

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dewasa ini, perkembangan sistem teknologi informasi berkembang dengan pesat. Dimulai dari era akuntansi pada tahun 1950, sampai ke era jejaring global di mulai tahun 1990, sistem teknologi informasi telah banyak sekali mengalami perubahan. Hal ini terjadi karena sistem teknologi informasi dapat memenuhi kebutuhan dalam segala aspek dan memberikan kemudahan bagi kehidupan masyarakat pada zaman mobilitas tinggi seperti sekarang. Dalam kamus *Oxford* mengatakan bahwa teknologi informasi adalah studi atau penggunaan peralatan elektronika, terutama komputer untuk menyimpan, menganalisis, dan mendistribusikan informasi apa saja, termasuk kata-kata, bilangan, dan gambar. Lucas mengatakan, teknologi informasi mencakup perangkat keras dan perangkat lunak untuk melaksanakan satu atau sejumlah tugas pemrosesan data seperti menangkap, mentransmisikan, menyimpan, mengambil, memanipulasi atau menampilkan data.¹

Dunia internet pada saat ini sudah semakin maju dan canggih. Tentunya, hal ini berperan penting pada semua bidang termasuk pada jasa perbankan. Kondisi seperti ini seiring dengan meningkatnya kebutuhan dan gaya hidup masyarakat Indonesia sendiri. Seperti halnya mereka menganggap layanan berbelanja melalui *online* lebih memudahkan mereka dalam berbelanja. Dalam beberapa tahun terakhir

¹ Rusman, *Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 83.

ini, bank-bank telah memperkenalkan sistem perbankan berbasis internet kepada pelanggannya untuk meningkatkan pelayanan kepada mereka.¹

Kebutuhan manusia yang selalu menuntut untuk bisa lebih cepat, lebih aman, tidak terikat waktu, dan bisa dimana saja membuat tuntutan penyesuaian, menjadikan kebutuhan tersebut semakin kompleks. Salah satu jenis perusahaan yang berkaitan erat dengan tuntutan kebutuhan manusia adalah industri perbankan. Industri perbankan merupakan suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.² Di era sekarang ini telah banyak pelaku ekonomi yang tidak lagi menggunakan uang tunai dalam bertransaksi, tetapi telah memanfaatkan layanan perbankan modern yang lebih efisien dan efektif. Industri perbankan memanfaatkan sistem teknologi informasi dalam rangka memperluas jaringan pelayanannya serta meningkatkan kepuasan dari nasabah, pemanfaatan sistem teknologi informasi ini berupa layanan *Electronic banking (E-banking)*.

E-banking merupakan salah satu bentuk produk jasa yang telah ditawarkan kepada nasabah. Bank menyediakan layanan *E-Banking* untuk memenuhi tuntutan dan kebutuhan nasabah sebagai alternatif media untuk melakukan transaksi perbankan.³ *E-banking* meliputi sistem yang memungkinkan nasabah bank, baik individu ataupun bisnis, untuk mengakses rekening, melakukan transaksi bisnis, atau mendapatkan informasi produk dan jasa bank melalui jaringan pribadi atau

¹ Moh. Faqih Afghani & Emma Yulianti, "Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi *E-Banking* di Bank BRI Surabaya." *Journal of Business and Banking*, Vol.6 No.1 (Mai-Oktober 2016), hlm. 113.

² Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali, 2017), hlm. 13.

³ Maryanto Supriyono, *Buku Pintar Perbankan: Dilengkapi dengan Studi Kasus dan Kamus Istilah Perbankan*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2011), hlm. 65.

publik, termasuk internet.⁴ *E-banking* membuka paradigma baru, struktur baru dan strategi yang baru bagi retail bank, dimana bank menghadapi kesempatan dan tantangan yang baru. Adapun Keuntungan *E-Banking* dapat digunakan kapan saja dan di mana saja. Hanya dengan menggunakan perintah melalui komputer atau alat komunikasi yang digunakan, dapat langsung melakukan transaksi perbankan tanpa harus datang ke kantor bank atau ke ATM (kecuali untuk ambil uang tunai).⁵ Dengan menyediakan fasilitas *E-banking* pihak bank dapat memperoleh beberapa keuntungan diantaranya adalah untuk memperluas jaringan usaha. *E-banking* dapat menghilangkan batas fisik bank dan waktu operasional bank yang terbatas.⁶

Bank menyediakan layanan *E-Banking* untuk memenuhi kebutuhan melakukan transaksi perbankan, selain yang tersedia di kantor cabang dan ATM. Dengan menggunakan *E-Banking*, nasabah bank tidak perlu lagi membuang waktu untuk antri di kantor-kantor bank. Karena, saat ini banyak transaksi perbankan dapat dilakukan di manapun, dan kapanpun dengan mudah dan praktis melalui jaringan elektronik, seperti internet, handphone, dan telepon. Sebagai contoh, transfer dana antar rekening maupun antarbank, pembayaran tagihan, pembelian pulsa isi ulang, ataupun pengecekan mutasi dan saldo rekening. Agar dapat menggunakan fasilitas *E-Banking*, maka nasabah harus memiliki rekening tabungan atau giro dan kemudian baru dapat mengajukan layanan *E-Banking*.⁷

⁴ Moh. Fauzi, *Komputer untuk Akuntansi dan Bisnis*, (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2018), hlm. 30.

⁵ Wulan Pinontoan, "Pengaruh *E-Banking*, Kualitas Pelayanan, Kualitas Komunikasi dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Mandiri Cabang Manado." *Jurnal EMBA*, Vol.1 No.4 (Desember 2013), hlm. 193.

⁶ Moh. Faqih Afghani & Emma Yulianti, "Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi *E-Banking* di Bank BRI Surabaya." *Journal of Business and Banking*, Vol.6 No.1 (Mai-Oktober 2016), hlm. 114.

⁷ Ikatan Bankir Indonesia (IBI), *Mengenal Operasional Perbankan 1*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014), hlm. 58.

E-Banking sendiri telah melahirkan beberapa produk, antara lain yaitu *internet banking*, *mobile banking*, dan *sms banking*. Produk-produk tersebut membuat lompatan teknologi yang luar biasa, menembus batasan ruang dan waktu. Kapanpun, dimanapun nasabah dapat bertransaksi selama 24 jam. Akan tetapi tidak semua bank mempunyai produk *Elektronik Banking* ini, sehingga produk ini hanya terbatas pada bank-bank besar, mengingat biaya pengembangan perangkat keras/*hardware*, perangkat lunak/*software*, membangun jaringan, dan biaya perawatan sangat mahal.⁸

Internet Banking merupakan salah satu jasa layanan bank melalui jaringan internet yang memungkinkan nasabah untuk mendapatkan jasa dan layanan perbankan, seperti memperoleh informasi dan melakukan transaksi perbankan. Jenis kegiatan *internet banking* dibedakan menjadi tiga, yaitu *Informational Internet Banking*, *Communicative Internet Banking*, dan *Transactional Internet Banking*.⁹ Sedangkan *Mobile Banking* atau yang biasa dikenal dengan istilah *M-Banking* merupakan fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti *handphone*, dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM kecuali mengambil uang *cash*.¹⁰ *Mobile Banking* adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui jaringan telepon seluler/*handphone* GSM (*Global for Mobile Communication*) atau CDMA dengan menggunakan layanan data yang telah disediakan oleh operator telepon selular misal XL, Indosat, Telkomsel, dan operator telepon lainnya. Sedangkan *SMS Banking* adalah layanan informasi perbankan

⁸ Maryanto Supriyono, *Buku Pintar Perbankan: Dilengkapi dengan Studi Kasus dan Kamus Istilah Perbankan*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2011), hlm. 67.

⁹ Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm. 112-113.

¹⁰ *Ibid*, hlm. 110

yang dapat diakses langsung melalui telepon selular/*handphone* dengan menggunakan media SMS (*short message service*).¹¹

Persepsi Kemanfaatan adalah suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa suatu penggunaan teknologi tertentu akan meningkatkan prestasi kerja orang tersebut.¹² Persepsi Kemanfaatan (*perceived usefulness*) merupakan suatu pemikiran mengenai penggunaan teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja dan memberikan keuntungan bagi penggunanya.¹³ Adam mendefinisikan *usefulness* (kemanfaatan) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu subyek tertentu akan dapat meningkatkan prestasi kerja orang tersebut. Adapun dimensi kemanfaatan yaitu: (1) *Makes job easier* (menjadikan pekerjaan lebih mudah), (2) *Usefull* (bermanfaat), (3) *Increase productivity* (menambah produktifitas), (4) *Enchance efectivess* (mempertinggi efektifitas), (5) *Improve job performance* (mengembangkan kinerja pekerjaan).¹⁴

Kepercayaan merupakan faktor penting bagi konsumen untuk memutuskan akan melakukan transaksi secara online atau tidak menggunakan *E-Banking*. Menurut Jogiyanto, penerimaan teknologi oleh pemakai individual tidak terlepas dari kepercayaan-kepercayaan (*beliefs*) pemakai terhadap teknologinya.¹⁵ Kepercayaan didefinisikan sebagai kesediaan seseorang untuk bergantung pada

¹¹ Maryanto Supriyono, *Buku Pintar Perbankan: Dilengkapi dengan Studi Kasus dan Kamus Istilah Perbankan*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2011), hlm. 67-68.

¹² Diwananda Wiratama & Diana Rahmawati "Pengaruh Kualitas Informasi, Persepsi Kebermanfaatan, dan *Computer Self Efficacy* Terhadap Penggunaan Internet sebagai Sumber Pustaka." *Jurnal Nominal*, 2 (2013), hlm. 37.

¹³ Yaufi Andriyano, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel (Studi Kasus pada Nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta)." *Jurnal Profita*, 2 (2016), hlm. 5.

¹⁴ Widia Permana & Endang Siti Astuti, *Layanan Perpustakaan via Mobile Data*, (Malang: UB Press, 2012), hlm.51-52.

¹⁵ Yoyok Sugiantoro & Isharijadi, "Pengaruh Personalization, Computer Self Efficacy, dan Trust Terhadap Perceived Usefullness pada Pengguna Internet Banking di PT. Bank BRI (Persero), Tbk. Cabang Madiun." *ASSETS: Jurnal Akuntansi dan Pendidikan*, Vol.4 No.1 (April 2015), hlm. 86.

mitra bisnisnya, karena mitra bisnisnya tersebut dianggap memiliki kredibilitas dan integritas.¹⁶ Kepercayaan dalam konteks ini adalah persepsi nasabah bahwa teknologi *E-Banking* ini aman untuk digunakan. Kepercayaan menjadi lebih penting dalam dunia *online* jika dibandingkan dengan *offline banking* karena transaksi dalam *online banking* mengandung informasi yang sensitif dan pihak yang terlibat dalam transaksi keuangan mengkhawatirkan akses terhadap *file* penting dan informasi yang dikirim melalui internet.¹⁷ Jia Shen menyebutkan bahwa ada 4 dimensi kepercayaan, yaitu sistem keamanan bank, sistem kerahasiaan bank, jaminan keamanan dan kerahasiaan, serta kompensasi kerugian.¹⁸

Minat dalam menggunakan teknologi informasi akan muncul pada saat pengguna menggunakan teknologi informasi dirasakan bahwa setelah menggunakan teknologi tersebut akan muncul rasa bangga yang berdampak positif. Minat pengguna dalam menggunakan teknologi informasi akan memberikan dampak terhadap upaya dalam memanfaatkan fasilitas yang ditawarkan. Internet memiliki peranan penting sebagai media atau sarana penunjang untuk melakukan penelusuran informasi dan berkomunikasi secara cepat dan akurat.

Salah satunya bank syariah yang memiliki layanan *E-Banking* yaitu BRI Syariah. Sebagai lembaga perbankan yang berorientasi menjadi bank retail modern, BRI Syariah menyediakan layanan *E-Banking* untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya akan layanan melalui media elektronik saat melakukan transaksi

¹⁶ Yaufi Andriyano, hlm. 5.

¹⁷ Moh. Faqih Afghani & Emma Yulianti, "Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi *E-Banking* di Bank BRI Surabaya." *Journal of Business and Banking*, Vol.6 No.1 (Mai-Oktober 2016), hlm. 116.

¹⁸ Hans Setiawan Theriady & Dahlia Br Ginting, "Analisis Pengaruh Persepsi Teknologo Informasi, Resiko, Kepercayaan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah dalam Menggunakan *E-Banking* (Studi Kasus: PT. Bank BPRKS Bandung)." *Media Informatika*, Vol.14 No.2 (2015), hlm. 22-23.

perbankan. Mengingat lingkungan bisnis yang semakin kompleks dan bergerak dinamis, BRI Syariah hadir dengan memberikan solusi bertransaksi dengan cepat, aman dan mudah melalui layanan *E-banking* BRI Syariah. Melalui layanan ini, nasabah tidak perlu lagi membuang waktu untuk antri di kantor atau ATM BRI Syariah. Berbagai aktivitas perbankan dapat diakses dengan mudah dan praktis melalui jaringan elektronik seperti internet serta telepon genggam.¹⁹ Adapun layanan *E-Banking* BRI Syariah yang dapat digunakan nasabah antara lain *Internet Banking*, *Mobile Banking*, dan *SMS Banking*.²⁰

Salah satu golongan nasabah yang patut disoroti oleh pihak bank dalam mengembangkan layanan berbasis *online* adalah mahasiswa. Tidak dapat dipungkiri bahwa mahasiswa merupakan salah satu golongan yang sebagian besar menggunakan jasa perbankan. Mahasiswa sebagai seorang nasabah memiliki berbagai kriteria yang dijadikan pertimbangan dalam memilih usaha perbankan yang akan digunakannya. Nasabah telah merasa nyaman dan terbiasa melakukan transaksi perbankan secara konvensional sehingga belum mengetahui manfaat dari layanan *E-Banking*. Pada dasarnya, sebuah layanan yang mampu memberikan manfaat pada nasabah pasti akan diterima dengan baik. Semakin nasabah merasa *E-Banking* bermanfaat maka *E-Banking* akan semakin sering digunakan. Begitu juga sebaliknya, apabila nasabah menganggap *E-Banking* kurang bermanfaat, maka nasabah cenderung tidak mau menggunakan jasa *E-Banking* tersebut. Selain itu, tidak sedikit nasabah yang belum mau menggunakan jasa *E-Banking* karena merasa *E-Banking* merupakan sesuatu yang rumit.

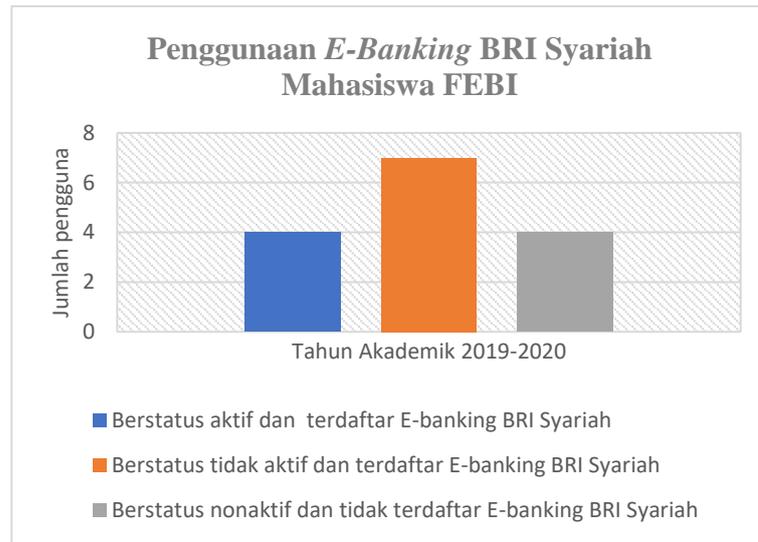
¹⁹ Ripal Septiana, *Mengenal Layanan E-Banking BRI Syariah*, Efinansial, diakses dari <https://efinansial.com/e-banking-bank-bri-syariah/> pada tanggal 14 Februari 2020 pukul 13.10 WIB.

²⁰ PT. Bank BRISyariah Tbk, diakses dari <https://www.brisyariah.co.id/> pada tanggal 22 Februari 2020 pukul 09.10 WIB.

Mahasiswa sebagai salah satu calon sumber daya dalam organisasi atau perusahaan harus mampu memanfaatkan teknologi informasi yang ada guna untuk mencapai tujuan organisasi. *E-banking* yang merupakan salah satu produk teknologi informasi perbankan telah menjadi perhatian bagi banyak orang, karena telah memberikan banyak manfaat yang positif. Namun disamping itu, tidak sedikit juga dikalangan para pelajar seperti mahasiswa yang belum menggunakan produk *E-Banking*. Salah satu faktor utama yang membuat tidak tertariknya mahasiswa dalam menggunakan *E-Banking* ini biasanya tidak lepas dari faktor kepercayaan. Sehingga timbul suatu permasalahan terkait dengan minat mahasiswa menggunakan *E-Banking*.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Madura diwajibkan memiliki rekening BRI Syariah sejak awal semester, rekening BRI Syariah ini dikeluarkan oleh kampus melalui Bank Mini Syariah (BMS) khusus untuk mahasiswa FEBI sebagai media praktik untuk mata kuliah dan sebagai media pembayaran UKT semester. Selain itu rekening ini juga bisa dimanfaatkan sebagai media transaksi diluar kegiatan kampus. Hal ini menjadikan FEBI berbeda dengan fakultas-fakultas lain yang ada di IAIN Madura. Sehingga Adanya fasilitas yang berbeda menjadikan daya tarik tersendiri bagi peneliti guna sebagai bahan penelelitian.

Gambar. 1.1
Hasil Survei Sementara



Dari hasil survei sementara diatas yang peneliti lakukan kepada 15 mahasiswa FEBI IAIN Madura, berkesimpulan bahwa sebagian besar mahasiswa FEBI belum menggunakan layanan *E-Banking* BRI Syariah dikarenakan suatu keadaan dan alasan tertentu. Mahasiswa yang belum menggunakan biasanya tidak terlalu memperhatikan layanan ini dan lebih memilih untuk melakukan transaksi *offline*, termasuk pembayaran UKT. Walaupun demikian, beberapa sudah ada yang juga menggunakan layanan *E-Banking* dan masih aktif hingga sekarang.

Penelitian ini sendiri berfokuskan pada minat mahasiswa FEBI menggunakan *E-Banking* BRI Syariah. Berhubung masih sedikit penelitian yang mengarah ke FEBI IAIN Madura membuat peneliti tertarik untuk meneliti di FEBI IAIN Madura agar bisa bermanfaat bagi penelitian-penelitian selanjutnya. Dan juga bisa menjadi pertimbangan untuk melakukan promosi BRI Syariah kepada mahasiswa-mahasiswa FEBI atau fakultas-fakultas lain di IAIN Madura.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan suatu penelitian yang berkaitan dengan *E-Banking*, dengan judul

“Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan *E-Banking* BRI Syariah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Madura”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian tentang latar belakang penelitian diatas, maka dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kemanfaatan berpengaruh terhadap minat menggunakan *E-Banking* BRI Syariah pada mahasiswa FEBI IAIN Madura?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *E-Banking* BRI Syariah pada mahasiswa FEBI IAIN Madura?
3. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap minat menggunakan *E-Banking* BRI Syariah pada mahasiswa FEBI IAIN Madura?
4. Apakah persepsi kemanfaatan berpengaruh terhadap kepuasan menggunakan *E-Banking* BRI Syariah pada mahasiswa FEBI IAIN Madura?
5. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan menggunakan *E-Banking* BRI Syariah pada mahasiswa FEBI IAIN Madura?
6. Apakah persepsi kemanfaatan berpengaruh terhadap minat menggunakan *E-Banking* BRI Syariah dengan dimediasi kepuasan pada mahasiswa FEBI IAIN Madura?
7. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *E-Banking* BRI Syariah dengan dimediasi kepuasan pada mahasiswa FEBI IAIN Madura?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap minat menggunakan *E-Banking* BRI Syariah pada mahasiswa FEBI IAIN Madura.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan *E-Banking* BRI Syariah pada mahasiswa FEBI IAIN Madura.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepuasan terhadap minat menggunakan *E-Banking* BRI Syariah pada mahasiswa FEBI IAIN Madura.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap kepuasan menggunakan *E-Banking* BRI Syariah pada mahasiswa FEBI IAIN Madura.
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan menggunakan *E-Banking* BRI Syariah pada mahasiswa FEBI IAIN Madura.
6. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap minat menggunakan *E-Banking* BRI Syariah dengan dimediasi kepuasan pada mahasiswa FEBI IAIN Madura.
7. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan *E-Banking* BRI Syariah dengan dimediasi kepuasan pada mahasiswa FEBI IAIN Madura.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini dapat menambah literatur dan wawasan ilmu pengetahuan serta mengetahui hubungan persepsi kemanfaatan dan kepercayaan

terhadap minat menggunakan *E-Banking* BRI Syariah mahasiswa FEBI IAIN Madura.

2. Bagi IAIN Madura

Hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu sumber kajian bagi kalangan mahasiswa, baik sebagai pengayaan materi perkuliahan maupun untuk kepentingan penelitian yang pokok kajiannya mungkin memiliki kesamaan.

3. Bagi Penyedia Layanan *E-Banking* (BRI Syariah)

Membantu pihak penyedia layanan yakni BRI Syariah untuk mengetahui karakteristik penggunaan layanan *E-Banking* oleh nasabah khususnya mahasiswa, sehingga diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam upaya peningkatan pelayanan.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini terkait beberapa faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *E-Banking* BRI Syariah, penulis membatasi penelitian yaitu pada:

1. Ruang lingkup data

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu data mahasiswa aktif FEBI IAIN Madura tahun akademik 2019-2020.

2. Ruang lingkup Variabel

a. Persepsi kemanfaatan (X_1)

Persepsi kemanfaatan merupakan variabel independen (X_1). Adapun indikator dari persepsi kemanfaatan adalah sebagai berikut:

- 1) *Makes job easier* (menjadikan pekerjaan lebih mudah)
- 2) *Usefull* (bermanfaat)
- 3) *Increase productivity* (menambah produktifitas)

- 4) *Enhance efectivess* (mempertinggi efektifitas)
- 5) *Improve job performance* (mengembangkan kinerja pekerjaan).²¹

b. Kepercayaan (X_2)

Kepercayaan merupakan variabel independen (X_2). Adapun indikator dari kepercayaan adalah sebagai berikut:

- 1) Sistem keamanan bank
- 2) Sistem kerahasiaan bank
- 3) Jaminan keamanan dan kerahasiaan
- 4) Kompensasi kerugian.²²

c. Minat Menggunakan *E-Banking* BRI Syariah (Y)

Minat menggunakan *E-Banking* BRI Syariah merupakan variabel dependen (Y). adapun indikator dari minat sebagai berikut:

- 1) Keinginan menggunakan
- 2) Akan terus menggunakan di masa mendatang
- 3) Akan secara teratur menggunakan di masa mendatang.²³

d. Kepuasan (Variabel Intervening)

Kepuasan merupakan variabel intervening. Adapun indikator dari kepuasan menurut Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono adalah sebagai berikut:

²¹ Widia Permana & Endang Siti Astuti, *Layanan Perpustakaan via Mobile Data*, (Malang: UB Press, 2012), hlm.51-52.

²² Hans Setiawan Theriady & Dahlia Br Ginting, "Analisis Pengaruh Persepsi Teknologo Informasi, Resiko, Kepercayaan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah dalam Menggunakan *E-Banking* (Studi Kasus: PT. Bank BPRKS Bandung)." *Media Informatika*, Vol.14 No.2 (2015), hlm. 22-23.

²³ Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan*, (Yogyakarta: CV. Andi, 2007), hlm 77.

- 1) Kesesuaian harapan
- 2) Minat berkunjung kembali
- 3) Kesiediaan merekomendasikan.²⁴

F. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar atau postulat tentang suatu hal berkenaan dengan masalah penelitian yang kebenarannya sudah diterima oleh peneliti.²⁵ Asumsi dasar penelitian ini adalah:

1. Persepsi kemanfaatan dan kepercayaan merupakan faktor penting yang dapat membuat mahasiswa FEBI IAIN Madura menggunakan *E-Banking* BRI Syariah.
2. Mahasiswa FEBI IAIN Madura memiliki rekening BRI Syariah sejak awal semester.

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis Penelitian adalah pernyataan sementara yang masih lemah kebenarannya, maka perlu diuji kebenarannya. Kemudian para ahli menafsirkan arti hipotesis adalah dugaan terhadap hubungan antara dua variabel atau lebih. Atau dasar definisi diatas dapat diartikan bahwa hipotesis adalah jawaban atau dugaan sementara yang harus di uji kebenarannya.²⁶ Adapun hipotesis Penelitian ini adalah:

1. Ha₁: Persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menggunakan *E-Banking* BRI Syariah mahasiswa FEBI IAIN Madura.

²⁴ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), hlm. 101.

²⁵ Tim penyusun pedoman penulisan karya ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Pamekasan: STAIN Press, 2015), hlm.10.

²⁶ Syofiyani Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* (Jakarta: Kencana, 2013), hlm.. 38.

2. Ha₂: Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menggunakan *E-Banking* BRI Syariah mahasiswa FEBI IAIN Madura.
3. Ha₃: Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menggunakan *E-Banking* BRI Syariah mahasiswa FEBI IAIN Madura.
4. Ha₄: Persepsi Kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan menggunakan *E-Banking* BRI Syariah mahasiswa FEBI IAIN Madura.
5. Ha₅: Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan menggunakan *E-Banking* BRI Syariah mahasiswa FEBI IAIN Madura.
6. Ha₆: Persepsi Kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menggunakan *E-Banking* BRI Syariah dengan Kepuasan sebagai variabel intervening.
7. Ha₇: Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menggunakan *E-Banking* BRI Syariah dengan Kepuasan Sebagai variabel intervening.

H. Definisi Istilah

Judul proposal ini yaitu “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *E-Banking* BRI Syariah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Madura”. Untuk tidak terjadi kesalah pahaman dalam memberikan interpretasi dan memahami terhadap judul yang diangkat penelitian diatas, maka perlu definisi istilah yang digunakan dalam penelitian ini. Adapun istilah tersebut sebagai berikut:

1. Kemanfaatan (*Usefulness*) merupakan suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu subjek tertentu akan dapat meningkatkan prestasi orang tersebut.²⁷ Sedangkan Persepsi Kemanfaatan (*Perceived Usefulness*) dapat diartikan sebagai kepercayaan seseorang akan manfaat yang timbul akibat menggunakan suatu teknologi.²⁸
2. Kepercayaan adalah suatu tingkat keyakinan seseorang, dalam kata dan tindakan. Kepercayaan merupakan rasa percaya diri dari seseorang yang akan ditemukan atas dasar hasrat/keinginan dari orang lainnya dibandingkan atas kekuatan dirinya sendiri.²⁹
3. Minat menggunakan *E-Banking* BRI Syariah, Minat didefinisikan sebagai keinginan untuk melakukan perilaku tertentu.³⁰ Sedangkan *E-Banking* adalah salah satu bentuk produk jasa yang telah ditawarkan kepada nasabah yang memungkinkan baik individu ataupun bisnis untuk mengakses rekening, melakukan transaksi bisnis, atau mendapatkan informasi produk dan jasa bank melalui jaringan pribadi atau publik, termasuk internet.³¹ Jadi, minat menggunakan *E-Banking* BRI Syariah adalah suatu keinginan/kepercayaan seseorang untuk menggunakan produk jasa yang telah ditawarkan oleh BRI Syariah berupa *Electronic Banking*.

²⁷ Widia Permana & Endang Siti Astuti, *Layanan Perpustakaan via Mobile Data*, (Malang: UB Press, 2012), hlm.51.

²⁸ Giga Bawa Laksana, dkk, "Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking. (Studi pada Nasabah BRI Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah)" *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol.26 No.2 (September 2015), hlm. 3.

²⁹ Tim Ruang Guru, *Kepercayaan (Trust): Pengertian, Definisi, Manfaat dan Faktor-Faktornya Lengkap*, Ruang Guru, diakses dari <https://www.ruangguru.co.id/pengertian-definisi-manfaat-dan-faktor-faktornya-kepercayaan-trust-menurut-para-ahli/> pada tanggal 01 Februari 2020 pukul 12.34 WIB.

³⁰ Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan*, (Yogyakarta: CV. Andi, 2007), hlm. 29.

³¹ Moh. Fauzi, *Komputer untuk Akuntansi dan Bisnis*, (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2018), hlm. 30.

4. Kepuasan didefinisikan sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumen suatu produk atau jasa. Kepuasan adalah suatu bentuk perasaan seseorang yang mendapatkan pengalaman kinerja yang telah memenuhi harapannya.³²

³² Samsul Arifin, "Pengaruh Kepercayaan, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Jepara Indah." *Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis*, Vol.8 No.1 (Maret 2011), hlm. 71-72.