

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era tahun 2000-an merupakan puncak dari kemajuan teknologi yang sangat cepat, novasi teknologi berubah menjelma seperti budaya dalam kehidupan saban orang, dan setiap saat orang memanfaatkan teknologi. Aktivitas mulai diringankan melalui berbagai kemudahan yang diberikan, seperti sarana komunikasi, transaksi, pembelajaran, hingga keperluan amat personal sekalipun selalu terbantu ketika menggunakan teknologi.¹

Bersamaan dengan lajunya kemajuan dan peningkatan teknologi, manusia saat ini telah beralih dari kerangka kerja manual ke kerangka kerja yang kian fungsional dan mudah dioperasikan. Hal ini karena masyarakat modern saat ini sudah terbiasa dengan teknologi internet.²

Berbagai macam bisnis berbasis internet mulai bermunculan sebagai dampak dari pertumbuhan populasi pengguna internet di Indonesia dan kemajuan teknologi, khususnya maraknya perangkat *smartphone*, di era globalisasi. Salah satunya adalah di dunia keuangan yang kini mulai membuka pintu untuk bisnis keuangan. Di Indonesia, perbankan

¹ Muhammad Danuri, Perkembangan Dan Transformasi Teknologi Digital, *INFOKAM*, Vol.15 No.2 (September, 2019) : 118

² Nabillah Purba, Mhd Yahya dan Nurbaiti, “Revolusi Industri 4.0 : Peran Teknologi Dalam Eksistensi Penguasaan Bisnis Dan Implementasinya”, *Jurnal Perilaku dan Strategi Bisnis*, Vol.9 No.2, (2021) : 93, DOI : <https://doi.org/10.26486/jpsb.v9i2.2103>.

berlomba-lomba menghasilkan suatu fasilitas yang mengikuti perkembangan teknologi untuk memudahkan transaksi.³

Dalam mengefektifkan dan memanfaatkan inovasi digital yang canggih, perbankan syariah telah melakukan berbagai pengembangan agar dapat memudahkan transaksi nasabah sehari-hari, salah satunya dengan membuat aplikasi perbankan syariah berbasis online seperti *BSI Mobile*.

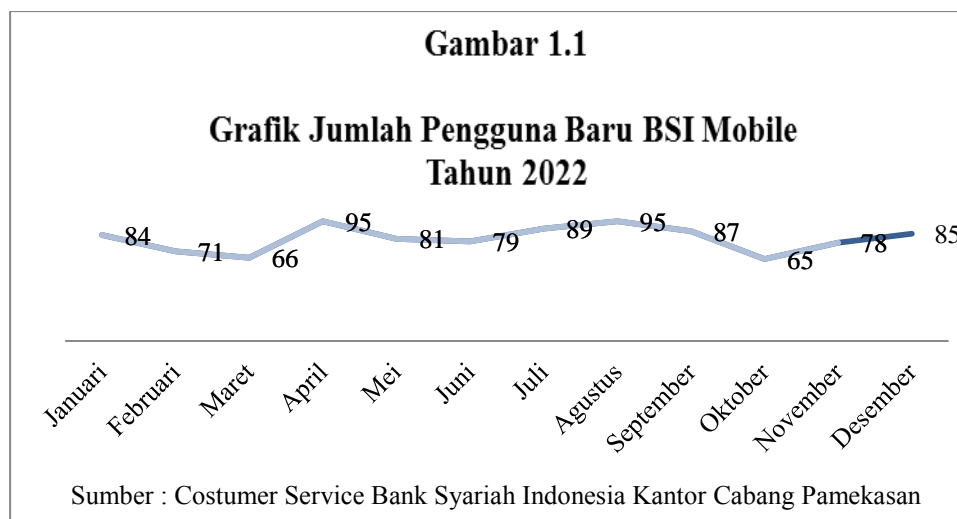
Layanan aplikasi perbankan syariah digital bernama *BSI Mobile* dapat memudahkan nasabah melakukan transaksi kapanpun dan dimanapun. Fitur-fitur pada aplikasi *BSI Mobile* seperti cek dan transfer saldo, pembayaran kebutuhan, pembayaran zakat, sedekah dan lainnya hampir sama dengan layanan ATM BSI.

Layanan yang ditawarkan perbankan syariah diharapkan dapat membuat nasabah dapat menggunakan dan memanfaatkan dengan baik fasilitas yang tersedia melalui inovasi produk dengan menggunakan aplikasi teknologi internet tersebut.⁴

Fasilitas tersebut tentunya mampu menarik nasabah untuk mulai bertransaksi secara digital khususnya di wilayah Pamekasan. Terbukti dengan besarnya jumlah nasabah yang memutuskan untuk menggunakan *BSI Mobile* pada tahun 2022 seperti pada tabel berikut:

³ Audy Gesta dan Vivi Silvia, Peran Penggunaan Bsi Mobile Banking Dalam Kemudahan Bertransaksi Di Era Modern", *Jurnal Of Informatics And Bussines*, Vol.1 No.4, (Januari 2024): 290

⁴ Diva angelia, "Aplikasi Mobile Banking Paling Banyak Digunakan Masyarakat Indonesia 2022," GoodStats, diakses dari <https://goodstats.id/article/aplikasi-mobile-banking-paling-banyak-digunakan-masyarakat-indonesia-2022Vb18V> pada tanggal 3 Mei 2023 pukul 14.25 WIB.



Terlepas dari banyaknya nasabah yang menggunakan layanan BSI *Mobile* terdapat perilaku konsumen yang melatar belakangi nasabah BSI KC Pamekasan untuk memutuskan menggunakan aplikasi tersebut.

Perilaku konsumen adalah pembelajaran personal, kelompok atau organisasi dalam cara menentukan pilihan, menjaga, mengaplikasikan, menghabiskan suatu barang, jasa, pengetahuan ataupun gagasan guna keperluan kesenangan dan dampak proses-proses tersebut kepada konsumen dan masyarakat. Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor psikologi konsumen seperti motivasi dan persepsi kemudahan.⁵

Motivasi dapat diartikan sebagai sesuatu yang mendorong seseorang berperilaku tertentu.⁶ Dengan kata lain, motivasi itulah yang mendorong nasabah hendak menggunakan BSI *Mobile*.

Persepsi ialah suatu proses yang muncul berkat adanya sensasi, aktivitas merasakan atau lantaran kondisi emosi yang menyenangkan itulah yang disebut sensasi.⁷

⁵ Usman Effendi, *Psikologi Konsumen*, (Jakarta : PT. Rajagafindo Persada, 2016), 29

⁶ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2019), 25

Dalam memilih jasa perbankan, nasabah Bank Syariah Indonesia tentunya didorong oleh kepercayaannya sebagai umat muslim agar melakukan transaksi syariah sesuai dengan syariat Islam. Oleh karena itu, untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi sehari-hari tentunya nasabah memelurkan aplikasi BSI Mobile agar dapat bertransaksi dimana dan kapan saja tanpa harus meluangkan waktu dan tenaganya untuk datang ke bank.⁸

Hal ini benar adanya, persepsi nasabah yang percaya bahwa sebagai umat muslim tentu diharuskan melakukan transaksi sesuai dengan syariat Islam inilah yang mendorong nasabah untuk menggunakan BSI Mobile.⁹ Beberapa nasabah juga tertarik menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia karena nasabah pengguna BSI Mobile dapat bebas bertransaksi hingga saldo Rp0. Namun, nasabah pengguna BSI Mobile kadang kala juga mengeluhkan adanya eror pada aplikasi sehingga nasabah tidak dapat mengecek saldo maupun bertransaksi lainnya. Selain itu, terkadang saldo yang ditransfer memerlukan waktu yang cukup lama untuk masuk ke rekening penerimanya.¹⁰

Dari latar belakang masalah diatas penulis tertarik melakukan penelitian dengan mengangkat judul **“Pengaruh Motivasi dan Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Nasabah Bank Syariah Kantor Cabang Pamekasan Menggunakan BSI Mobile”**.

⁷ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2019), 90

⁸ Angga Ardias, Customer Servis BSI KC Pamekasan, *wawancara lewat telepon* (21 April 2024)

⁹ Pengguna BSI Mobie, *wawancara langsung* (29 April 2024)

¹⁰ Pengguna BSI Mobie, *wawancara langsung* (19 April 2024)

B. Rumusan Masalah

1. Apakah motivasi secara parsial berpengaruh pada keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pamekasan menggunakan *BSI Mobile*?
2. Apakah persepsi kemudahan secara parsial berpengaruh pada keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pamekasan menggunakan *BSI Mobile*?
3. Apakah motivasi dan persepsi kemudahan secara simultan berpengaruh pada keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pamekasan menggunakan *BSI Mobile*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh motivasi terhadap keputusan nasabah BSI KC Pamekasan menggunakan *BSI Mobile*
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan nasabah BSI KC Pamekasan menggunakan *BSI Mobile*.
3. Untuk menganalisis pengaruh motivasi dan persepsi kemudahan terhadap keputusan nasabah BSI KC Pamekasan menggunakan *BSI Mobile*.

D. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Penulis

Merupakan tahapan dalam proses penanaman, pengamalan, dan pengasahan pemikiran ilmiah dalam rangka memperluas ilmu pengetahuan, khususnya yang berkaitan dengan pokok kajian dan sebagai sarana penyelesaian tugas akhir penelitian.

2. Bagi Lembaga

Diharapkan dapat memastikan nasabah konsisten, menyambut dengan baik, dan terdorong menggunakan aplikasi BSI Mobile, semoga dengan adanya penelitian ini mampu memberikan informasi dan rekomendasi yang berguna bagi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pamekasan untuk dapat memperkenalkan terobosan baru dengan sistem yang sederhana dan terpercaya.

3. Bagi IAIN Madura

Dapat digunakan sebagai bahan bacaan mahasiswa lain sebagai bahan referensi pengerjaan tugas akhir khususnya di perpustakaan IAIN Madura.

E. Ruang Lingkup

Variabel motivasi (X1), persepsi kemudahan (X2) dan keputusan (Y) merupakan bagian dari ruang lingkup dalam penelitian ini. Agar variabel di atas memiliki batasan terhadap materi yang akan diteliti, maka indikator dari variabel tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Indikator Motivasi (X1)¹¹ :
 - a. Upaya
 - b. Kebutuhan
 - c. Tujuan
2. Indikator Persepsi Kemudahan (X2):¹²
 - a. Sangat mudah dipelajari
 - b. Jelas dan mudah dimengerti
 - c. Meningkatkan keterampilan bagi pengguna
 - d. Sangat mudah digunakan
3. Indikator Keputusan (Y)¹³:
 - a. Pemahaman adanya masalah
 - b. Pencarian alternatif pemecahan
 - c. Evaluasi alternatif
 - d. Keputusan Pembelian
 - e. Perilaku pasca pembelian

F. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar atau postulat tentang suatu hal berkenaan dengan masalah penelitian yang kebenarannya sudah

¹¹ Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2019), 26

¹²Hans Setiyawan dan Dahlia Ginting, "Analisis Pengaruh Persepsi Informasi, Resiko, Kepercayaan, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Dalam Menggunakan Ebanking", *Media Informatika*, Vol.14 No.2, (2015) : 21

¹³ Indah Wahyu Utami, *Perilaku Konsumen* , (Surakarta : CV. Pustaka Bengawan, 2017), 83

diterima oleh peneliti.¹⁴ Dalam hal ini penelitian dengan variabel keputusan dipengaruhi oleh motivasi¹⁵, persepsi kemudahan¹⁶, pengetahuan¹⁷, sikap¹⁸, dan gaya hidup¹⁹. Sedangkan variabel yang tidak digunakan dalam penelitian ini yaitu pengetahuan, sikap, dan gaya hidup dimana nilainya dianggap konstan.

G. Hipotesis Penelitian

Jawaban sementara yang keabsahannya masih diragukan dan perlu diuji, atau ringkasan kesimpulan teoretis yang didapat dari tinjauan pustaka inilah yang disebut sebagai hipotesis.²⁰

Adapun hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

¹⁴ Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Pamekasan : IAIN Madura. 2020), 17

¹⁵ Lidia Aprianti dan Herry Widagdo, "Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Penggunaan Internet Banking BCA Di Kota Palembang", *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, Vol.3 No.2, (April 2022), <https://doi.org/10.35957/prmm.v3i2.2317>.

¹⁶ Salsabillah Ainun Aiini dkk, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Fitur Layanan Islami Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Cabang Jember", *National Multidisciplinary Sciences*, Vol. 1 No. 3 (2022), <https://doi.org/10.32528/nms.v1i3.83>. Zaki, "Pengaruh Sikap Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Kota Pariaman", *Jurnal Ekonomika dan Bisnis*, Vol. 2 No. 1 (Maret 2022), <https://doi.org/10.47233/jebis.v2i1.184>.

¹⁷ Muslimah, "Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Manfaat, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pedagang Pasar Limbur Raya Kabupaten Kotabaru Menggunakan Mobile Banking", (Skripsi, UIN Antarasari, Banjarmasin, 2023). Ahmad Hisyam, Pengaruh Pengetahuan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Bank Panin Syariah Tbk), (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2022)

¹⁸ Rosilia Salmah dan Luqman Hakim, Pendapatan, Pendidikan, Persepsi Kemudahan, dan Sikap sebagai Mediasi terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Syaria'h, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol.7 No2, (2021), <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2>. Ziza Ricmala, Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Sikap Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Bagi Nasabah Bank Mandiri di Surabaya, (Thesis, STEI Perbanas Surabaya, Surabaya, 2016).

¹⁹ Mutiara Islamiya, Pengaruh Gaya Hidup dan Keputusan Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia (Studi pada Generasi Z di Kota Banda Aceh), (Thesis, UIN Ar Raniry, Banda Aceh, 2022). Salsabila Linnatunnisa, Pengaruh gaya hidup dan perceived ease of use terhadap keputusan mahasiswa menggunakan mobile banking dengan sikap pengguna sebagai variabel mediasi. (Thesis, UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang, 2022).

²⁰ Nanang Martono, *Metode penelitian Kuantitatif*, (Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada, 2011), 63

- A. H1 : Motivasi memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pamekasan menggunakan BSI *Mobile*.
- B. H2 : Persepsi kemudahan memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah BSI KC Pamekasan menggunakan BSI *Mobile*.
- H3 : Motivasi dan persepsi kemudahan secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pamekasan menggunakan BSI *Mobile*.

H. Definisi Istilah

1. Mobile banking, yaitu layanan perbankan non tunai, untuk memeriksa saldo rekening, melakukan transfer antar rekening, membayar tagihan, mengisi pulsa, dan melakukan transaksi lainnya dengan menggunakan telepon seluler (ponsel) berbasis GPRS.²¹
2. Motivasi berasal dari bahasa latin *movere* yang artinya menggerakkan. Pentingnya motivasi karena motivasi adalah hal yang menyebabkan, menyalurkan, dan mendukung perilaku manusia²²
3. Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa di menggunakan suatu teknologi akan bebas

²¹Aan Ansori, "Sistem Informasi Perbankan Syariah", *Jurnal BanqueSyar'i*, Vol.4, (2018) : 198, <https://doi.org/10.32678/bs.v4i2.1131>.

²² Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2019), 26

dari usaha jika seseorang merasa percaya bahwa suatu sistem mudah digunakan maka ini juga.²³

4. Pengambilan keputusan konsumen, yaitu seseorang yang dengan hati-hati mempertimbangkan kualitas suatu merek, produk, atau layanan dan melakukan prosedur seleksi untuk memilih di antara alternatif yang tersedia terhadap masalah persyaratan.²⁴

I. Kajian Penelitian Terdahulu

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

1. Penelitian Explanatory Research karya Salsabillah Ainun Aini, dkk. Berjudul Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Fitur Layanan Islami Terhadap Keputusan Nasabah Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Cabang Jember. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang menggunakan data numerik yang diperoleh dari skor jawaban responden, yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia cabang Jember.

Temuan penelitian ini menandakan bahwa keputusan konsumen dalam menggunakan mobile banking dipengaruhi secara positif dan

²³ Ni Made Ari dan I Gde Warmika, "Peran Persepsi Penggunaan, Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan Mobile Commerce Di Kota Denpasar", *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.5 No.4, (2016) : 2609

²⁴ Usman Effendi,, *Psikologi Konsumen*, (Jakarta : PT. Rajagafindo Persada, 2016),249

signifikan oleh persepsi mereka terhadap kemudahan dan fitur layanan syariah.²⁵

2. Penelitian deskriptif kuantitatif karya Zaki berjudul Pengaruh Sikap dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking di Kota Pariaman.

Temuan penelitian ini menandakan bahwasanya keputusan nasabah dalam menggunakan mobile banking di Kota Pariaman dipengaruhi secara signifikan oleh sikap dan persepsi kemudahan, baik secara parsial maupun bersamaan.²⁶

3. Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko, dan Manfaat Terhadap Keputusan Nasabah Penggunaan Mobile Banking BRI dengan Metode Penelitian Kuantitatif (Adria Yudi Kurnia putra, dkk). Analisis statistik data dalam penelitian ini dikerjakan dengan menggunakan model regresi linear berganda.

Temuan studi ini menandakan bahwa meskipun risiko yang dirasakan tidak memiliki dampak yang nyata terhadap pilihan penggunaan mobile banking BRI di Surabaya, persepsi kemudahan dan manfaat memiliki pengaruh positif yang kuat.²⁷

²⁵Salsabillah Ainun Aiini dkk, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Fitur Layanan Islami Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Cabang Jember", *National Multidisciplinary Sciences*, Vol. 1 No. 3 (2022), <https://doi.org/10.32528/nms.v1i3.83>.

²⁶Zaki, "Pengaruh Sikap Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Kota Pariaman", *Jurnal Ekonomika dan Bisnis*, Vol. 2 No. 1 (Maret 2022), <https://doi.org/10.47233/jebbs.v2i1.184>.

²⁷Adria Yudi Kuriniaputra dan Mochamad Nurhadi, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko dan Manfaat Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking BRI", *Journal of Business And Banking*, Vol.1 No.2 (September, 2021), <https://doi.org/10.14414/jbb.v8i1.1557>.

4. Penelitian oleh Rosilia Salmah dan Luqman Hakim yang berjudul *Pendapatan, Pendidikan, Persepsi Kemudahan, Dan Sikap Sebagai Mediasi Terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Syariah* merupakan jenis penelitian kuantitatif melalui pendekatan kausalitas. Teknik sampling yang digunakan yaitu purposive sampling dengan menggunakan kuesioner skala likert sebagai instrumen penelitian.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan dan tingkat pendidikan tidak memiliki pengaruh yang signifikan sedangkan persepsi kemudahan merupakan faktor utama yang memengaruhi keputusan penggunaan mobile banking.²⁸

5. Penelitian oleh Lidia Aprianti dan Herry Widagdo yang berjudul *Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Penggunaan Internet Banking BCA Di Kota Palembang* merupakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen yang terdiri dari persepsi, motivasi, pembelajaran, keyakinan, dan sikap.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi, motivasi, pembelajaran, keyakinan, dan sikap berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Internet Banking BCA.²⁹

²⁸ Rosilia Salmah dan Luqman Hakim, "Pendapatan, Pendidikan, Persepsi Kemudahan, Dan Sikap Sebagai Mediasi Terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Syariah", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol.7 No.2, (2021), <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2473>.

²⁹ Lidia Aprianti dan Herry Widagdo, "Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Penggunaan Internet Banking BCA Di Kota Palembang", *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, Vol.3 No.2, (April 2022), <https://doi.org/10.35957/prmm.v3i2.2317>.

Tabel 1.1
Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu

No	Nama/Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Salsabillah Ainun Aini, Bayu Wijayantini, dan Rusdiyanto “Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Fitur Layanan slami Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah indonesia Cabang Jember”	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat satu variabel independen yang sama yaitu Variabel Persepsi Kemudahan. • Terdapat persamaan variabel dependen yaitu keputusan nasabah menggunakan mobile banking. 	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan metode penelitian yang berbeda yaitu <i>Explanatory Research</i> • Objek penelitian yang berbeda yaitu nasabah pengguna Mobile Banking Bank Syariah indonesia Cabang Jember.

2	<p>Zaki</p> <p>Pengaruh Sikap Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Kota Pariaman</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat satu variabel independen yang sama yaitu Variabel Persepsi Kemudahan. • Terdapat persamaan variabel dependen yaitu keputusan nasabah menggunakan mobile banking. 	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan jenis penelitian yang berbeda yaitu penelitian kuantitatif deskriptif • Objek penelitian yang berbeda yaitu nasabah pengguna Mobile Banking di Pariaman.
3	<p>Adria Yudi Kuriniaputra dan Mochamad Nurhadi</p> <p>“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko dan</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat satu variabel independen yang sama yaitu Variabel Persepsi Kemudahan. • Terdapat 	<ul style="list-style-type: none"> • Objek penelitian yang berbeda yaitu nasabah pengguna mobile banking BRI di Surabaya.

	Manfaat Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking BRI”	<p>persamaan variabel dependen yaitu keputusan nasabah menggunakan mobile banking.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Merupakan penelitian kuantitatif dengan regresi linear berganda sebagai teknik analisis datanya. 	
4	Rosilia Salmah dan Luqman Hakim “Pendapatan, Pendidikan, Persepsi Kemudahan, Dan Sikap Sebagai Mediasi Terhadap	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat satu variabel independen yang sama yaitu Variabel Persepsi Kemudahan • Terdapat persamaan subjek 	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan jenis penelitian yang berbeda yaitu penelitian kuantitatif Pendekatan kausaitas • Objek penelitian yang berbeda

	Keputusan Penggunaan Mobile Banking Syariah”	penelitian yaitu Mobile Banking Bank Syariah.	yaitu nasabah pengguna mobile banking syariah di Surabaya
5	Lidia Aprianti dan Herry Widagdo “Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Penggunaan Internet Banking BCA Di Kota Palembang”	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat satu variabel independen yang sama yaitu Variabel Motivasi • Terdapat persamaan variabel dependen yaitu keputusan nasabah. 	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan teknik sampling yang berbeda yaitu purposive sampling • Objek penelitian yang berbeda yaitu nasabah penggunaan internet banking BCA di kota Palembang