

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEAMANAN DAN KEMUDAHAN
TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN LAYANAN *MOBILE BANKING*
PADA PT. BANK SYARIAH INDONESIA DI TANGERANG**

Edy Junaedi

STAI Asy-Syukriyyah Tangerang

edy.junaedi@Asy-syukriyyah.ac.id

Neneng

STAI Asy-Syukriyyah Tangerang

neneng@gmail.com

Abstract: *This study aims to investigate the effect of benefits, safety and convenience on customers' interest in using Mobile Banking. The growth of transactions on BSI mobile has increased very rapidly during the Covid-19 pandemic from March 2020 to July 2021, the number of mobile banking users is 2.5 million users with BSI mobile transaction growth of 46.4 million transactions, up to 97.4 %. The increase in mobile BSI transactions was driven by the presence of new habits from Indonesian people during the Covid-19 pandemic and customer financial transaction activities in shopping on e-commerce. The research method by collecting data using research questionnaires and data processing using SPSS version 22. The benefits variable has a coefficient value of 0.76, has a positive effect on interest with a significant value of 0.02. The security variable has a coefficient value of 0.169, the Security Perception variable has a positive effect on interest, but not significant with a value of 0.162. The convenience variable gives a coefficient value of .464. Ease has a positive and significant effect of .000 on the interest in using mobile banking. The results of the F count show the number 74.210 and a significant value of 0.000, which is less than the value of 0.5. This means that the independent variables simultaneously or simultaneously affect the dependent variable.*

Keywords: Bank Syariah Indonesia, Mobile Banking, Customer

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk melakukan investigasi pengaruh Manfaat, keamanan dan kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking*. Pertumbuhan transaksi pada BSI *mobile* mengalami peningkatan yang sangat pesat pada masa pandemi covid-19 sejak maret 2020 hingga sampai bulan juli 2021 jumlah pengguna *mobile banking* 2,5 juta pengguna dengan pertumbuhan transaksi BSI *mobile* sebesar 46,4 juta transaksi atau naik hingga 97,4%. Peningkatan transaksi BSI *mobile* ini didorong karena hadirnya kebiasaan baru dari masyarakat indonesia saat masa pandemi covid-19 dan aktivitas transaksi keuangan nasabah dalam berbelanja di e-commerce. Metode penelitian dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner penelitian dan pengolahan data menggunakan SPSS versi 22. Variabel manfaat memiliki nilai *coefficients* sebesar 0.76, berpengaruh positif terhadap minat dengan nilai signifikan 0,02. Variabel keamanan memiliki nilai *coefficients* sebesar 0.169, variabel Persepsi Keamanan berpengaruh positif terhadap minat, namun tidak signifikan dengan nilai sebesar 0,162. Variabel kemudahan memberikan nilai koefisien sebesar, 464 Kemudahan berpengaruh secara Positif dan signifikan sebesar ,000 terhadap minat menggunakan mobile banking. Hasil F hitung menunjukkan angka 74,210 dan nilai signifikan 0.000 yaitu lebih kecil dari nilai 0.5 ini berarti bahwa variabel-variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen.

Keywords: Bank Syariah Indonesia, Mobile Banking, Nasabah

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dan telekomunikasi dimanfaatkan oleh industri perbankan syariah yaitu aplikasi layanan *Mobile Banking* dan *Internet Banking*, dimana aktifitas tersebut dapat dilakukan melalui sambungan internet.¹

Pada era informasi digital saat ini memberikan dampak perubahan pada perilaku konsumen dalam melakukan segala transaksi, dimana konsumen sangat mengedepankan aspek kemanfaatan, keamanan, kemudahan, fleksibilitas, efisiensi, dan kesederhanaan. Sehingga mempengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan dan kegiatan manusia.

Pelayanan jasa bank adalah produk jasa bank yang diberikan pada nasabah bank dalam memenuhi kebutuhannya. Bank menawarkan produk jasa dengan tujuan dapat memberikan pelayanan pada nasabah bank atau pihak lain yang memerlukannya. Dengan memberikan layanan jasa bank, maka pihak bank akan memperoleh pendapatan. Pendapatan yang diperoleh bank yang berasal dari pendapatan atas produk jasa disebut dengan *fee based income*.²

Karena semakin ketat persaingan antar bank membuat bank berlomba- lomba dalam memberikan pelayanan jasa yang baik. Dengan Pelayanan jasa bank yang baik akan memberikan dampak positif terhadap peningkatan usaha bank serta akan mengundang ketertarikan nasabah untuk menggunakan layanan jasa dari bank tersebut. Pelayanan jasa yang sudah umum dilakukan oleh bank syariah ialah dengan menggunakan berbagai jenis akad dengan karakteristik masing-masing jasa bank syariah.

Perbankan syariah indonesia terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dimana masing-masing mengalami pertumbuhan yang positif. Berikut data industri pada perbankan syariah:

Data Industri Perbankan Syariah 2017-2021

Per Desember (Miliar)

TAHUN	ASSET	(%)	DPK	(%)
2017	442.753	0%	337.621	0%
2018	477.327	8%	371.828	10,1%
2019	524.564	10%	416.558	12,0%
2020	593.948	13%	465.977	11,9%
2021	676.735	14%	536.993	15,0%

Sumber: Statistik Perbankan Syariah – Data diolah

¹ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), hlm. 193

² Ibid, hlm. 193.

Aset industri perbankan syariah terus tumbuh, dapat dilihat dari tabel diatas pada tahun 2017 DPK sebesar 337.621, pada tahun 2018 DPK sebesar 371.828. tumbuh sebesar 34.207 atau sekitar 10,1%. Pada tahun 2019 DPK sebesar 416.558, pada tahun 2020 DPK sebesar 465.977, dan pada tahun 2021 DPK sebesar 536.993. kenaikan yang dialami pada tahun 2018-2019 sebesar 44.730 atau 12,0%, pada tahun 2019-2020 sebesar 49.419 atau 11,9%, pada tahun 2020-2021 sebesar 71.016 atau sekitar 15%. Selama 5 tahun DPK dari tahun 2017-2021 tumbuh sebesar 225.372. Berdasarkan dari data diatas bahwa peningkatan Aset dan DPK tertinggi dialami pada tahun 2020-2021 padahal itu adalah masa pandemi covid.

Mobile banking adalah layanan jasa perbankan yang disediakan oleh bank termasuk bank syariah supaya pihak nasabah bisa melakukan transaksi setiap saat, tanpa harus datang langsung ke bank atau meja Teller. *Mobile banking* bertujuan untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah, memenuhi keinginan pasar, memberi kemudahan kepada nasabah dalam bertransaksi. Ada beberapa fasilitas yang disediakan yang dapat digunakan nasabah pada aplikasi *mobile banking* seperti dapat mengirim uang (*transfer*) antar rekening atau antar bank lain, membayar tagihan telepon rumah, listrik, angsuran kredit rumah, mobil, motor, pembayaran belanja online atau pinjaman apapun setiap bulan atau asuransi jiwa, asuransi mobil, dan transaksi non-finansial lainnya yang dapat digunakan hanya melalui *smartphone*.

Bank yang menerapkan fasilitas layanan *mobile banking* untuk memudahkan nasabahnya dalam bertransaksi keuangan ialah Bank Syariah Indonesia (BSI), Bank BSI adalah bank syariah di indonesia yang merupakan hasil gabungan dari anak perusahaan BUMN bidang perbankan diantaranya BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri dan BNI Syariah. Bank BSI menyediakan layanan *mobile banking* kepada para nasabah yang bernama *BSI Mobile*. Berikut data nasabah dan pengguna *mobile banking* pada PT. Bank Sayariah Indonesia.

Tabel 1.2**Jumlah Nasabah dan pengguna Mobile Banking**

No	Uraian	Nasabah	Mobile Banking
1.	Bank Syariah Indonesia	15,5 Juta Nasabah	2,7 Juta Nasabah
2.	BSI Di Tangerang	406.968 Nasabah	73.254 Nasabah

Sumber : BPS Tangerang

Pertumbuhan transaksi pada BSI mobile mengalami peningkatan yang sangat pesat pada masa pandemi covid-19 sejak maret 2020 hingga sampai bulan juli 2021 jumlah pengguna

mobile banking 2,5 juta pengguna dengan pertumbuhan transaksi BSI mobile sebesar 46,4 juta transaksi atau naik hingga 97,4%. Peningkatan transaksi BSI mobile ini didorong karena hadirnya kebiasaan baru dari masyarakat Indonesia saat masa pandemi covid-19 dan aktivitas transaksi keuangan nasabah dalam berbelanja di e-commerce.

Jumlah pengguna BSI mobile sampai dengan tanggal 17 Agustus 2021 sebanyak lebih dari 2,7 juta user atau meningkat 79% sejak awal tahun 2021 secara YoY dengan pertumbuhan user aktif mencapai dari 1,1 juta nasabah atau meningkat sebanyak 92,5% secara YoY.³

Sedangkan Nasabah Bank Syariah Indonesia yang menggunakan layanan *mobile banking* di Tangerang hanya berjumlah sekitar 73.254 pengguna dari jumlah 406.968 Nasabah. Meskipun terjadinya peningkatan jumlah pengguna pada masa pandemi tetapi jika dibandingkan dengan jumlah nasabah ternyata peminat pengguna layanan mobile banking masih terbilang rendah belum mencapai 50%, masa pandemi Covid-19 saat ini adalah contoh kondisi yang mengharapkan penggunaan teknologi digital dalam segala bidang. Karena adanya pembatasan ruang social dan ruang public serta penerapan physical distancing sehingga kegiatan transaksi perbankan secara langsung dibatasi. Untuk itu BSI terus melakukan pengembangan teknologi guna menarik daya minat nasabah dalam pengaplikasian layanan dari *mobile banking*.

Alasan utama masyarakat menggunakan fasilitas layanan *Mobile banking* yaitu dapat memberikan dampak manfaat terhadap nasabah dengan adanya aplikasi *m-banking* mampu membantu aktivitas transaksi perbankan dengan mudah sehingga dapat meningkatkan kinerja dari nasabah.

Selain itu dengan adanya *mobile banking* dapat memberikan kemudahan kepada nasabah dalam bertansaksi sehingga nasabah bisa melakukan transaksi kapan pun dan dimana saja. Sehingga kenyamanan dan keamanan nasabah menjadi sebuah pertimbangan yang perlu diperhatikan oleh pihak bank dalam penggunaan fasilitas *mobile banking* sebab terintegrasi dengan teknologi dan layanan internet yang mudah dimanfaatkan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Oleh karena itu perumusan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Apakah Persepsi Manfaat berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile Banking*?
2. Apakah Persepsi Keamanan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile Banking*?

³ <https://www.bankbsi.co.id> (Diakses 02 Januari 2021)

3. Apakah Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile Banking*?
4. Apakah Persepsi Manfaat, Keamanan, dan kemudahan secara simultan berpengaruh terhadap Minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile Banking*?

KAJIAN TEORI

Berdasarkan Undang-Undang No 10 Tahun 1998, disebutkan bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Bank terdiri atas dua jenis, yaitu bank konvensional dan bank syariah.⁴

Bank konvensional adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya secara konvensional terdiri atas Bank Umum Konvensional dan Bank Perkreditan Rakyat. Bank Konvensional merupakan bank yang telah berdiri lebih awal dibandingkan Bank Syariah di Indonesia dan memiliki fasilitas yang sudah tersebar luas di Indonesia⁵. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yang terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah.⁶

BUS adalah bank syariah yang kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. BPRS adalah bank syariah yang menjalankan kegiatan usahanya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Unit Usaha Syariah (UUS) adalah unit kerja dari kantor pusat bank umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, atau unit kerja dari kantor cabang dari satu bank yang berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu unit syariah. Berdasarkan UU nomor 21 tahun 2008, disebutkan bahwa perbankan syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, demokrasi ekonomi dan prinsip kehati-hatian. Selanjutnya, terkait dengan tujuan bank syariah, pada pasal 3 dinyatakan bahwa perbankan

⁴ Undang-Undang No. 10 Tahun 1998

⁵ Marimin Agus, et.al, "Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia" (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, STIES Surakarta, 2015) h. 77

⁶ Rizal Yaya, Aji Erlangga Martawireja, Ahim Abdurahim, *Akuntansi Perbankan Syariah Teori Dan Praktik Kontemporer* (Jakarta: Salemba Empat, 2016), h.48.

syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kebersamaan rakyat.⁷

Kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana merupakan kegiatan pokok perbankan, sedangkan kegiatan memberikan jasa-jasa bank lainnya hanyalah merupakan pendukung dari kedua kegiatan tersebut.⁸ Bagi perbankan yang berdasarkan prinsip konvensional, keuntungan utama diperoleh dari selisih bunga simpanan yang diberikan kepada penyimpan dengan bunga pinjaman atau kredit yang disalurkan. Keuntungan bunga ini di bank 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*.²²

Perusahaan perbankan khususnya perbankan syariah haruslah selalu memperhatikan kepentingan nasabahnya. Karena bank adalah lembaga yang bergerak di bidang pelayanan jasa keuangan. Walaupun begitu, setiap berhubungan dengan nasabah atau calon nasabah bank harus memperhatikan hukum-hukum Islam yang berkaitan dengan akad. Adapun yang harus diperhatikan dalam memberikan layanan atau memasarkan produk yang sesuai syariat Islam adalah :⁹

Setiap transaksi dalam Islam harus didasarkan pada prinsip kerelaan antara kedua belah pihak, jadi dalam memasarkan produk atau memberikan pelayanan tidak boleh ada unsur memaksa kepada nasabah atau calon nasabah. Setiap berhubungan dengan para nasabah atau calon nasabah harus menjelaskan tentang produk-produk secara detail tanpa menutup-nutupi hal sebenarnya Allah SWT berfirman dalam QS As-Syu'ara: 181-183:¹⁰

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ وَزِنُوا بِالْقِسْطِ الْمُسْتَقِيمِ ۖ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي
الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ۗ

Artinya: *Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain, dan timbanglah dengan timbangan yang benar. Dan janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi.* (As-Syu'ara:181-183).

Kejujuran komunikasi, aspek kejujuran komunikasi didasarkan pada data dan fakta. Dalam al-Quran kejujuran diistilahkan dengan *amanah*, *ghoir al takdzib*, *shiddiq*, dan *al-haq*. Dengan dasar istilah-istilah tersebut, maka seseorang tidak akan berkomunikasi secara dusta. Berbuat adil yaitu dengan cara tidak melampaui batas atau mengambil keuntungan yang tidak

⁷ *Ibid.*

⁸ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), h. 13

⁹ *Ibid.* h . 26

¹⁰ *Al-Quran Dan Terjemahan*, h. 374.

pantas dari kemalangan orang lain.

Perilaku konsumen mencakup pemahaman terhadap tindakan yang langsung yang dilakukan konsumen dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut. Hawkins menyatakan bahwa perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi dan proses yang dilakukan untuk memilih, mengamankan, menggunakan dan menghentikan produk, jasa, pengalaman atau ide untuk memuaskan kebutuhannya dan dampaknya terhadap konsumen.¹¹

Islam melihat aktivitas ekonomi adalah salah satu untuk menciptakan *maslahah* menuju *falah* (kebahagiaan dunia dan akhirat). Dalam berkonsumsi pun tidak lepas dari perspektif tersebut. Motif berkonsumsi dalam islam pada dasarnya adalah *maslahah*. Teori konsumsi muncul karena adanya teori permintaan akan barang dan jasa timbul karena adanya keinginan (*want*) dan kebutuhan oleh konsumen *riil* atau konsumen potensial. Dalam Islam keinginan identik dengan sesuatu yang bersumber dari nafsu, sedangkan nafsu manusia memiliki dua kecenderungan yang baik dan kurang baik. Oleh karena itu teori permintaan yang terbentuk dari konsumsi dalam ekonomi islam didasari dengan adanya kebutuhan bukan keinginan.¹²

Seseorang dituntut untuk selektif dalam membelanjakan hartanya tidak semua hal yang dianggap butuh harus dibeli saat itu juga, karena kebutuhan itu sifatnya dinamis dan dipengaruhi oleh situasi dan kondisi. Ajaran islam dalam mengajarkan pola konsumsi dan penggunaannya secara wajar dan berimbang. Allah berfirman dalam QS. Al-Isra Ayat 27 sebagai berikut:¹³

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya: *Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitandan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya (QS: Al-Isra:27)*

Salah satu teori mengenai penggunaan sistem informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem informasi adalah model penerimaan teknologi informasi atau *Technology Acceptance Model (TAM)*.¹⁴

¹¹ Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), h. 6.

¹² Sumar'in, *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), h. 93.

¹³ Departemen Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahan* (Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2015), h.284.

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan suatu model penerimaan sistem informasi yang akan digunakan oleh pemakai (*user*). Menurut Davis, Bagozzi dan Warshaw bahwa pengadopsian teknologi oleh pengguna ditentukan oleh dua persepsi, yaitu persepsi manfaat (*Perceived of Usefulness*) dan persepsi kemudahan (*Perceived of Ease*).

Technology Acceptance Model (TAM) dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989, sebagai model penerimaan pengguna pada suatu sistem informasi. Sesuai dengan TAM, penggunaan sistem (*actual system usage*) paling dipengaruhi oleh minat untuk menggunakan (*behavioral intentions toward usage*). *Behavioral intentions toward usage* dipengaruhi oleh dua kepercayaan, yaitu persepsi pengguna terhadap manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi pengguna terhadap kemudahan (*perceived ease of use*). *Perceived usefulness* diartikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerjanya, dan *perceive ease of use* diartikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tidak diperlukan usaha apapun (*free of effort*). *Perceive ease of use* juga berpengaruh pada *perceived usefulness* yang dapat diartikan bahwa jika seseorang merasa sistem tersebut mudah digunakan maka sistem tersebut berguna bagi mereka.¹⁵

Pengguna teknologi akan memiliki persepsi positif terhadap teknologi yang disediakan. Persepsi negatif akan muncul sebagai dampak dari penggunaan teknologi tersebut. Artinya persepsi negatif berkembang setelah pengguna pernah mencoba teknologi tersebut atau pengguna memiliki pengalaman buruk terhadap penggunaan teknologi tersebut. Sehingga model TAM dapat digunakan sebagai dasar untuk menentukan upaya-upaya yang diperlukan untuk mendorong kemauan untuk menggunakan teknologi.¹⁶

Konsep Mobile Banking

Secara konseptual, *mobile banking* terdiri dari tiga inter-relasi, yakni *mobileaccounting*, *mobile brokerage*, dan *mobile jasa informasi keuangan*. Jenis-jenis pelayanan termasuk dalam kategori *accounting* dan *brokerage* yang merupakan transaksi dasar. Jasa non-transaksi dasar merupakan hal yang esensial bagi sebuah instansi adalah *mobile jasa informasi keuangan* yang

¹⁴ Ahmad et al., “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking “ 2014.hal 3

¹⁵ Sri Maharsi, Yuliani Mulyadi “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking dengan menggunakan Kerangka *Technology Acceptance Model (TAM)* hal.20

¹⁶ Tedo Imanto “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di PT BCA Tbk Kota Malang. Tahun 2020 hal.21

memuat jenis-jenis informasi keuangan pihak instansi tersebut.¹⁷

Transaksi *mobile banking* dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja, keuntungan yang diperoleh nasabah selain menghemat waktu, nasabah juga dapat mengontrol rekening mereka dan melakukan transaksi perbankan hanya dengan menggunakan ponsel. Jasa *mobile banking* memiliki produk seperti *sms banking*, *mobile phone* dan sebagainya.

Minat dalam kamus besar bahasa Indonesia minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah dan keinginan.¹⁸ Pengertian minat diartikan sebagai keinginan, kehendak, atau kesukaan. Dan minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan dan mereka bebas memilih. Minat yaitu kecenderungan tertarik pada sesuatu yang relatif tetap untuk lebih memperhatikan dan mengingat secara terus menerus yang diikuti rasa senang untuk memperoleh kepuasan dalam mencapai kepuasan penggunaan teknologi. Pengertian minat (interest) menurut Kothler digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan, yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut.

Banyak faktor yang mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu, secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu bersumber dari diri seorang individu (misalnya umur, jenis kelamin, bobot, kepribadian, pengalaman) dan yang bersifat dari luar mencakup lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat maupun lingkungan sekolah. Faktor lingkungan memiliki pengaruh yang besar karena minat seseorang timbul dan berkembang dipengaruhi oleh faktor lingkungan keluarga, namun ada juga yang dipengaruhi oleh lingkungan masyarakat atau pun lingkungan sekolah. Dan karena objek dari minat itu sendiri.¹⁹

Menurut Crow yang dikutip oleh Maria Tika Sanjani, ada tiga faktor penyebab timbulnya suatu minat, yaitu:²⁰

1. Dorongan dari individu, misalnya dorongan untuk mendapatkan nilai ujian yang bagus, pastinya akan membangkitkan minat untuk banyak melakukan belajar, banyak membaca serta banyak melakukan kegiatan latihan .

¹⁷ Longgar Bhilawa, "Analisis Penerimaan Mobile Banking (M-Banking) Dengan Pengalaman (Experience) Sebagai Variabel Eksternal Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)" (Skripsi, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2010), h. 12.

¹⁸ W.J.S. Poerwadarminta, "Kamus Besar Bahasa Indonesia", (Jakarta: Balai Pustaka, Edisi III, 2006), Hlm. 769.

¹⁹ Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, "Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam", (Jakarta: Prenada Media, 2004), hlm. 263.

²⁰ Maria Tika Sanjani, "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Mahasiswa Febi IAIN Bengkulu Menggunakan *Internet Banking*", Skripsi IAIN Bengkulu, 2019, hlm. 24.

2. Motif sosial, bisa menjadi faktor dalam membangkitkan minat untuk melakukan aktivitas tertentu, misalnya, minat untuk menuntut ilmu muncul karena ingin mendapat penghargaan dari masyarakat, karena biasanya yang memiliki ilmu pengetahuan luas mendapat posisi yang tinggi serta terpuja di masyarakat.
3. Faktor emosional, minat memiliki hubungan yang erat dengan emosi. Jika seseorang mendapatkan kesuksesan pada suatu aktivitas dan menimbulkan perasaan senang, tentu hal tersebut akan memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut, begitu juga sebaliknya kegagalan akan menghilangkan minat terhadap hal tersebut.

Minat nasabah dipengaruhi oleh dua macam, yaitu *shared value* dan *communication*, penjelasannya sebagai berikut :

Shared Value, (Nilai Lebih) secara umum bahwa perilaku konsumen lebih dipengaruhi oleh pengharapan untuk mencapai sesuatu hasil yang diinginkan, pemilihan tersebut karena konsumen mengharapkan hasil yang positif atas pilihannya dan *Communication* (Komunikasi) dapat diartikan sebagai proses penyampaian informasi atau pesan tertentu, semakin tinggi informasi yang disampaikan maka akan semakin besar juga pengaruh yang akan diterima.

Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*), Persepsi manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Individu yang merasa semakin mudah menggunakan internet, akan merasa semakin mudah mendapatkan manfaat dari teknologi tersebut. Konsumen di internet akan melakukan pembelian di situs web karena adanya manfaat dari transaksi tersebut. Venkatesh dan Davis (1989) membagi dimensi persepsi manfaat sebagai berikut :

Makes job easier (menjadi lebih mudah), melakukan transaksi perbankan menjadi lebih mudah. *Increase productivity* (menambah produktivitas), dapat meningkatkan pengetahuan dan kinerja dari pengguna, mempengaruhi tingkat kinerja seseorang yang menggunakannya. *Enhance effectiveness* (mempertinggi efektifitas), dapat mempercepat waktu transaksi. *mobile banking* dapat meningkatkan kinerja dan kinerja orang yang menggunakannya. Kemanfaatan dalam *mobile banking* merupakan manfaat yang diperoleh atau diharapkan oleh para nasabah dalam melaksanakan tugas pekerjaannya. Karenanya, tingkat kemanfaatan *mobile banking* mempengaruhi sikap para nasabah terhadap sistem tersebut.

Persepsi Keamanan, Menurut Enck, Ongtang, dan Mc Daniel (2009) Persepsi keamanan diartikan sebagai kepercayaan konsumen bahwa informasi pribadi mereka tidak dapat dilihat oleh pihak lain kecuali dirinya sendiri, karena informasi mereka sudah disimpan dan tidak dapat dimanipulasi oleh pihak lain. Sehingga mereka dapat memiliki kepercayaan

untuk menggunakan teknologi yang sudah terjamin tingkat keamanannya. Rahardjo (2005: 2) Menyebutkan keamanan informasi adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (cheating) atau paling tidak, mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik. Keamanan merupakan hal penting dalam sebuah sistem informasi. Namun akan menjadi masalah besar jika menyangkut keamanan pada sistem informasi perusahaan, terutama bagi perusahaan perbankan, terkait dengan data-data perbankan yang bersifat sangat rahasia. Keamanan dalam online banking berkaitan dengan terjaminnya dana dan data nasabah dari risiko kehilangan atau pencurian ketika melakukan transaksi dari online banking.²¹

Keamanan adalah persepsi nasabah terhadap kemampuan bank untuk melindungi informasi personal yang didapat dari transaksi elektronik terhadap pengguna yang tidak berwenang. Keamanan transaksi elektronik membuat nasabah merasa yakin bahwa kerahasiaan data pribadinya terjamin saat bertransaksi melalui *mobile banking*. Menurut Raharjo (2005) indikator dari Persepsi Keamanan yaitu: tingkat kepercayaan, tingkat kerahasiaan data dan tingkat keamanan

Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*), kemudahan didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras bagi penggunaannya Vankatesh dan Davis (1989)²².

Persepsi Penggunaan menurut jogiyanto (2019) adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem teknologi tertentu akan bebas dari suatu usaha tetapi harus mudah digunakan dan mudah untuk mengoperasikannya. Persepsi seseorang tentang kemudahan dalam menggunakan suatu sistem merupakan tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut akan bebas dari kesalahan dan suatu usaha. Semakin mudah suatu sistem tersebut dalam penggunaannya maka lebih sedikit upaya yang harus dikerjakan seseorang sehingga dapat meningkatkan kinerja seseorang ketika menggunakan teknologi tersebut. Ada beberapa indikator kemudahan penggunaan teknologi informasi menurut Vankets dan Davis antara lain : *Easy system to learn* Teknologi informasi sangat mudah untuk dipelajari, *easy to use* Teknologi informasi mudah di kerjakan sesuai yang diinginkan penggunaannya, *skills increase* menambah keterampilan pengguna ketika

²¹ Yousafzai et. al. dalam *Lallmahamood*,, 2007:h. 7

²² Davis, "Perceived Usefulness, perceived Ease Of Use, and User Acceptance Of Information Tecnology", *Jurnal Management Information Sytem (Online)* Vol.13. No. 3, h 320

menggunakan teknologi informasi dan *easy to operate* teknologi informasi sangat mudah dioperasikan.

Berdasarkan dengan firman Allah yang terdapat dalam QS Al-Insyirah ayat 5-6 yaitu sebagai berikut:²³

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا , إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Artinya: Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan,sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. (Q.S. Al-Insyirah ayat 5-6)

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

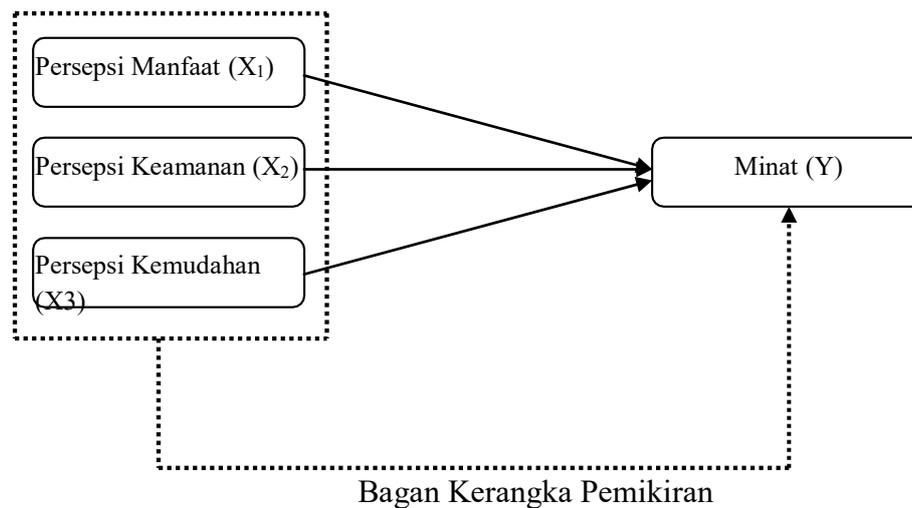
Vankatesh dan Davis membagi dimensi persepsi kemudahan menjadi berikut: Interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti (*Clear and understandable*), Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut (*Does not required a lot mental effort*), sistem mudah digunakan (*Easy to use*) dan mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin pengguna kerjakan (*Easy to get the system to do what he/she wants to do*).

Dalam hal ini peneliti membuat kerangka penelitian yang menjadi pedoman penulisan kerangka penelitian yang digunakan mengadopsi dari TAM (*Technology Accetance Model*), dengan konstruksi utama persepsi manfaat (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), dan minat menggunakan (*intention to use*) yang telah dimodifikasi dengan menambahkan variabel persepsi keamanan untuk menunjang penelitian ini dilakukan, karena teori yang diemukakan cukup relevan dapat diandalkan dan disesuaikan sesuai kebutuhan penelitian.

Kerangka pemikiran sebagai berikut:

²³ Departemen Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahan* (Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2015), h.596.

Gambar 2.1



METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia yang berada di Daerah Tangerang meliputi Kota Tangerang, Kota Tangerang Selatan dan Kabupaten Tangerang dengan waktu penelitian dilakukan selama kurang lebih 4 bulan dari Februari – Mei 2022. Jenis penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan dilapangan dalam kancah yang sebenarnya.²⁴ hakikatnya penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan dengan menggali data yang bersumber dari lokasi atau lokasi penelitian.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan angka-angka baik yang secara langsung diambil dari hasil penelitian maupun data yang diolah dengan menggunakan analisis statistik.²⁵

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²⁶ Populasi dalam penelitian ini mencakup nasabah Bank Syariah Indonesia yang menggunakan layanan *mobile banking* di Tangerang.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* dengan metode *simple random sampling* yaitu pengambiln sampel anggota populasi

²⁴ P.Joko Subagyo, *Metode Penulisan Dalam Teori Dan Praktek* (Jakarta: PT Rineka Cipta,2004), h. 66.

²⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung : Alfabeta, 2010), h. 12.

²⁶ Sujarweni, V.W “Metodelogi Penelitian Bisnis dan Ekonomi”. Yogyakarta : Pustaka Baru Press. 2015. Hal 82

dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu, pada tahap ini peneliti memfokuskan sampel pada nasabah Bank Syariah Indonesia dengan jumlah sampel 100 responden yang menggunakan layanan *Mobile Banking*.

PEMBAHASAN

Bank syariah indonesia sudah menyebar luas diberbagai daerah di Indonesia untuk itu pembatasan responden dilihat dari tempat daerah perlu peneliti lakukan untuk melihat sejauh mana minat dari masing-masing nasabah yang berada pada daerah tertentu berminat menggunakan *mobile banking*. Berikut ini distribusi responden dilihat dari daerah asal yang berada di Tangerang.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang ada. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila koefisien realibilitasnya lebih besar dari 0,6

Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,928	4

Reliabilitas cronbach alpha sebesar 0.928, lebih besar dari nilai minimal cronbach alpha 0,6. kuesioner penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel reliabel atau handal.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. setiap butir pertanyaan di uji validitas. Hasil r_{hitung} dibandingkan dengan r_{tabel} dimana $df = n-2$ dengan sig 5% jika $r_{tabel} < r_{hitung}$ maka dikatakan valid.

Hasil Uji Validitas Indikator

Variabel	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Nilai Sig.	Keputusan
X1.1	0.757	0.197	0.000	VALID
X1.2	0.862	0.197	0.000	VALID
X1.3	0.808	0.197	0.000	VALID
X1.4	0.873	0.197	0.000	VALID
X1.5	0.832	0.197	0.000	VALID
X1.6	0.792	0.197	0.000	VALID

X1.7	0.841	0.197	0.000	VALID
X1.8	0.866	0.197	0.000	VALID
X1.9	0.855	0.197	0.000	VALID
X2.1	0.780	0.197	0.000	VALID
X2.2	0.846	0.197	0.000	VALID
X2.3	0.848	0.197	0.000	VALID
X2.4	0.872	0.197	0.000	VALID
X2.5	0.876	0.197	0.000	VALID
X2.6	0.859	0.197	0.000	VALID
X3.1	0.760	0.197	0.000	VALID
X3.2	0.850	0.197	0.000	VALID
X3.3	0.913	0.197	0.000	VALID
X3.4	0.907	0.197	0.000	VALID
X3.5	0.931	0.197	0.000	VALID
X3.6	0.824	0.197	0.000	VALID
X3.7	0.829	0.197	0.000	VALID
X3.8	0.866	0.197	0.000	VALID
Y.1	0.923	0.197	0.000	VALID
Y.2	0.898	0.197	0.000	VALID
Y.3	0.878	0.197	0.000	VALID
Y.4	0.877	0.197	0.000	VALID
Y.5	0.904	0.197	0.000	VALID
Y.6	0.870	0.197	0.000	VALID

Uji koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah 0 dan 1. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen, karena jika nilai R^2 kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas.²⁷

Hasil Koefisien Determinasi

MModel	R	R Square	Adjusted R Square
1	,828 ^a	,686	,677

Hasil olah data R nilainya 0.828 (82,8%) bahwa hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen memiliki hubungan kuat karena nilai R semakin mendekati 1,00 maka nilai hubungannya semakin kuat.

²⁷Ibid., hlm. 97.

R Square menjelaskan tentang seberapa besar variabel-variabel independen menyebabkan variasi pada variabel independen. Dari hasil perhitungan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *R Square* sebesar 0,686 (68,6%). *Adjusted R Square* adalah nilai R^2 yang disesuaikan, *Adjusted R Square* sebesar 0,677 berarti 67,7% perubahan Minat dipengaruhi oleh variabel independen. Sedangkan sisanya 32,3% dipengaruhi oleh variabel lain selain ke tiga variabel independen. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pengaruh ketiga variabel independen sangat besar dibandingkan variabel lainnya.²⁸

Berdasarkan dari hasil analisis penyebaran kuesioner pada responden nasabah yang ada di tangerang, data yang didapatkan rata-rata responden memberikan nilai 4 artinya setuju, dengan uraian pernyataan dari masing-masing variabel. Dari hasil data tersebut menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat dan kemudahan memiliki nilai pengaruh positif terhadap minat nasabah untuk menggunakan *layanan mobile banking*, dimana pada masa pandemi saat ini menjadi faktor utama untuk nasabah menggunakan *layanan mobile banking* kerana dapat menghemat dari tenaga waktu dan biaya untuk bertransaksi, dari penggunaan layanan nasabah lebih melihat dari kemudahan sistem layanan yang diberikan oleh pihak bank kepada nasabah. Dari persepsi keamanan tidak memberikan pengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *layanan mobile banking* dimana keamanan yang diberikan bank, pihak bank sudah memberikan layanan keamanan yang cukup baik seperti penggunaan layanan *mobile banking* diperlukan pengaktifasian data pribadi terlebih dahulu, dilindungi dengan penggunaan password dan kode PIN yang bersifat privasi hanya pengguna yang mengetahuinya untuk mengantisipasi terjadinya tindak kejahatan atau skimming. Tetapi nasabah pun harus tetap waspada dan tetap berhati-hati untuk menjaga ke rahasiaan data pribadi karena adapun oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab.

Data perkembangan DPK dan Asset pada Bank Syariah Indonesia Tahun 2021-2022

No	Bulan	DPK	ASSET
1	Maret 2021	Rp.205,5 Triliun	Rp.234,4 Triliun
2	Desember 2021	Rp.233,25 Triliun	Rp.265,29 Triliun
3	Maret 2022	Rp.238,53 Triliun	Rp.271,29 Triliun.

²⁸Ibid., hlm. 97.

Sumber : <https://ir.bankbsi.co.id> (Diakses 13 Mei 2022, Pukul 17.15 wib)

Penghimpunan Dana Pihak Ketiga (DPK) triwulan 1 2021 mencapai Rp. 205,5 triliun, yaitu naik 14,3% dibandingkan periode 2020 yaitu sebesar Rp. 179,8 Triliun. Dari sisi asset sebesar Rp. 234,4 Triliun yaitu naik sebesar 12,65% dibanding pada periode 2020 sebesar Rp. 208,1 triliun. Sampai dengan akhir 2021 OJK mencatat DPK BSI Rp. 233,25 triliun atau tumbuh 11,12% secara tahunan dengan jumlah asset Rp. 265,29 triliun yaitu naik sebesar 10,73% (YoY) secara tahunan. Pada per maret 2022 DPK mencapai Rp. 238,53 triliun tumbuh sekitar 16,07 %. Dengan jumlah asset Rp. 271,29 triliun.

KESIMPULAN

Berdasarkan serangkaian analisis data dari bab sebelumnya maka diperoleh beberapa kesimpulan dari “ Pengaruh Persepsi Manfaat, Keamanan dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Pada PT Bank Syariah Indonesia Di Tangerang”

1. Hasil pengolahan data menggunakan spss 22 menunjukkan bahwa variabel Manfaat memiliki nilai *coefficients* yaitu sebesar 0.76, variabel manfaat berpengaruh secara Positif terhadap variabel dependen minat dengan signifikan sebesar ,027
2. Variabel Persepsi Keamanan memiliki nilai *coefficients* yaitu sebesar .169, variabel Persepsi Keamanan berpengaruh positif terhadap, namun tidak signifikan dengan nilai sebesar ,162.
3. Variabel Persepsi Kemudahan memberikan nilai koefisien sebesar ,464 Kemudahan berpengaruh secara Positif dan signifikan sebesar ,000 terhadap minat menggunakan mobile banking.
4. Hasil F hitung menunjukkan angka 74,210 dan nilai signifikan 0.000 yaitu lebih kecil dari nilai 0.5 ini berarti bahwa variabel-variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad et all. 2014. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking . *journal* . Universitas Trunojoyo Madura
- Al-Arif, M. Nur Rianto .2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* . Bandung: Alfabeta, *Al-Quran Dan Terjemahan*, h. 374.

- Amanullah, Bastian . 2014. Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap sikap positif penggunaan layanan mobile banking. *Skripsi*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Ascarya, Diana Yumanita. 2010. *Bank Syariah: Gambaran Umum PUSAT, Pengertian Bank Syariah journal, vol. 14, , bk. 1.*
- Bachmid, Sofyan. Konsep Kualitas Layanan dan Implikasinya Terhadap Kepuasan Mahasiswa. <https://www.academia.edu>. Diunduh pada jumat, 29 April 2022.
- Bimo, Walgito. 2004. *Pengantar Psikologi Umum*. Jakarta: Andi
- Davis, “*perceived Usefulness, perceived Ease Of Use, and User Acceptance Of Information Technology*”, *Jurnal Management Information System (Online)* Vol.13. No. 3, h 320
- Departemen Agama. 2015. *Al-Qur’an Dan Terjemahan*. Bekasi: Cipta Bagus Segara
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Hadi, Syamsul dan Novi. 2015. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Layanan Mobile Banking. Skripsi*. , Universitas Islam Indonesia Yogyakarta
- https://ir.bankbsi.co.id/corporate_values.html (Diakses pada tanggal 30 maret 2022, jam 17:38 wib)
- https://ir.bankbsi.co.id/vision_mission.html (Diakses pada tanggal 30 maret 2022, jam 17:15 wib)
- <https://www.bankbsi.co.id> (Diakses pada 02 Januari 2022, jam 11.22 wib)
- <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami> (Diakses pada tanggal 30 maret 2022, jam 17;06 wib)
- Imanto, Tedo.2020.Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di PT BCA Tbk Kota Malang. *Skripsi*
- Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenada Media Grup
- Juliansya, Arius. 2018. Pengaruh Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking (Nasabah BNI Syariah Palembang). *Skripsi*. UIN Syarif Hidayatullah
- Karim, Adiwarmanto .2004. *Bank Islam Analisa Fiqh dan Keuangan* . Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,
- Kasmir. 2002. *Dasar-Dasar Perbankan* . Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Kasmir. 2012. *Manajemen Perbankan* . Jakarta: PT RajaGrafindo Persada

- Kotler, Philip & Gary Amstrong.2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1* . Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Kusumaningtyas, Rinda Hesti dan Elsy Rahajeng. 2017. Presepsi Nasabah Akan LayananAtam dan E Banking Dengan Metode Atm. *Journal Sistem Informasi*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
- Longgar Bhilawa. 2010. Analisis Penerimaan Mobile Banking (M-Banking) Dengan Pengalaman (Experience) Sebagai Variabel Eksternal Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Skripsi*. Universitas Sebelas Maret, Surakarta
- Maharsi, Sri dan Yuliani Mulyadi. 2007. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking dengan menggunakan Kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM). *Journal*. Universitas Kristen Petra
- Marimin Agus,et.all.2015. Perkembangan Bank Syariah DiIndonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* ,STIES. Surakarta
- Moleong, Lexy. 2010. *Metode Penelitian Bisnis* . Bandung: Alfabeta
- Mukhtisar, Ismail Sasyid Ridla Tarigan,Evriyenni “Pengaruh Efesiensi , keamanan,dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking Nasabah BSM Banda Aceh. *Jurnal Global Perbankan dan Keuangan Islam*. UIN Ar-Raniry Banda Aceh
- Nasution. 2012. *Metode Research* (Penelitian Ilmiah). Jakarta: Bumi Aksara
- Priyatno, Duwi. 2016. *SPSS Handbook*, Mediakom, Yogyakarta
- Sanjani, Maria Tika. 2019. Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Mahasiswa Febi IAIN Bengkulu Menggunakan *Internet Banking*. *Skripsi*. IAIN Bengkulu
- Saputra, Iwan. 2021. Persepsi Nasabah Pada Layanan Mobile Banking BRI Syariah Kota Bengkulu. *Skripsi* . IAIN Bengkulu
- Shaleh , Abdul ahman dan Muhib Abdul Wahab. 2004. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Prenada Media
- Subagyo, P Joko. 2004. *Metode Penulisan Dalam Teori Dan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis* . Bandung: Alfabeta

- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suharyadi, Purwanto SK, 2004. *Statistik Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern* Jakarta:Salemba Empat
- Sujarweni, Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* . Yogyakarta: Pustaka BaruPress
- Sumar'in. 2013. *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam* .Yogyakarta:Graha Ilmu
- Sumitro, Warkum .2002. *Asas-Asas Keuangan Islam dan Lembaga-Lembaga Terkait*. Jakarta: PTRajaGrafindo Persada,
- Sunarto, Ridwan. 2013. *Pengantar Statistika* . Bandung: Alfabeta
- Suryani, Tatik. 2012. *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran* .Yogyakarta: GrahaIlmu
- Teguh, Muhammad. 2005. *Metodelogi Penulisan Ekonomi Dan Aplikasi* . Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Undang-Undang No. 10 Tahun 1998
- Undang-Undang No.21 Tahun 2008.
- W.J.S. Poerwadarminta, 2006. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, Edisi III
- Wulandari, Dwitya Pratiwin. 2018. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada PT Bank Sayaiah Mandiri KC Lubuk Pakam. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sumatea Utara Medan.
- Yaya, Rizal et all. 2016. *Akuntansi Perbankan SyariahTeori Dan Praktik Kontemporer* .Jakarta: Salemba Empat
- Yousafzai et. al. dalam *Lallmahamood,,*, 2007:h. 7