

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.

Perkembangan dunia perbankan syariah saat ini sudah banyak dibuktikan dengan banyaknya bank syariah di berbagai daerah di Indonesia. Kehadiran bank syariah di Indonesia masih relatif baru yaitu dimulai pada awal tahun 1990-an, meskipun masyarakat Indonesia merupakan masyarakat muslim terbesar di dunia. Bank syariah pertama berdiri di Indonesia merupakan hasil kerja tim perbankan MUI, dan kemudian terbentuklah PT Bank muamalat Indonesia (BMI) yang akte pendiriannya ditandatangani tanggal 1 November 1991.¹ Dalam perkembangan selanjutnya kehadiran bank syariah di Indonesia dirasa menggembirakan. Tidak hanya diminati oleh masyarakat muslim, kehadiran bank syariah juga kalangan non-muslim.

Perbankan yang pertama kali didirikan adalah jenis Bank Perkreditan Rakyat Syariah yang kemudian dikembangkan lebih lanjut menjadi Bank Umum Syariah. Bank Perkreditan Rakyat Syariah yang pertama kali didirikan adalah BPR Berkah Amal Sejahtera di Padalarang (Bandung), BPR Dana Mardhatilla di Kopo Sayati (Bandung), dan BPR Amanah Rabbaniah di Banjaran (Bandung) pada tahun 1991.² Awal kebangkitan dari bank syariah ditandai dengan momentum lahirnya UU No. 10 tahun 1998 tentang perubahan atas UU No. 7 tahun 1992 tentang perbankan, telah memungkinkan bank syariah beroperasi sepenuhnya sebagai Bank

¹ Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 164.

² Herry Sutanto, Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), 120.

Umum Syariah (BUS) atau dengan membuka Unit Usaha Syariah (UUS). Maka, lahirlah bank syariah mandiri serta UUS bank IFI.³ Kemudian, lahirlah beberapa bank syariah lain, sehingga pada Desember 2002 terdapat 2 BUS dan 6 UUS, dengan total aset mencapai Rp 4,05 triliun. Dukungan terhadap perbankan syariah semakin kuat dengan disahkannya undang-undang No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah.

Percepatan perkembangan perbankan syariah di Indonesia sangat dirasakan oleh masyarakat dengan banyaknya orang-orang yang mulai beralih untuk menggunakan jasa perbankan syariah. Salah satu bank umum di Indonesia yang berbasis syariah adalah PT. Bank Syariah Indonesia atau disingkat BSI yang merupakan hasil *merger* tiga bank umum syariah yang ada di Indonesia yaitu BNI Syariah, Bank Syariah Mandiri dan BRI Syariah. Sehingga dari ketiga bank tersebut berganti nama menjadi BSI (Bank Syariah Indonesia). Salah satunya Bank Syariah Indonesia KCP Pamekasan di jalan Jokotole yang sebelumnya menjadi bank BRI Syariah KCP Pamekasan. Bank BSI tentunya dalam menjalankan kegiatan bisnisnya dengan memberikan pelayanan yang baik bagi setiap nasabahnya agar hubungan antara pihak bank dengan nasabah tetap terjalin dengan harmonis. Dari banyaknya nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pamekasan, sebagian dari itu ada dari kalangan mahasiswa, dari sekian mahasiswa yang ada di Pamekasan ini adalah mahasiswa IAIN Madura yang mendapatkan beasiswa Bidikmisi. Mahasiswa Bidikmisi IAIN Madura menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pamekasan dikarenakan terjalinnya kerjasama antara pihak bank dengan pihak kampus IAIN

Madura sehingga untuk pencairan beasiswa Bidikmisi bekerjasama dengan Bank Syariah Indonesia KCP Pamekasan.⁴ Jumlah mahasiswa yang mendapat beasiswa Bidikmisi tiap tahunnya berbeda dan mengalami peningkatan. Sejak awal adanya beasiswa bidikmisi di kampus IAIN Madura ini dimulai tahun 2013 sampai dengan 2019 dengan jumlah penerima 517 mahasiswa, namun saat ini yang masih aktif sebagai mahasiswa IAIN Madura sebanyak 337 mahasiswa yaitu dimulai dari angkatan 2017 sampai dengan 2019. Beasiswa Bidikmisi ini dibayarkan setiap enam bulan atau tiap semester dengan nominal Rp. 4.200.000 yang langsung *ditransfer* ke rekening masing-masing penerima beasiswa. Pemberian beasiswa ini dilakukan terus menerus setiap semester dengan jangka waktu sampai 8 semester tanpa mengikuti tes setiap periodenya, artinya mahasiswa penerima bidikmisi hanya cukup satu kali mengikuti tes seleksi selama mendapat beasiswa (8 semester)

Untuk memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah, tentunya pihak bank selalu melakukan peningkatan pelayanan secara terus menerus serta dibantu dengan adanya teknologi digital tentunya sangat akan membantu bagi kelancaran pelayanan bank.

Seiring dengan perkembangan teknologi saat ini tentunya memberikan dampak positif kelancaran di berbagai hal. Dengan adanya teknologi akan berdampak pada percepatan penyebaran informasi, sebagai media hiburan bagi masyarakat luas serta dimanfaatkan oleh beberapa perusahaan untuk menunjang kinerja dari perusahaan tersebut. Salah satu perusahaan yang ikut memanfaatkan teknologi saat ini adalah dalam bidang perbankan. Perkembangan dunia teknologi saat ini menjadi salah satu pendorong pertumbuhan dunia perbankan dengan

⁴ Informasi dari bapak Khalilur Rohman sebagai pembina forum Bidikmisi IAIN Madura.

memberikan kemudahan bagi para pengguna jasa perbankan, memberikan informasi terkini seputar dunia perbankan secara cepat dan efisien. Salah satu produk jasa yang diberikan oleh BSI untuk meningkatkan pelayanan bank adalah dengan adanya layanan *mobile banking* yang diwujudkan dengan sebuah aplikasi *smartphone* dengan nama *BSI Mobile*. Aplikasi *BSI Mobile* merupakan salah satu contoh dari *mobile banking*.

Mobile banking merupakan salah satu wujud dari kemajuan perkembangan teknologi yang dapat diakses melalui perangkat komunikasi. Dan hal tersebut dimanfaatkan oleh sektor perbankan. Dengan tujuan meningkatkan pelayanan kepada nasabah, *Mobile banking* merupakan salah satu bentuk layanan yang disediakan oleh bank untuk memungkinkan nasabah melakukan transaksi melalui ponsel seluler. Dengan didukungnya teknologi yang semakin canggih dan teknologi tersebut mampu dimanfaatkan oleh industri perbankan maka aktivitas perbankan kini dapat dilakukan bermodalkan telepon seluler yaitu dengan fasilitas *Mobile banking*.⁵

Mobile banking merupakan suatu layanan dari perbankan yang menggunakan teknologi yang bertujuan untuk memudahkan nasabah dalam melakukan hal yang berkaitan dengan perbankan, untuk bertransaksi, cek saldo dan juga membeli surat surat berharga seperti saham syariah, sukuk dan jenis surat-surat berharga lainnya. Layanan *Mobile banking* dengan kelebihan yang dimiliki ini sangat membantu nasabah dikarenakan layanan ini bisa digunakan selama 24

⁵ Reza Nurul Ichsan. Lukman Nasution Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Daya Guna Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mandiri *Online* Pada Pt. Bank Mandiri (Persero) Kcp Gatot Subroto 2. *Prosiding Seminar Nasional & Expo Ii Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*. (2019): 112, <https://docplayer.info/211024945-Prosiding-seminar-nasional-expo-ii-hasil-penelitian-dan-pengabdian-masyarakat-2019.html>.

jam per hari dan juga sangat mudah untuk digunakan, hanya dengan menggunakan *smartphone* nasabah dengan mudah melakukan transaksi didukung dengan pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah. Dalam situs resmi BSI terdapat sebuah produk layanan dengan nama *BSI Mobile*, yaitu layanan yang memungkinkan nasabah memperoleh informasi perbankan dan melakukan komunikasi serta transaksi perbankan melalui perangkat yang bersifat mobile seperti telepon seluler/*handphone* menggunakan media menu pada aplikasi *BSI Mobile* dengan menggunakan media jaringan internet pada *handphone* yang dikombinasikan dengan media *Short Message Service (SMS)* secara aman dan mudah.

Antusias nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking* dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantara faktor yang mempengaruhi adalah persepsi-persepsi. Salah satu contoh dari persepsi-persepsi adalah persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko. Kata persepsi didefinisikan sebagai sebuah proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi dan menginterpretasi masukan-masukan informasi guna menciptakan gambaran yang memiliki arti.⁶

Persepsi Kemudahan penggunaan yang diberikan dengan adanya layanan *Mobile banking* tentunya akan menjadi daya tarik tersendiri bagi nasabah. Menurut Jogiyanto dalam Buku Sistem Informasi Keperilakuan dikutip dari jurnal yang ditulis oleh Nina Rizky dan kawan-kawan dijelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.⁷ Pada masa ini mobilitas dan tuntutan hidup

⁶ Indah Wahyu Utami, *Perilaku Konsumen: Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian* (Surakarta: CV Pustaka Wangi, 2017), 78.

⁷ Nina Rizky, Nyoman Putra Yasa Dan Made Arie Wahyuni, Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan *E-Banking* Dalam

menuntut nasabah agar mendapatkan layanan perbankan yang cepat dan efisien sehingga bisa dibawa kemana saja. Selain persepsi kemudahan penggunaan yang diberikan, masih ada nasabah yang belum menggunakan layanan *mobile banking* dikarenakan ketidakpastian dan juga terkait keamanan yang memberikan dampak secara psikologis bagi nasabah dan juga secara ekonomi. Salah satu yang menimbulkan persepsi tersebut adalah persepsi risiko.

Persepsi risiko merupakan suatu persepsi-persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dari menggunakan produk atau layanan. Menurut Sciffman dan Kanuk dikutip dari jurnal yang ditulis oleh Nahla Rahma Yunita, Hadi Sumarsono, Umi Farida, dijelaskan bahwa persepsi risiko adalah dampak yang dapat dirasakan ketika seseorang tidak dapat memperkirakan keputusan yang telah diambil.⁸ Permasalahan yang dihadapi oleh nasabah sehingga mengurangi ketertarikan nasabah untuk menggunakan *mobile banking* ada beberapa diantaranya: takut dengan biaya yang mahal, takut tertipu dan juga takut informasi data pribadi nasabah diretas oleh orang lain dan akan disalahgunakan oleh pihak luar.

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Giga Bawa Laksana, Endang Siti Astuti dan Rizki Yudhi Dewantara terdapat dalam jurnal dengan judul Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan *Mobile banking*. Hasil dari

Bertransaksi Pada Umkm Di Kecamatan Buleleng, *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, Vol: 9 No: 3 (2018): 193, <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/S1ak/article/download/20463/13043>.

⁸ Nahla Rahma Yunita, Hadi Sumarsono, Umi Farida, Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Di Buka Lapak (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo), *ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi* Vol. 3 No. 1 (April 2019): 93, <https://www.researchgate.net/publication/333423794>.

penelitian tersebut menunjukkan persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi resiko dan persepsi kesesuaian secara terpisah (parsial) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*, sedangkan yang memiliki pengaruh paling dominan adalah persepsi kesesuaian.⁹

Pada penelitian lainnya dilakukan oleh Nina Rizky, I Nyoman Putra Rasa Dan Made Arie Wahyuni dalam jurnalnya dengan judul Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaa, Kepercayaan Dan Pengetahuan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *E Banking* Dalam Bertransaksi Pada UMKM Di Kecamatan Buleleng, menunjukkan hasil bahwa persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan pengetahuan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan *E Banking* dalam bertransaksi pada UMKM. Persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan pengetahuan berpengaruh bersama-sama terhadap niat menggunakan *E Banking* dalam bertransaksi pada UMKM.¹⁰

Penelitian yang dilakukan oleh Nina Rizky, I Nyoman Putra Rasa Dan Made Arie Wahyuni ini menjadikan *E Banking* sebagai objek yang diteliti. Jika membandingkan antara *E Banking* dengan *Mobile banking* terdapat berapa kesamaan diantara keduanya, layanan *E Banking* dan *Mobile banking* merupakan penerapan dari perkembangan teknologi saat ini. Keduanya sama-sama menggunakan koneksi internet untuk bisa mengaksesnya, walaupun pada *Mobile*

⁹ Giga Bawa Laksana, Endang Siti Astuti dan Rizki Yudhi Dewantara. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*. [Vol. 26 No. 2 (September 2015): 1, <https://media.neliti.com/media/publications/86309-ID-pengaruh-persepsi-kemanfaatan-persepsi-k.pdf>.

¹⁰ Nina Rizky, Nyoman Putra Yasa Dan Made Arie Wahyuni, Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan *E-Banking* Dalam Bertransaksi Pada Umkm Di Kecamatan Buleleng *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, Vol: 9 No: 3 (2018): 191, <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/S1ak/article/download/20463/13043>.

banking terdapat fitur didalamnya yang tidak menggunakan koneksi internet yaitu dengan layanan SMS. Namun pada saat ini layanan *Mobile banking* identik dengan sebuah aplikasi pada *smartphone* yang memerlukan koneksi internet untuk bisa mengaksesnya. Namun keduanya memberikan kemudahan penggunaan bagi nasabah.

Sebagaimana persepsi kemudahan penggunaan tersebut dan juga keuntungan yang didapat oleh mahasiswa mendapat beasiswa selama 8 semester tanpa diseleksi ulang tiap periodenya, seharusnya banyak nasabah yang dalam kasus ini adalah Mahasiswa Bidikmisi IAIN Madura menggunakan BSI *Mobile*. Namun pada kenyataannya masih banyak mahasiswa Bidikmisi IAIN Madura masih banyak yang belum menggunakan BSI *Mobile* dikarenakan oleh persepsi nasabah terhadap risiko yang terdapat saat memutuskan dalam minat menggunakan layanan BSI *Mobile*. Terdapat dua macam faktor yang mempengaruhi minat nasabah. Hal ini dijelaskan oleh Shofiana dikutip dari jurnal yang ditulis oleh Vina Pandu Winata, Sabri Dan Sandra Dewi dengan judul Analisis Kemudahan Penggunaan, Efisiensi Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan BSM *Mobile banking* Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Payakumbuh, bahwa minat nasabah dipengaruhi oleh dua macam faktor yaitu sebagai berikut : a) *Shared Value* (Nilai Lebih), secara umum menyatakan bahwa perilaku konsumen pada umumnya lebih dipengaruhi oleh penghargaan untuk mencapai suatu hasil yang diinginkan dari pada oleh dorongan dari dalam diri. Konsumen memilih produk tertentu dibandingkan merek yang lainnya karena konsumen mengharapkan akibat positif atas pilihannya tersebut. b) *Communication* (Komunikasi), secara sederhana komunikasi dapat diartikan suatu proses transfer informasi atau pesan-

pesan dari pengiriman pesan (komunikator) kepada penerima (komunikan). Semakin tinggi tingkat komunikasi sosial yang ditampilkan oleh suatu website bank, semakin besar pengaruhnya pada minat konsumen dan meningkatkan kemungkinan konsumen melakukan dan menggunakan transaksi *online*.¹¹

Dari beberapa uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **"Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan BSI Mobile" (Studi Kasus Mahasiswa Bidikmisi IAIN Madura)"**

B. Rumusan Masalah.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, peneliti mengangkat beberapa rumusan masalah pada peneltian ini:

1. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan *BSI Mobile*?
2. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan *BSI Mobile*?
3. Apakah persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *BSI Mobile*?"

¹¹ Vina Pandu Winata, Sabri Dan Sandra Dewi, Analisis Kemudahan Penggunaan, Efisiensi Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Bsm Mobile Banking Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Payakumbuh, *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, Vol. 2 , No. 2 (Juli-Desember, 2018): 204, <https://ejournal.iainbukittinggi.ac.id/index.php/febi/article/download/723/484>.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah masalah diatas, peneliti menuliskan beberapa tujuan pada peneltian ini:

1. Untuk mengetahui apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan *BSI Mobile*.
2. Untuk mengetahui apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan *BSI Mobile*.
3. Apakah persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *BSI Mobile*.

D. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar atau postulat tentang suatu hal berkenaan dengan masalah penelitian yang kebenarannya sudah diterima oleh peneliti.¹² Adapun asumsi penelitian ini :

1. *BSI Mobile* adalah sebuah aplikasi layanan perbankan yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) dan merupakan contoh dari *mobile banking*.
2. Mahasiswa Bidikmisi IAIN Madura adalah mahasiswa IAIN Madura yang masih aktif penerima beasiswa Bidikmisi dan merupakan nasabah dari Bank Syariah Indonesia.
3. Persepsi kemudahan dan persepsi risiko merupakan faktor minat nasabah untuk menggunakan *BSI Mobile*.

¹²Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Madura, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, Edisi revisi, (Pamekasan: STAIN Pamekasan 2015), 10.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris. Hipotesis merupakan jawaban terhadap masalah penelitian yang secara teoretis dianggap paling mungkin dan paling tinggi tingkat kebenarannya.¹³ Adapun hipotesis dalam penelitian ini:

1. H1: persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan *BSI Mobile*.
2. H2: persepsi risiko berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan *BSI Mobile*.
3. H3: persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *BSI Mobile*.

F. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Secara Akademis

a. Bagi Peneliti

Sebagai salah satu cara dalam mengembangkan, menerapkan, serta melatih berpikir secara ilmiah sehingga dapat memperluas wawasan ilmu pengetahuan terutama mengenai topik yang menjadi pembahasan peneliti serta sebagai media untuk menyelesaikan tugas peneliti.

¹³ Ibid, 11

b. Bagi IAIN Madura

Bisa menjadi bahan referensi atau menjadi bahan acuan bagi teman teman mahasiswa khususnya di perpustakaan IAIN Madura.

2. Kegunaan Secara Praktis

a. Bagi Objek (Nasabah)

Dapat dijadikan sebagai bahan acuan atau pedoman bagi nasabah dalam memutuskan untuk menggunakan layanan BSI *Mobile*..

b. Bagi Bank Syariah Indonesia (BSI)

Dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dari kekurangan-kekurangan yang telah terjadi sehingga menjadi lebih baik lagi kedepannya.

G. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup variabel pada penelitian ini adalah variable persepsi kemudahan penggunaan (X_1), variable persepsi risiko (X_2) dan variable minat (Y).

1. Variable persepsi kemudahan penggunaan (X_1) dengan indikator sebagai berikut:¹⁴
 - a. Sangat mudah dipelajari
 - b. Sangat mudah dioperasikan
 - c. Menambah keterampilan pengguna
2. Variable persepsi risiko (X_2) dengan indikator sebagai berikut:¹⁵

¹⁴ F.D. Davis, *percieved usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*, MIS Qyarterly, volume 13, nomor 3 (September, 1989): 318, https://www.researchgate.net/publication/200085965_Perceived_Usefulness_Perceived_Ease_of_Use_and_User_Acceptance_of_Information_Technology.

¹⁵ Paul A. Pavlou, *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology*, MIS Quarterly, *International Journal of Electronic Commerce* / Spring,

- a. Risiko penipuan
 - b. Risiko pencurian data
 - c. Risiko biaya mahal
3. Variable minat (Y) dengan indikator sebagai berikut:¹⁶
- a. Pencarian informasi
 - b. Keputusan penggunaan
 - c. Mereferensikan kepada orang lain

H. Definisi Istilah

1. Persepsi kemudahan penggunaan yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan suatu teknologi tidak memerlukan usaha lebih atau bebas dari usaha.¹⁷
2. Persepsi risiko merupakan tanggapan seseorang terhadap hal yang kurang menyenangkan, merugikan, dan membahayakan dari suatu perbuatan.¹⁸
3. Minat adalah salah satu aspek psikis manusia yang dapat mendorong untuk mencapai tujuan,¹⁹
4. *BSI Mobile* merupakan fasilitas layanan berbasis ponsel yang dapat memudahkan nasabah untuk melakukan pembayaran, cek saldo, transfer,

Vol. 7, No. 3 (September, 2003): 77,

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10864415.2003.11044275>

¹⁶Rini Dwiastuti, Agustina Shinta dan Riyanti Isaskar, *Ilmu perilaku konsumen*, (Malang: UB Press, 2012), 132

<https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/dinamis/article/download/1254/855>

¹⁷ F.D. Davis, perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology, *MIS Quarterly*, volume 13, nomor 3, 320,

https://www.researchgate.net/publication/200085965_Perceived_Usefulness_Perceived_Ease_of_Use_and_User_Acceptance_of_Information_Technology.

¹⁸ Dewi Indriani Jusuf, *perilaku konsumen di masa bisnis online*, (Yogyakarta: IKAPI, 2018), 49.

¹⁹ Muhammad Habibi, Achmad Zaky, Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Syariah, <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/1567>.

isi ulang pulsa, pembayaran ziswaf serta dilengkapi dengan fitur layanan islami, jadwal sholat dan arah kiblat.²⁰

I. Kajian Penelitian Terdahulu

Adapun beberapa tinjauan penelitian terdahulu yang akan dijadikan sebagai tambahan referensi untuk penelitian ini. Berikut ini merupakan penjelasan dari penelitian tersebut:

Tabel 1.1

Tabel Penelitian Terdahulu

NO	Nama peneliti	Judul	Metode penelitian	Hasil penelitian	Persamaan dan perbedaan
1	Giga Bawa Laksana, Endang Siti Astuti dan Rizki Yudhi Dewantara	Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat	Metode penelitian yang dipakai adalah penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif.	Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian secara parsial berpengaruh signifikan	a. Persamaan dengan penelitian ini adalah pada variable bebas terdapat beberapa kesamaan variabel yaitu persepsi kemudahan dan juga

²⁰ <https://bsimobile.co.id/> diakses pada tanggal 25/8/2021 pada pukul 17:36

		Menggunakan <i>Mobile banking</i> , Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia KCP Rembang Jawa Tengah, 2015		terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> . Dengan besar nilai pengaruhnya sebesar 50,4% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang	persepsi risiko. Selain itu persamaannya sama sama menggunakan pendekatan kuantitatif. b. perbedaan dengan penelitian ini adalah terdapat pengurangan variabel dari penelitian sebelumnya yaitu persepsi kesesuaian.
2	Vina Pandu Winata, Sabri dan	Analisis Kemudahan Penggunaan, Efisiensi Dan	Jenis penelitian yang di gunakan	Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan	a. Persamaan dengan penelitian ini adalah

	Sandra Dewi	Keamanan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan <i>BSM Mobile Banking</i> Pada Bank Syariah Mandiri Syariah Kantor Cabang Payakumbuh, 2018	adalah jenis klausa komparatif. Karena, melibatkan kegiatan peneliti yang diawali dari mengidentifikasi kasi hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat	bahwa kemudahan penggunaan, efisien dan keamanan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan <i>BSM Mobile banking</i> , baik parsial maupun secara simultan.	terdapat kesamaan dalam penggunaan variabel bebas terdapat sama sama variable persepsi kemudahan dan dalam penggunaan variabel terikat sama sama menggunakan variabel minat b. perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian
--	----------------	--	---	---	---

					terdahulu menggunakan jenis pendekatan klausa komparatif
3	Maria Loki Kristianti dan Rilo Pambudi	Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Tingkat Keamanan, Dan Fitur Layanan Terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Pada Mahasiswa Di DKI Jakarta, 2017	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dan menggunakan penyebaran kuisisioner untuk pengumpulan datanya. Pemilihan responden dalam penelitian tersebut dibatasi dengan	Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Tingkat Keamanan, Dan Fitur Layanan memiliki pengaruh positif Terhadap	a. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada jenis penelitian yaitu dengan pendekatan kuantitatif dan juga memiliki kesamaan pada teknik pengumpulana datanya yaitu dengan penyebaran kuisisioner.

			beberapa kriteria	Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Pada Mahasiswa di DKI Jakarta	b. Perbedaan dengan penelitian ini adalah penggunaan variabel bebas pada penelitian terdahul terdapat perbedaan serta lebih banyak dibandingkan dengan penelitian saat ini
4	Achmad fandi	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan penyebaran kuisioner. Metode	Pada hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh	a. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama sama menggunakan

		Banking PT. Bank Syariah Mandiri Surabaya, 2019	pengambilan sampel yang digunakan Non <i>Probability Sampling</i>	secara signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan <i>mobile banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya.</i>	pendekatan kuantitatif dan menggunakan <i>metode non probability sampling</i> b. Perbedaan dengan penelitian ini adalah pada variabel bebas yang menggunakan satu variabel yaitu variabel kualitas layanan
--	--	--	---	---	---