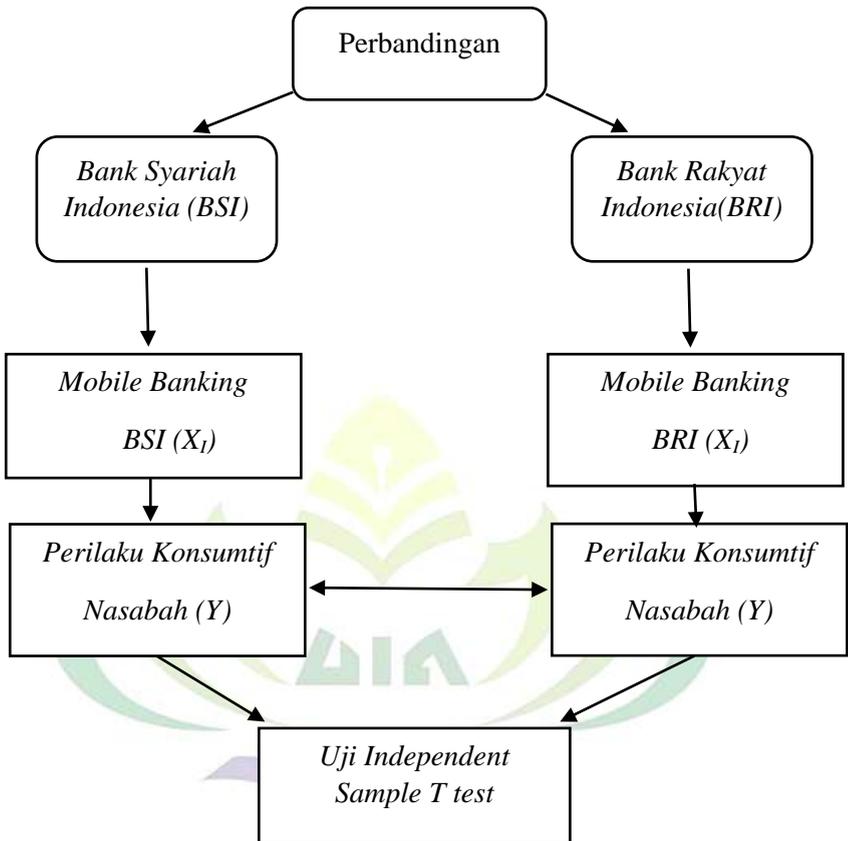
berpikir merupakan suatu konsep antar variabel bebas dan terikat yang berhubungan untuk memberikan jawaban sementara. Kerangka berpikir dikatakan baik apabila peneliti menjelaskan secara teoritis hubungan antar variabel yang diteliti. Jika pada penelitian tersebut terdapat variabel mederator maka harus dijelaskan juga mengapa variabel tersebut dilibatkan. Oleh sebab itu, setiap penyusunan harus berdasarkan kerangka berpikir.

Budaya konsumtif merupakan salah satu budaya turun temurun dan secara tidak sadar telah bertahan di Indonesia. Meskipun tidak semua masyarakat berperilaku konsumtif, tetapi mayoritas dari masyarakat berperilaku demikian terutama pada masyarakat yang hidup dipertanian salah satunya remaja ataupun mahasiswa. BRI KCP Kotabumi termasuk salah satu Bank yang juga memiliki nasabah dari kalangan mahasiswa. Alasan para remaja ataupun mahasiswa menjadi nasabah BRI yaitu karena kemudahan pemakaian *Mobile Banking Brimo* untuk transaksi yang mereka lakukan. Layanan yg dipakai biasanya untuk transfer, pembelian tiket *KAI* dan pembayaran untuk belanja online. Sedangkan yang menjadi dasar Mahasiswa ataupun kalangan remaja menjadi nasabah di BSI KCP Kotabumi sendiri yaitu pembayaran Uang Kuliah Tunggal (UKT) yang dilakukan di BSI KCP Kotabumi. Sehingga *Mobile Banking* menjadi solusi untuk memudahkan pembayaran dan hal inilah yang menjadi awal pengenalan para remaja memakai *BSI Mobile* tidak hanya untuk pembayaran UKT saja tetapi bisa juga untuk berbelanja dan digunakan sampai saat ini. Generasi saat ini sangat mudah terpengaruh oleh pola konsumsi berlebihan. Ciri remaja atau Millennial yang utama adalah Konsumer. Hal ini berhubungan dengan nilai gaya hidup, sikap terhadap media sosial dan pendidikan Millennial yang kemudian mempengaruhi keputusan pembelian juga perilaku konsumen remaja. Selalu tampil mengikuti trend dan eksis baik didunia nyata maupun media sosial.<sup>52</sup>

---

<sup>52</sup> Mujahidin, "Pengaruh Fintech E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial," 2020.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti menggambarkan kerangka berpikir sebagai berikut:



Gambar 2.2 Kerangka Berpikir

#### D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang mana rumusan masalah penelitian, telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Maka dari itu, hipotesis pada penelitian ini adalah:

## 1. Pengaruh penggunaan *mobile banking* BSI terhadap perilaku konsumtif nasabah

*Mobile banking* BSI merupakan faktor utama yang mempengaruhi nasabah untuk menggunakannya, karena kemudahan layanan yang ditawarkan. Sehingga memudahkan mereka dalam proses transaksi perbankan misalnya untuk layanan transfer dan pengecekan saldo tanpa harus datang langsung ke bank. Berawal dari kemudahan, efisiensi waktu, kemampuan melakukan transaksi, dan *fleksibel* untuk digunakan secara online, sehingga akan menimbulkan pengaruh penggunaan *m-banking* terhadap perilaku konsumtif yaitu akan meningkatkan perilaku positif atau mengurangi perilaku negatif nasabahnya.<sup>53</sup> Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yopi Nisa Febianti, Umaroh dan Rusdiyana menunjukkan bahwa Penggunaan *mobile banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif nasabah dari kalangan mahasiswa yang mengakui bahwa para responden lebih sering menghabiskan uang saku pemberian orang tua untuk memenuhi keinginannya memiliki barang terbaru yang sedang *up-todate*. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$H_1$  = Penggunaan *Mobile Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif nasabah BSI

## 2. Pengaruh penggunaan *mobile banking* BRI terhadap perilaku konsumtif nasabah

*Mobile banking* BRI menjadi solusi untuk setiap kemudahan dilihat dari kelancaran kegiatan penyaluran dana yang dilakukan. Nasabah dapat memakai *mobile banking*nya untuk melakukan transaksi pembayaran

---

<sup>53</sup> Mahasiswa Fkip and U G J Cirebon, "Pengaruh Kepemilikan Aplikasi Mobile Banking Dan Kondisi Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa Fkip Ugi Cirebon" 11, no. 1 (2023): 82–90, <https://doi.org/10.33603/ejpe.v10i1.24>.

belanja dengan sangat mudah. Nasabah bank konvensional yang merasa puas dengan penggunaan *M-Banking*, akan selalu menggunakannya dalam setiap transaksi keuangan. Kemudahan akses layanan dengan fitur yang sederhana dan dapat diselesaikan tanpa mengalami kendala dapat meningkatkan kepuasan nasabah.<sup>54</sup> Hal ini yang menjadi awal munculnya perilaku konsumtif dikalangan nasabah pengguna *mobile banking* BRI. Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Novita Oktavianti Parera dan Evi Susanti menyimpulkan bahwa Penggunaan *M-Banking* berpengaruh Positif dan signifikan terhadap nasabah Bank Konvensional. Hal ini diperkuat dari adanya bukti empiris bahwa kemudahan penggunaan *M-Banking* mampu menciptakan kepuasan dan loyalitas nasabah pada suatu bank. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**H<sub>2</sub>** = Penggunaan *Mobile Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif nasabah BRI

### 3. Pengaruh penggunaan *mobile banking* BRI dan BSI terhadap perilaku konsumtif nasabah di kedua bank

Berdasarkan kedua hipotesis yang diajukan diatas, pengaruh antara *mobile banking* dengan perilaku konsumtif nasabah BSI dan BRI dapat dilihat dari sisi positif penggunaan *mobile banking*, yang menawarkan kemudahan bagi para penggunanya. Nasabah bank syariah maupun nasabah bank konvensional yang membutuhkan layanan yang cepat, praktis dan mudah akan selalu menggunakan *mobile banking* dalam setiap transaksinya. Kualitas layanan yang ditawarkan meliputi: *speed* yaitu kecepatan dan kemudahan, *security* yaitu kerahasiaan, *accuracy* yaitu ketepatan dan keakuratan,

---

<sup>54</sup> Evi Susanti and Novita Oktavianti Parera, "Loyalitas Nasabah Dari Kemudahan Penggunaan Mobile Banking," *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business* 2, no. 1 (2021): 39–48, <https://doi.org/10.52238/ideb.v2i1.37>.

dan *trust* yaitu kepercayaan nasabah terhadap bank.<sup>55</sup> Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Melina Agustina Rahayu, Mustika Widowati dan Jati Handayani menyimpulkan bahwa perilaku konsumtif berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung terhadap nasabah bank. Hal ini diperkuat karena adanya bukti empiris menabung mampu menciptakan kepuasan sehingga memunculkan perilaku konsumtif nasabah disuatu bank.<sup>56</sup> Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**H<sub>3</sub>** = Apakah terdapat perbedaan perilaku konsumtif nasabah pengguna *Mobile Banking* BSI dan *Mobile Banking* BRI



---

<sup>55</sup> Muhammad Zulvan Jamal Ramadhan and Vemy Suci Asih, “Studi Komparatif: Kualitas Layanan Mobile Banking BRI Syariah Dan Bank Syariah Indonesia,” *Indonesian Journal of Economics and Management* 1, no. 3 (2021): 578–83, <https://doi.org/10.35313/ijem.v1i3.3492>.

<sup>56</sup> Melina Agustina Rahayu, Mustika Widowati, and Jati Handayani, “Analisis Pengaruh Perilaku Konsumtif, Motivasi, Kelompok Referensi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung,” *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 2, no. 2 (2021): 143, <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i2.3201>.

## DAFTAR RUJUKAN

### Buku

- Aksara, P T B. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara, 2021. <https://books.google.co.id/books?id=wY8fEAAAQBAJ>.
- Cokro Edi Prawiro. *Studi Komparasi Metode Entropy Dan Metode ROC Sebagai Penentu Bobot Kriteria SPK*. Edited by Rolly Maulana Awangga. 199hlm ed. Bandung: CV. Kreatif Industri Nusantara, 2020.
- Dewi, Febriani, Destrity, Tamitiadini, Illahi, Syauki, Avicenna, Avina, and Prasetyo. *Teori Perilaku Konsumen*. Edited by Hening Ciptaningrum. 202hlm ed. Malang: Universitas Brawijaya Press, 2022.
- Dr. Sigit Hermawan, S.E.M.S., and S.E.M.M. Amirullah. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. Media Nusa Creative (MNC Publishing), 2021. <https://books.google.co.id/books?id=tHNMEAAAQBAJ>.
- Duli, N. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Deepublish, 2019. <https://books.google.co.id/books?id=A6fRDwAAQBAJ>.
- Febriani, N, and W W A Dewi. *Perilaku Konsumen Di Era Digital: Beserta Studi Kasus*. Universitas Brawijaya Press, 2019. <https://books.google.co.id/books?id=YXXRDwAAQBAJ>.
- Gmbh, Springer-verlag Berlin Heidelberg. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952*. 334hlm ed. Bandung: Alfabeta, CV., 2016.
- Hartanto, R A. *Hukum Perbankan Dan Surat Berharga*. Edited by Dwi Novidiantoko. 125hlm ed. Yogyakarta: Deepublish (CV Budi Utama), 2019.
- I Ketut Swarjana, S.K.M.M.P.H.D.P.H. *Populasi-Sampel, Teknik Sampling & Bias Dalam Penelitian*. Penerbit Andi, 2022. <https://books.google.co.id/books?id=87J3EAAAQBAJ>.

- Ismail, Drs. *Manajemen Perbankan: Dari Teori Menuju Aplikasi*. Edited by Suwito. 118hlm ed. Jakarta: Prenada Media Group, 2018.
- Prawiro, Cokro Edi. *Studi Komparasi Metode Entropy Dan Metode ROC Sebagai Penentu Bobot Kriteria SPK*. Edited by Rolly Maulana Awangga. 199hlm ed. Bandung: CV. Kreatif Industri Nusantara, 2020.
- Salim, Haidir. *Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan, Dan Jenis*. Edited by Ihsan Satrya. M.A. Azhar. 1st ed. Jakarta: Kencana, 2019.
- Suliyanto, Dr. “*Ekonometrika Terapan: Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS*.” Penerbit Andi: Yogyakarta, 2011.
- Sunyoto, Drs. Danang. *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Edited by Tri Admojo. 290hlm ed. Yogyakarta: Media Pressindo, 2012.
- Surajiyo, Nasruddin, and Herman Paleni. *Penelitian Sumber Daya Manusia, Pengertian, Teori Dan Aplikasi (Menggunakan Ibm Spss 22 For Windows)*. Edited by Gofur Dyah Ayu. 117hlm ed. Yogyakarta: Deepublish CV Budi Utama, 2020.

## Jurnal

- Ahmad Habibi, A H B. “*Laporan Penelitian 2016 A. Habibi*.” LP2M UIN Raden Intan Lampung, 2016.
- Alwahidin, and Jodi Wahyu Prayoga Muin. “Subjective Norms Are Not Important for Millennials in Determining Their Interest in Technology: TAM and TPB Models Examines.” *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia XII*, no. 2 (2022): 162–81. <http://dx.doi.org/10.21927/jesi.2022.12>.
- Andriyati, Susila, Nurul Hidayah, and Vina Rismayani. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Transaksi Dan Fitur Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan Bsi Mobile Banking.” *Al-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah* 4, no. 2 (2022): 139–59.
- Arief, Yoyok Suyoto, and Muhammad Yusuf Alfarizy. “Pengaruh

- Kualitas Pelayanan Syariah Terhadap Kepuasan Konsumen.” *Journal of Islamic Economics and Philanthropy* 2, no. 03 (2019): 403. <https://doi.org/10.21111/jiepv2i03.3779>.
- Baabdullah, Abdullah M., Ali Abdallah Alalwan, Nripendra P. Rana, Hatice Kizgin, and Pushp Patil. “Consumer Use of Mobile Banking (M-Banking) in Saudi Arabia: Towards an Integrated Model.” *International Journal of Information Management* 44 (2019): 38–52. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.09.002>.
- Berutu, Alexandria, Anik Sri Widawati, and Sri Mulyatun. “Analisis Rasio Kesehatan Bank Umum Konvensional Di Indonesia Periode 2016-2020.” Universitas AMIKOM Yogyakarta, 2021.
- Devica, Sadana. “Pelatihan Internet Banking Dan Mobile Banking Bagi Guru Pemasaran Serta Pelaku Ukm Di Wilayah Surabaya.” *PEDULI: Jurnal Ilmiah Pengabdian Pada Masyarakat* 5, no. 1 (2021): 13–22. <https://doi.org/10.37303/peduli.v5i1.168>.
- Dewi, Luh Gede Kusuma, Nyoman Trisna Herawati, and I Made Pradana Adiputra. “Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri.” *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)* 5, no. 1 (2021): 1–19.
- Dezianti, Dara Ayu Nova, and Fina Hidayati. “Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial.” *Journal of Psychological Science and Profession* 5, no. 2 (2021): 151–58.
- Edi, Agus Sarwo, and Suherniyatin Suherniyatin. “Pengaruh Kualitas Layanan, Peningkatan Intimacynasabah Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Nasabahmelalui Minat Menabung Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Wiyung Surabaya.” *Worldview (Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Sosial Sains)* 1, no. 1 (2022): 63–80.
- Fitria, Annisa, and Aang Munawar. “Pengaruh Penggunaan Internet Banking, Mobile Banking Dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI.” *Jurnal Informatika Kesatuan* 1, no. 1 (2021): 43–52. <https://doi.org/10.37641/jikes.v1i1.406>.

- Fkip, Mahasiswa, and U G J Cirebon. “Pengaruh Kepemilikan Aplikasi Mobile Banking Dan Kondisi Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa Fkip Ugj Cirebon” 11, no. 1 (2023): 82–90. <https://doi.org/10.33603/ejpe.v10i1.24>.
- Ghozali, Imam. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23,” 2016.
- Hasibuan, Abdi Satria, and Mustapa Khamal Rokan. “Analisis Strategi Bank Dalam Menangani Restrukturisasi Pembiayaan PT Bank Syariah Indonesia KCP Medan Pulo Brayan.” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 4, no. 1 (2023): 158–66.
- Hie, Bayu Prawira. *Panduan Transformasi Digital Bank Di Indonesia*. Edited by Ricky Satria. Jakarta: Media Nusa Creative, 2021.
- Insana, Dwi Rorin Mauludin, and Ria Susanti Johan. “Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI.” *JABE (Journal of Applied Business and Economic)* 7, no. 2 (2021): 209–24.
- Iriani, Annisa Fitri. “Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.” *Dinamis: Journal of Islamic Management and Bussiness* 2, no. 2 (2019).
- Jurnal, Jimea, and Ilmiah Mea. “Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Perilaku Konsumen Berbelanja : Studi Putra Baru (PB) Swalayan Kota Metro” 7, no. 1 (2023): 860–68.
- Khaira, Nadiatul, Hanifah Muslimah Az-zahra, and Alfi Nur Rusydi. “Analisis Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Mobile Banking Dengan Metode UX Curve ( Studi Kasus : BRI Mobile Banking ).” *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer* 4, no. 3 (2020): 1003–12. <http://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/7119%0A>.
- Kurnia Ahmad, Intan, and Haryati Karim. “The Acceptance of Youtube As a Source of Islamic Religious Information Among the Community in Kampung Ulu Putatan, Sabah: The

Application of the Technology Aceptance Model (Tam) and Credibility Theory.” *Journal of Borneo Social Transformation Studies (JOBSTS)* 6, no. 1 (2020): 174–88.

Lestarina, Eni, Hasnah Karimah, Nia Febrianti, Ranny Ranny, and Desi Herlina. “Perilaku Konsumtif Di Kalangan Remaja.” *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)* 2, no. 2 (2017): 1–6. <https://doi.org/10.29210/3003210000>.

Marginingsih, Ratnawaty. “Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI (Studi Pada Pengguna BRI Mobile Di Kota Depok).” *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 7, no. 1 (2020): 24–31. <https://doi.org/10.31294/moneter.v7i1.7475>.

———. “Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI (Studi Pada Pengguna BRI Mobile Di Kota Depok),” 2020.

Mujahidin, Ali. “Pengaruh Fintech E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial.” *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis* 8, no. 2 (2020): 143–50.

———. “Pengaruh Fintech E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial.” *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis* 8, no. 2 (2020): 143. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i2.1513>.

Ningsih Supiah. *Dampak Dana Pihak Ketiga Bank Konvensional & Bank Syariah Serta Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia*. Edited by Aji R Abdullatif. Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021.

Nora Anisa Br. Sinulingga, S.E.M.M., M K Dr. Hengki Tamando Sihotang, and D Sihotang. *Perilaku Konsumen: Strategi Dan Teori*. IOCS Publisher, 2023. <https://books.google.co.id/books?id=g646EAAAQBAJ>.

Nur Ismail, Ahmad Rosyid, Kurnia Noviantati, Syahril Syahril, and Achmad Rizalul Fikri. “Investasi Digital Sebagai Solusi Mengurangi Perilaku Konsumtif Milenial Masa Pandemi Covid-19.” *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 4, no. 2 (2021): 125. <https://doi.org/10.25273/capital.v4i2.8742>.

- Rahayu, Melina Agustina, Mustika Widowati, and Jati Handayani. "Analisis Pengaruh Perilaku Konsumtif, Motivasi, Kelompok Referensi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung." *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 2, no. 2 (2021): 143. <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i2.3201>.
- Rahayu, Sartika, Ahmad Kholil, and Azhar. "Jurnal Bilal." *Jurnal BILAL: Bisnis Ekonomi Halal* 2, no. 2 (2021): 151–58. <http://ojs.polmed.ac.id/index.php/Bilal/article/view/698/314>.
- Ramadhan, Muhammad Zulvan Jamalu, and Vemy Suci Asih. "Studi Komparatif: Kualitas Layanan Mobile Banking BRI Syariah Dan Bank Syariah Indonesia." *Indonesian Journal of Economics and Management* 1, no. 3 (2021): 578–83.
- . "Studi Komparatif: Kualitas Layanan Mobile Banking BRI Syariah Dan Bank Syariah Indonesia." *Indonesian Journal of Economics and Management* 1, no. 3 (2021): 578–83. <https://doi.org/10.35313/ijem.v1i3.3492>.
- Suhari, Yohanes. "Keputusan Membeli Secara Online Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya." *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK* XIII, no. 2 (2008): 140–46. [http://download.portalgaruda.org/article.php?article=7425&val=544&title=Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya](http://download.portalgaruda.org/article.php?article=7425&val=544&title=Keputusan%20Membeli%20Secara%20Online%20dan%20Faktor-Faktor%20yang%20Mempengaruhinya).
- Suminar, Eva, and Tatik Meiyuntari. "Konsep Diri, Konformitas Dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja." *Persona:Jurnal Psikologi Indonesia* 4, no. 02 (2016). <https://doi.org/10.30996/persona.v4i02.556>.
- Susanti, Evi, and Novita Oktavianti Parera. "Loyalitas Nasabah Dari Kemudahan Penggunaan Mobile Banking." *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business* 2, no. 1 (2021): 39–48. <https://doi.org/10.52238/ideb.v2i1.37>.
- Sushanty, C, H Pricillia, P B Clarasandi, and ... "Hubungan Antara Kecenderungan Konformitas Dan Kecenderungan Hedonisme Pada Mahasiswa Yang Melakukan Belanja Online." *Seminar Nasional* ..., no. Senapih (2022): 18–28.

<http://conference.um.ac.id/index.php/psi/article/view/3148>.

- Suyatno, T, and Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas. *Kelembagaan Perbankan*. Edited by Sofnir Ali. 219hlm ed. Jakarta: Kerja sama Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas, Gramedia, 1988.
- Syifa, Lailatu. “Pengaruh Kemudahan Penggunaan Mobile Banking Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.” *UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 2019, 5–7.
- Ulfa, Alif. “Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah Di Indonesia.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 2 (2021): 1101–6. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2680>.
- Wardani, Dewi Kusuma, and Yuan Novita Indriyanti. “Pengaruh Kondisi Ekonomi Terhadap Penggunaan ShopeePay Melalui Perilaku Konsumtif Sebagai Variabel Intervening.” *Journal of Innovation Research and Knowledge* 1, no. 10 (2022): 1285–92.
- Wardani, L M I, and R Anggadita. *Konsep Diri Dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja*. Penerbit NEM, 2021. <https://books.google.co.id/books?id=mFY1EAAAQBAJ>.
- Widyastuti, Laurensia, Suhaidar Suhaidar, and Anggraeni Yunita. “Analisis Penerimaan Teknologi Financial Aggregator Cekaja.Com Terhadap Behavior Intention Melalui Pendekatan Teori Perilaku Rencanaan (Theory Of Planned Behavior Atau TPB) (Studi Pada Masyarakat Kota Pangkalpinang).” *IJAB : Indonesian Journal of Accounting and Business* 1, no. 2 (2020): 131–52. <https://doi.org/10.33019/accounting.v1i2.10>.
- Yuliantini, Ni Putu Rai, and Kadek Desy Pramita. “Jurnal Komunikasi Hukum.” *Jurnal Komunikasi Hukum* 8, no. 1 (2022): 469–80.
- Zaharman, Zaharman, Arini Arini, and Serly Novianti. “Analisis Perkembangan Aset, Pembiayaan, Dan Dana Pihak Ketiga Perbankan Syariah Di Indonesia Dimasa Pandemi Covid-19.” *Jurnal Akuntansi Kompetif* 5, no. 2 (2022): 174–79.



**PENGARUH PENGGUNAAN *MOBILE BANKING*  
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF NASABAH**  
(Studi Komparasi pada BSI KCP Kotabumi dan  
BRI KCP Kotabumi)

**Lampiran I BIODATA DIRI Bagian I Identitas Diri**

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.  
Sebelumnya mohon maaf mengganggu waktu, dan kegiatan  
Bapak/Ibu ditempat .

Perkenalkan,

Nama : Yolanda Sari Utami

NPM : 1951020483

Prodi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Tempat, tanggal lahir : Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung  
Negeriratu, 10 September 2001

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat : Desa Negeriratu, Kec.Sungkai Utara,  
Kab.Lampung Utara

**Bagian II Riwayat Pendidikan**

SDN 01 Negeraratu : Lulus pada tahun 2013

SMPN 01 Sungkai Utara : Lulus pada tahun 2016

SMAN 01 Sungkai Utara : Lulus pada tahun 2019

Demikian biodata diri ini saya buat dengan sebenarnya.

Bandar Lampung, Oktober 2023

Yolanda Sari Utami

## Lampiran II KUISIONER PENELITIAN

Kepada Yth.  
Nasabah Bank Rakyat Indonesia KCP. Kotabumi  
Di Bank Rakyat Indonesia KCP. Kotabumi  
Dengan Hormat,

Assalamualaikum Wr.Wb.

Sehubungan dengan penelitian yang tengah saya lakukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program S1 Jurusan Perbankan Syariah di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, saya memohon bantuan kepada bapak/ibu selaku responden untuk berkenan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini.

Kuesioner ini ditujukan untuk membantu pengisian pengumpulan data penelitian guna menyusun skripsi yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Perilaku Konsumtif Nasabah (Studi Komparasi Pada BSI KCP Kotabumi dan BRI KCP Kotabumi)”. Dan apabila ada pertanyaan dalam pengisian kuisisioner terdapat pertanyaan atau pernyataan yang kurang berkenan, saya mohon maaf. Untuk itu atas bantuan dan kerjasama serta perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Yolanda Sari Utami

### LAMPIRAN III

#### IDENTITAS RESPONDEN

**Pada pertanyaan dibawah ini. Anda dimohon untuk mengisi pertanyaan-pertanyaan tersebut dengan keadaan/ kondisi yang sebenarnya.**

1. Nama :
2. Jenis kelamin : a. Pria b. Wanita
3. Usia saat ini : (Pilih salah satu dibawah ini)
  - a. < 20 thn
  - b. 20 thn – 30 thn
  - c. 31 thn – 40 thn
  - d. 41 thn – 50 thn
  - e. > 50 thn
4. Pendidikan terakhir : (Pilih salah satu dibawah ini)
  - a. SD d. DIPLOMA
  - b. SMP e. S1
  - c. SMA f. S2/S3
5. Pekerjaan saat ini : (Pilih salah satu dibawah ini)
  - a. PNS
  - d. TNI/POLRI
  - b. Peg. Swasta
  - e. Lain-lain.....
  - c. Wiraswasta
6. Penghasilan per bulan : (Pilih salah satu dibawah ini)
  - a. < Rp. 500 ribu
  - b. > Rp. 500 ribu – Rp. 1 juta
  - c. > Rp. 1 juta – Rp. 2 juta
  - d. > Rp. 2 juta – Rp. 5 juta
  - e. > Rp. 5 juta

7. Sudah berapa lama menjadi Nasabah Bank Rakyat Indonesia KCP Kotabumi : (Pilih salah satu dibawah ini)

- a. < 3 bulan
- b. > 3 – 6 bulan
- c. > 6 – 12 bulan
- d. > 1 – 2 tahun
- e. > 2 tahun

### PETUNJUK PENGISIAN

Jawablah pertanyaan berikut dengan memberikan tanda *checklist* (✓) atau silang (X) pada kolom yang sudah disediakan. Setiap butir pernyataan berikut terdiri dari 4 pilihan jawaban. Adapun makna dari jawaban tersebut adalah:

No.	Tanggapan Respon	Kategori
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

### LAMPIRAN IV PERNYATAAN

#### Variabel X *Mobile Banking* (Bank Rakyat Indonesia)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	N	TS	STS
1	Fitur-fitur yang terdapat pada mobile banking (Bank BRI) sangat jelas dan mudah dipahami					
2	Menu yang terdapat pada mobile banking (Bank BRI) mudah dimengerti.					
3	Nasabah menjadi lebih terampil menggunakan mobile banking (Bank					

	BRI).					
4	Dengan mobile banking (Bank BRI) keterampilan nasabah untuk bertransaksi menjadi bertambah.					
5	Mobile banking (Bank BRI) sangat fleksibel digunakan untuk mempermudah bertransaksi					
6	Mobile banking (Bank BRI) dapat saya gunakan kapan saja dan dimana saja selama ada jaringan internet.					
7	Saya tertarik menggunakan mobile banking (Bank BRI) karena sangat mudah untuk dioperasikan dan dapat mengontrol pekerjaan					
8	Saya menggunakan mobile banking (Bank BRI) karena membuat transaksi lebih cepat					
9	Layanan yang terdapat pada mobile banking (Bank BRI) sangat jelas dan mudah untuk saya mengerti					
10	Mobile banking (Bank BRI) sangat jelas memenuhi transaksi perbankan yang saya butuhkan selain penarikan uang tunai					
11	Dengan mobile banking (Bank BRI) waktu yang saya butuhkan untuk					

	transaksi lebih cepat dan mudah digunakan selama ada jaringan internet					
12	Saya bertransaksi tanpa perlu datang ke kantor bank dengan mudah menggunakan mobile banking (Bank BRI)					

<b>Variabel Y Perilaku Konsumtif</b>
--------------------------------------

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya akan membeli produk jika terdapat label beli "1 gratis 1"					
2	Saya membeli produk yang menawarkan undian.					
3	Saya membeli produk jika memiliki kemasan yang menarik dan dibungkus dengan rapi					
4	Saya membeli produk yang terlihat bagus.					
5	Saya membeli suatu produk untuk menjaga penampilan sehari-hari agar terlihat rapih didepan orang lain					
6	Saya senang membeli produk dengan model terbaru					
7	Saya membeli produk yang terlihat mewah dan elegan dipasaran					

8	Saya suka membeli produk yang bermerek.					
9	Saya lebih suka membeli produk yang dipromosikan oleh artis atau publik figure					
10	Saya membeli produk yang sama dengan artis yang saya idolakan					



**Lampiran V**  
**Pengambilan Data Kuisisioner di BSI & BRI KCP Kotabumi**





**Supervisor Operasional BRI  
KCP Kotabumi**

**Branch Manager BSI KCP  
Kotabumi**



**LAMPIRAN VI**  
**Data Tabulasi Responden BSI**

M B 1	M B 2	M B 3	M B 4	M B 5	M B 6	M B 7	M B 8	M B 9	M B 1 0	M B 1 1	M B 1 2	TTL MB
5	4	4	3	3	3	5	5	3	4	5	5	49
4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	45
4	3	3	4	3	3	3	4	1	3	4	5	40
3	3	3	4	1	4	3	3	4	3	5	4	40
4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	49
4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	50
4	3	3	4	3	4	4	4	3	2	3	3	40
4	3	3	4	3	4	4	4	5	4	4	3	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	50
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	48
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	50
3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	45
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50
4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	42
4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	42
3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	49

4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	50
4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	49
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	50
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50
5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	50
4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	50
4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	45
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	40









5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	48
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	45
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	48
4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	38
3	3	4	3	3	3	3	3	5	5	35
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38
4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	3	4	4	3	4	4	4	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	48
4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	48
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	45

LAMPIRAN VII  
Data Tabulasi Responden BRI

MB .1	MB .2	MB .3	MB .4	MB .5	MB .6	MB .7	MB .8	MB .9	MB. 10	MB. 11	MB. 12	TTL X
4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	45
4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	45
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	48
3	5	4	5	4	4	3	4	4	4	5	5	50
4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	42
4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	42
3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	49
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	49
4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	45
4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	50
5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	50
5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	50
4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	40
3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	41
4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	45
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	40

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	46
4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	47
3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	47
4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	45
4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	49
4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	50
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	50
5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	50
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	50
4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	45
4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	2	42
4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	45
4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	45
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	40
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	50



5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	55
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48

PK. 1	PK. 2	PK. 3	PK. 4	PK. 5	PK. 6	PK. 7	PK. 8	PK. 9	PK. 10	TTL Y
4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	35
3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	35
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	38
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	37
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	32
4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	35
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	38
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	38

4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
3	4	4	3	4	4	4	3	5	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	43
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	37
4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	38
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49



5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	48
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	3	4	4	3	4	4	4	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	45







Sig. (2-tailed)	.00	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Reliability

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.885	12

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
MB.1	44.13	13.953	.554	.877
MB.2	44.28	13.093	.637	.873
MB.3	44.28	13.497	.654	.872
MB.4	44.17	14.062	.569	.877
MB.5	44.26	13.427	.619	.874
MB.6	44.20	14.141	.628	.874
MB.7	44.18	14.331	.610	.875
MB.8	44.23	13.896	.646	.873





PK.10	Pearson Correlation	.608**	.424**	.552**	.455**	.493**	.462**	.523**	.516**	.639**	1	.714**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.835**	.800**	.849**	.757**	.809**	.745**	.839**	.859**	.774**	.714**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.936	10

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PK.1	36.79	24.127	.790	.927
PK.2	36.86	24.384	.747	.929
PK.3	36.84	23.914	.807	.926

PK.4	36.86	24.808	.697	.932
PK.5	36.83	24.062	.756	.929
PK.6	36.79	24.794	.681	.933
PK.7	36.82	24.614	.800	.927
PK.8	36.86	23.596	.818	.926
PK.9	36.72	24.527	.715	.931
PK.10	36.73	24.825	.640	.935

### Uji Normalitas BSI

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	878.999	1	878.999	42.892	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2008.361	98	20.493		
	Total	2887.360	99			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Mobile Banking

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.345	5.451		.981	.329
	Mobile Banking	.737	.113	.552	6.549	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	34.1058	49.5926	40.9200	2.97973	100
Residual	-10.74301	10.15671	.00000	4.50405	100
Std. Predicted Value	-2.287	2.911	.000	1.000	100
Std. Residual	-2.373	2.244	.000	.995	100

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.50405097
	Absolute	.121
Most Extreme Differences	Positive	.121
	Negative	-.117
Kolmogorov-Smirnov Z		1.206
Asymp. Sig. (2-tailed)		.109

a. Test distribution is Normal.

c. Calculated from data.

## Uji Analisis Regresi Sederhana

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.345	5.451		.981	.329
1 Mobile Banking	.737	.113	.552	6.549	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Uji R<sup>2</sup>

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.552 <sup>a</sup>	.304	.297	4.52697

a. Predictors: (Constant), Mobile Banking

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Uji t

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	Mobile Banking	.737	.113	.552	6.549	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Uji Data SPSS BRI KCP Kotabumi

Correlations

		MB.1	MB	Total										
			.2	.3	.4	.5	.6	.7	.8	.9	.10	.11	.12	_MB
MB.1	Pearson Correlation	1	.388	.386	.127	.345	.301	.459	.298	.243	.244	.328	.283	.552**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.209	.000	.002	.000	.003	.015	.015	.001	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
MB.2	Pearson Correlation	.388**	1	.522	.392	.408	.307	.375	.274	.486	.358	.309	.386	.640**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.002	.000	.006	.000	.000	.002	.000	.000

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
	Pearson	.386**	.522	1	.427	.584	.545	.586	.490	.560	.501	.379	.416	.788**
	Correlation		**		**	**	**	**	**	**	**	**	**	**
MB.3	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson	.127	.392	.427	1	.426	.407	.336	.429	.400	.532	.483	.365	.645**
	Correlation		**	**		**	**	**	**	**	**	**	**	**
MB.4	Sig. (2-tailed)	.209	.000	.000		.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson	.345**	.408	.584	.426	1	.384	.525	.403	.473	.500	.415	.455	.728**
	Correlation		**	**	**		**	**	**	**	**	**	**	**
MB.5	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson	.301**	.307	.545	.407	.384	1	.489	.529	.493	.424	.402	.330	.682**
	Correlation		**	**	**	**		**	**	**	**	**	**	**
MB.6	Sig. (2-tailed)	.002	.002	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson	.459**	.375	.586	.336	.525	.489	1	.456	.493	.445	.413	.319	.724**
	Correlation		**	**	**	**	**		**	**	**	**	**	**
MB.7	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson	.298**	.274	.490	.429	.403	.529	.456	1	.373	.560	.423	.338	.673**
	Correlation		**	**	**	**	**	**		**	**	**	**	**
MB.8	Sig. (2-tailed)	.003	.006	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson	.243*	.486	.560	.400	.473	.493	.493	.373	1	.529	.310	.411	.695**
MB.9	Correlation		**	**	**	**	**	**	**		**	**	**	**





	Sig. (2-tailed)	.00	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
		0									
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson	.61	.590	.620	.607	.668	.622	.685	.685	1	.813
	Correlation	.9**	**	**	**	**	**	**	**	**	**
PK.9	Sig. (2-tailed)	.00	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
		0									
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson	.68	.571	.528	.590	.604	.648	.618	.595	.813	1
	Correlation	.9**	**	**	**	**	**	**	**	**	**
PK.10	Sig. (2-tailed)	.00	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
		0									
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson	.88	.836	.909	.862	.895	.894	.901	.899	.798	.768
	Correlation	.8**	**	**	**	**	**	**	**	**	**
Total_P	Sig. (2-tailed)	.00	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
		0									
K	Sig. (2-tailed)	.00	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
		0									
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.893	12

## Item- Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
MB.1	43.67	13.738	.449	.893
MB.2	43.73	13.512	.558	.886
MB.3	43.75	12.634	.726	.877
MB.4	43.75	13.583	.567	.886
MB.5	43.74	13.124	.659	.881
MB.6	43.79	13.461	.611	.884
MB.7	43.87	13.185	.656	.881
MB.8	43.73	13.573	.604	.884
MB.9	43.79	13.622	.634	.883
MB.10	43.75	13.644	.664	.882
MB.11	43.75	13.199	.594	.885
MB.12	43.71	13.339	.555	.887

## Model Summary Uji R

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.310 <sup>a</sup>	.096	.087	5.45593

a. Predictors: (Constant), Mobile Banking

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	310.602	1	310.602	10.434	.002 <sup>b</sup>
	Residual	2917.188	98	29.767		
	Total	3227.790	99			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Mobile Banking

## Uji Analisis Regresi Sederhana dan Uji t

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	21.324	6.612		3.225	.002
1 Mobile Banking	.446	.138	.310	3.230	.002

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.42830951
	Absolute	.119
Most Extreme Differences	Positive	.101
	Negative	-.119
Kolmogorov-Smirnov Z		1.191
Asymp. Sig. (2-tailed)		.117

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

## UJI Independent Sample T-Test

**Group Statistics**

	Nasabah	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Perilaku Konsumtif	BSI	100	40.9200	5.40049	.54005
	BRI	100	42.6100	5.70999	.57100



## LAMPIRAN VIII

### Surat Izin Riset



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Letkol. H. Endro Sutrisno Sukarame I Telp. (0721) 791289 Bandar Lampung

Nomor : 4437/Un.16/DE/PP.00.9/10/2023 Bandar Lampung, 18 Oktober 2023  
Sifat : Biasa  
Lampiran : 1 Eks  
Perihal : Permohonan Izin Riset

Kepada Yth,  
Pimpinan Cabang HSI KCP Kotabumi  
Di -  
Lampung Utara

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Bersama ini disampaikan permohonan izin untuk mengadakan riset guna penulisan skripsi mahasiswa kami sebagai berikut:

Nama / NPM : Yolanda Sari Utami / 1951020483  
Jurusan / Semester : Perbankan Syariah / IX (sembilan)  
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Perilaku Konsumtif Nasabah (Studi Komparasi Pada HSI KCP Kotabumi dan BRI KCP Kotabumi)  
Lokasi Penelitian : Bank Syariah Indonesia KCP Kotabumi  
Penanggungjawab : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Penelitian ini semata-mata untuk kepentingan ilmiah sebagai data dalam penulisan skripsi yang bersangkutan, sebagai bahan pertimbangan Saudara bersama ini dilampirkan 1 (satu) Eks. Proposal penelitian dimaksud

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

An. Dekan  
Wakil dekan I,



M. Masitoh, S.E., M.Si  
9750424 200212 1 001

## Lampiran IX

### Surat Balasan Riset BSI dan BRI

25 Oktober 2023  
No. 03/283 -3/497  
Lampiran : 1 (satu) berkas



PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk.  
KCP Kotabumi  
J. Jenderal Sudirman No. 111  
Kel. Tanjung Aman, Kec. Kotabumi Selatan  
Kab. Lampung Utara, Provinsi Lampung  
T : 07041 22893  
www.bankbsi.co.id

Kepada Yth  
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung  
Jl. Letkol Hl. Endro Suratmih Sekarame  
Bandar Lampung

Uj. Yth. Bapak Dr. Madnair, S.E., M.Si  
Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Perihal : TANGGAPAN ATAS PERMOHONAN IZIN RISET AN YOLANDA SARI UTAMI  
UNIVERISTAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG

Reff : Surat UINRL No. 8627 /Us. 16/DE/PP.00.9/10/2023 tanggal 18 Oktober 2023 perihal  
permohonan Izin Riset

Assalamu'alaikum Wz.Wb.

Semoga Bapak beserta seluruh staf senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat serta mendapat limpahan taufik dan hidayah dari Allah SWT.

Merujuk referensi tersebut diatas, dengan ini kami sampaikan bahwa permohonan izin riset mahasiswa/i dapat kami setujui dengan data sebagai berikut:

Nama Mahasiswa : Yolanda Sari Utami  
NPM : 1951020483  
Universitas : Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung  
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Perilaku Kesumtif Nasabah  
( Studi Komparasi Pada BSI KCP Kotabumi dan BRI KCP Kotabumi )  
Jurusan/Semester : Perbankan Syariah/ IX/ 9 (sembilan)

Untuk menjadi perhatian kami sampaikan beberapa hal sebagai berikut:

1. Pada prinsipnya kami tidak keberatan dan mengizinkan pelaksanaan riset tersebut di tempat kami.
2. Izin riset diberikan semata-mata untuk keperluan akademik.

Demikian surat ini kami sampaikan untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum, Wz.Wb.

PT BANK SYARIAH INDONESIA  
BRANCH OFFICE KOTABUMI

  
Muhammad Shofa  
Branch Manager

  
Yanda Agung  
Branch Operation & Service Manager



Untuk menjadi perhatian kami sampaikan beberapa hal sebagai berikut :

1. Pada prinsipnya kami tidak keberatan dan mengizinkan pelaksanaan riset tersebut di tempat kami
2. Izin riset diberikan semata-mata untuk keperluan akademik.

Demikian surat ini kami sampaikan untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum wr.wb

PT. BANK RAKYAT INDONESIA (Persero), Tbk  
KANTOR CABANG PEMBANTU KOTABUMI

  
Mega Handayani

Supervisor Operasional&Layanan

## Lampiran X Turnitin



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**  
**PUSAT PERPUSTAKAAN**

Jl. Letkol H. Endro Supriatno, Sekeloa I, Bandar Lampung 35111  
Telp. (0721) 790077-74521 Fax. 790422 Website: www.uinradenintan.ac.id

---

**SURAT KETERANGAN**  
Nomor: B-2 338 / Un.16/ P1/ KT/1/ 2024

**Assalamu'alaikum Wv.Wb.**

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Dr. Ahmad Zarkasi, M.Sos. I  
NIP : 197308291998031003  
Jabatan : Kepala Pusat Perpustakaan UIN Raden Intan Lampung

Menerangkan Bahwa Jurnal Dengan Judul :

**PENGARUH PENGGUNAAN MOBILE BANKING TERHADAP  
PERILAKU KONSUMTIF NASABAH  
(Studi Komparasi pada BSI KCP Kotabumi dan BRI KCP Kotabumi)**  
Karya :

NAMA	NPM	FAK/PRODI
YOLANDA SARI UTAMI	1951020483	FEBI/ P5

Bebas Plagiasi dengan hasil pemeriksaan kemiripan sebesar 18 % dan dinyatakan **Lulus** dengan bukti terlampir.

Demikian Keterangan ini kami buat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

**Wassalamu'alaikum Wv.Wb.**

Bandar Lampung, 23 Januari 2024  
Kepala Pusat Perpustakaan



**Dr. Ahmad Zarkasi, M.Sos. I**  
NIP. 197308291998031003

**Ket.**

1. Surat Keterangan Cek Turnitin ini Legal & Sah dengan Stempel Asli Pusat Perpustakaan.
2. Surat Keterangan ini Dapat Digunakan Untuk Repository.
3. Lampirkan Surat Keterangan Lulus Turnitin & Rincian Hasil Cek Turnitin ini di Bagian Lampiran Skripsi untuk Salah Satu Syarat Penyelesaian di Pusat Perpustakaan.

PENGARUH PENGGUNAAN MOBILE BANKING TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF NASABAH (Studi Komparasi pada BSI KCP Kotabumi dan BRI KCP Kotabumi)

ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

20%

INTERNET SOURCES

14%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://ejournal.bsi.ac.id">ejournal.bsi.ac.id</a> Internet Source	3%
2	Mar'atus Solicha, Supardi. "DAMPAK MOTIVASI KERJA, DISIPLIN KERJA DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN PT BERJAYA MAKMUR INDONESIA JAKARTA", Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen, 2023 Publication	2%
3	<a href="http://harga.web.id">harga.web.id</a> Internet Source	2%
4	<a href="http://repository.radenintan.ac.id">repository.radenintan.ac.id</a> Internet Source	1%
5	<a href="http://dspace.uir.ac.id">dspace.uir.ac.id</a> Internet Source	1%
6	Submitted to Politeknik Negeri Bandung Student Paper	1%
7	<a href="http://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Internet Source	1%
8	<a href="http://repository.uir.ac.id">repository.uir.ac.id</a> Internet Source	1%

9	eprints.upnyk.ac.id	Internet Source	1%
10	download.garuda.kemdikbud.go.id	Internet Source	1%
11	repository.uinbanten.ac.id	Internet Source	1%
12	Submitted to UIN Raden Intan Lampung	Student Paper	1%
13	id.123dok.com	Internet Source	1%
14	repository.iainkudus.ac.id	Internet Source	1%
15	repository.stienobel-indonesia.ac.id	Internet Source	1%
16	e-theses.iaincurup.ac.id	Internet Source	<1%
17	eprints.ukmc.ac.id	Internet Source	<1%

Exclude quotes

On

Exclude matches

= 3 words

Exclude bibliography

On