

BAB II

STUDI KEPUSTAKAAN

2. 1. Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Bank

Pengertian Bank Bank termasuk industri jasa karena produksinya memberikan pelayanan jasa kepada masyarakat. Adapun pengertian bank menurut undang-undang RI nomor 10 tahun 1998 bank adalah “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 (Kasmir 2014).

Bank adalah suatu jenis lembaga keuangan yang melaksanakan berbagai macam jasa, seperti memberikan pinjaman, mengedarkan mata uang, pengawasan terhadap mata uang, bertindak sebagai tempat penyimpanan benda-benda berharga, membiayai usaha perusahaan, dan lain-lain. (Abdurrachman, 2014).

Bank adalah lembaga keuangan resmi yang memiliki lisensi dari otoritas terkait untuk menghimpun dana dari masyarakat. Dana yang telah dihimpun dari masyarakat akan disalurkan kembali dalam bentuk produk keuangan seperti kredit atau pinjaman kepada masyarakat kembali sehingga dana yang ada bisa lebih produktif dan bisa menggerakkan ekonomi.

2.1.2. Pengertian Nasabah

Menurut Pardede dalam Alifia (2021) nasabah adalah orang yang mempercayakan pengurusan uangnya kepada bank untuk digunakan dalam operasional bisnis perbankan yang dengan hal tersebut mengharap imbalan berupa uang atas simpanan tersebut.

Nasabah menurut Pasal 1 ayat (17) UU No. 10 tahun 1998 adalah “Pihak yang menggunakan jasa bank”. Nasabah mempunyai peran penting dalam industri perbankan, dimana dana yang disimpan nasabah di bank merupakan dana yang terpenting dalam operasional bank untuk menjalankan usahanya.

Nasabah bank adalah seseorang yang menjadi tanggungan atau menjadi pelanggan bank. Dalam hal ini nasabah juga dikatakan sebagai orang yang menggunakan pelayanan yang disediakan oleh bank. Nasabah adalah seorang atau badan usaha maupun lembaga yang mempunyai rekening simpanan dan pinjaman. Selain itu, nasabah juga melakukan transaksi lainnya, baik transaksi *online* maupun *offline*.

Dalam perbankan, nasabah bank dibagi menjadi dua yaitu nasabah debitur, dan nasabah penyimpan. Nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas baik kredit maupun pembiayaan dari bank dengan melewati proses perjanjian antara bank dengan nasabah bank yang telah dilakukan sebelumnya. Sedangkan nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan yang mana biasanya disebut tabungan, dengan melewati proses perjanjian antara bank dengan nasabah bank sebelumnya.

2.1.3. Pengertian Minat

Pengertian minat adalah segala perbuatan manusia yang timbul karena dorongan dari dalam dan rangsangan dari luar, tetapi tidak akan terjadi jika tidak berminat. Menurut Widyastuti, dalam Permatasari (2019) minat adalah keinginan yang didorong oleh suatu keinginan setelah melihat, mengamati dan membandingkan serta mempertimbangkan dengan kebutuhan yang diinginkannya.

Dalam kamus umum bahasa Indonesia minat adalah kesukaan (kecendrungan hati) kepada sesuatu, perhatian, keinginan. Minat merupakan salah satu unsur penting yang ikut menentukan dalam menjalankan suatu pekerjaan disamping bakat dan kecerdasan Kelancaran dan keberhasilan orang dalam menjalankan pekerjaan makin besar peluangnya jika orang tersebut mempunyai minat akan pekerjaan yang dilakukannya.

Minat merupakan suatu ketertarikan individu terhadap satu obyek tertentu yang membuat individu itu sendiri merasa senang dengan obyek tersebut. Dalam hal ini Mappier dalam Wahyuningsih (2019) menjelaskan bahwa minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari campuran-campuran perasaan, harapan,

pendidikan, rasa takut atau kecenderungan-kecenderungan lain yang menggerakkan individu kepada suatu pilihan tertentu.

Minat berkaitan dengan perasaan suka atau senang dari seseorang terhadap sesuatu objek. Hal ini seperti dikemukakan oleh Slameto minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat.

Menurut Sukardi dalam Andriyani (2013) bahwa minat merupakan salah satu unsur kepribadian yang memegang peranan penting dalam mengambil keputusan masa depan. Minat mengarahkan individu terhadap suatu obyek atas dasar rasa senang atau rasa tidak senang. Perasaan senang atau tidak senang merupakan dasar suatu minat. Minat seseorang dapat diketahui dari pernyataan senang atau tidak senang terhadap suatu obyek tertentu.

Faktor yang Mempengaruhi Timbulnya Minat

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat, yaitu:

- a. Perbedaan pekerjaan artinya dengan adanya perbedaan pekerjaan seseorang dapat memperkirakan minat terhadap tingkat pekerjaan yang ingin dicapainya, aktivitas yang dilakukan, penggunaan waktu senggangnya, dan lain-lain.
- b. Perbedaan sosial ekonomi artinya seseorang mempunyai sosial ekonomi tinggi akan lebih mudah mencapai apa yang diinginkannya daripada yang mempunyai sosial ekonomi rendah.
- c. Perbedaan hobi/ kegemaran artinya bagaimana seseorang menggunakan waktu senggangnya.
- d. Perbedaan jenis kelamin artinya minat wanita dengan pria akan berbeda, misalnya pada pola berbelanja.
- e. Perbedaan usia, artinya setiap usia memiliki minat yang berbeda terhadap suatu barang atau aktivitas lainnya.

2.1.4. Pengertian Kemudahan

Kemudahan penggunaan sebuah aplikasi menunjukkan ketika menggunakan muncul tindakan menyikapi aplikasi tersebut. Keinginan untuk menggunakan kembali merupakan efek atau dampak yang ditimbulkan saat pengguna merasakan kemudahan sebuah aplikasi, menurut Davis dalam Dewi dan Warmika (2016). Indikator yang digunakan untuk variable kemudahan sebagai berikut: sangat mudah dipelajari, mempermudah penggunaannya, sangat mudah untuk meningkatkan keterampilan pengguna, sangat mudah untuk dioperasikan.

Perceived ease of use didefinisikan Davis et al. dalam Fakhrurozi (2018) merupakan seberapa besar teknologi komputer dirasakan relatif mudah untuk dipahami dan digunakan. Persepsi individu berkaitan dengan kemudahan dalam menggunakan komputer (*perceived ease of use*) merupakan tingkat dimana individu percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari kesalahan. Persepsi ini kemudian akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi.

Sedangkan menurut Davis dalam Andryanto (2016) dalam pengertian *perceived ease of use* didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan TI merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan TI dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan pemakai.

2.1.5. Pengertian Manfaat

Rahmatsyah (2011) mengartikan persepsi kemanfaatan sebagai probabilitas subyektif dari pengguna potensial yang menggunakan suatu aplikasi tertentu untuk mempermudah kinerja atas pekerjaannya. Kinerja yang dipermudah ini dapat menghasilkan keuntungan yang lebih baik dari segi fisik maupun non fisik, seperti hasil yang diperoleh akan lebih cepat dan dengan hasil yang lebih memuaskan dibandingkan dengan tidak menggunakan produk dengan teknologi baru tersebut.

Persepsi manfaat merupakan suatu keadaan yang mana individu percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Menurut Jogiyanto dalam Wahyuningsih (2019) persepsi manfaat sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Menurut Wibowo dalam Wahyuningsih (2019) mengatakan bahwa persepsi manfaat didefinisikan sebagai suatu ukuran yang mana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Persepsi manfaat didefinisi sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya.

Menurut Duta (2011), kemanfaatan teknologi informasi merupakan manfaat yang diharapkan oleh pengguna teknologi informasi dalam melaksanakan tugasnya. Pengukuran kemanfaatan tersebut berdasarkan frekuensi penggunaan dan diversitas atau keragaman aplikasi yang dijalankan. Thompson dalam Wahyuningsih (2019) juga menyebutkan bahwa individu akan menggunakan teknologi informasi jika meneliti pengaruh manfaat positif atas penggunaannya. Kemanfaatan dapat dibagi ke dalam dua kategori, yaitu

(1) kemanfaatan dengan satu faktor, dan (2) kemanfaatan dengan estimasi dua faktor meliputi dimensi ;

1. Menjadikan pekerjaan lebih mudah
2. Bermanfaat
3. Menambah produktifitas
4. Mempertinggi efektifitas

Mengembangkan kinerja pekerjaan kemanfaatan dengan estimasi dua faktor dibagi menjadi dua kategori lagi yaitu kemanfaatan dan efektifitas, dengan dimensi-dimensi masing-masing yang dikelompokkan sebagai berikut :

1. Kemanfaatan meliputi dimensi: (1) menjadikan pekerjaan lebih mudah (*makes job easier*), (2) bermanfaat (*usefull*), (3) menambah produktifitas (*increase productivity*).
2. Efektifitas meliputi dimensi: (1) mempertinggi efektifitas (*enchance effectiveness*), (2) mengembangkan kinerja pekerjaan (*improve job*

performance). Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa persepsi manfaat merupakan faktor utama yang berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*.

2.1.6. Pengertian Resiko

Resiko adalah suatu keadaan uncertainty yang dipertimbangkan orang untuk memutuskan atau tidak melakukan transaksi secara online. Orang-orang benar-benar mempertimbangkan jarak dan suasana impersonal dalam transaksi online dan infrastruktur global yang banyak mengandung unsur resiko. Resiko didefinisikan sebagai perkiraan subyektif konsumen untuk menderita kerugian dalam menerima hasil diinginkan (Pavlou dalam Wahyuningsih, 2019).

Menurut Smadi dalam Hapsara (2015), Risiko Persepsian dianggap sebagai persepsi pelanggan terhadap adanya ketidakpastian dan juga konsekuensi negative untuk membeli produk atau memakai jasa. Sebelum menggunakan suatu teknologi seseorang tentu akan mempertimbangkan Risiko dari penggunaan tersebut. Persepsi risiko mempengaruhi tingkat kepercayaan, dapat di ketahui semakin besar persepsi risiko dari nasabah maka semakin kecil tingkat kepercayaan nasabah, begitu juga sebaliknya. Variabel risiko diukur dengan instrumen yang dikembangkan oleh Pavlou dalam Wahyuningsih (2019). indikator yang digunakan untuk variable risiko sebagai berikut: Kemungkinan terjadinya risiko pencurian data, Kemungkinan terjadinya risiko penipuan, Kemungkinan terjadinya risiko biaya tinggi.

Menurut Dowling dan Staelin, Pavlou dalam Wahyuningsih (2019), kalau resiko itu meningkat dari sekedar informasi sampai pada keputusan pembelian produk (transaksi), resiko diasosiasikan dengan kepercayaan (kepercayaan). Dalam penelitian ini indikator resiko dilihat dari tindakan yang dilakukan oleh bank untuk memperkecil resiko dari penggunaan internet banking, diharapkan tindakan yang dilakukan oleh bank untuk memperkecil resiko akan berdampak positif pada minat konsumen untuk menggunakan teknologi yang ditawarkan.

Menurut Poon dalam Aryandi (2015) indikator variabel risiko transaksi, yaitu: a. Tidak memiliki risiko yang tinggi b. Keamanan transaksi c. Keamanan fasilitas dari bahaya virus d. Jaminan keamanan

2.1.7. Pengertian *Mobile Banking*

Bank Indonesia (2018) mendefinisikan *mobile banking* sebagai suatu layanan perbankan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui ponsel. Layanan *mobile banking* dapat digunakan dengan menggunakan menu yang sudah tersedia melalui aplikasi *mobile banking*. Sebagai konsumen yang semakin bergerak online dan menjadi lebih *mobile*, digitalisasi memaksa bank untuk menjalani transformasi paling luas dalam sejarah perbankan. *Mobile banking* mengacu pada interaksi di mana pelanggan terhubung ke bank melalui perangkat *mobile* seperti ponsel, *smartphone* atau tablet. Dengan demikian *mobile banking* berbeda dari *mobile* pembayaran, yang melibatkan penggunaan perangkat *mobile* untuk membayar pembelian kecil di titik penjualan.

Mobile Banking adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon seluler/handphone GSM (*Global for Mobile Communication*) dengan menggunakan SMS (*Short Message Service*). *Mobile Banking* adalah layanan perbankan melalui telepon seluler dengan menggunakan jaringan data yang digunakan oleh nasabah.

Mobile banking merupakan salah satu hasil layanan bank yang banyak diminati oleh para nasabah karena layanan ini membuat nasabah suatu bank mampu melakukan transaksi perbankan serta melihat informasi tentang rekeningnya dengan menggunakan handphone jenis apapun.

Mobile banking merupakan salah satu hasil pengembangan teknologi *mobile* yang digunakan dalam domain komersial. *Mobile banking* ini mengkombinasikan teknologi informasi dan aplikasi bisnis secara bersama. Berkat *Mobile banking*, nasabah dapat menggunakannya untuk mendapatkan layanan 24 jam sehari tanpa harus mendatangi kantor cabang bank untuk transaksi personal. *Mobile banking* merupakan layanan relatif baru yang ditawarkan oleh perbankan terhadap pelanggannya dan karena kenyamanannya.

2.1.7.1. Sejarah Mobile Banking

Mobile Banking (M-Banking) diluncurkan pertama kali oleh Excelcom pada akhir 1995 dan respon yang didapat juga beragam. Latar belakang dari kemunculan *Mobile banking* ini juga disebabkan oleh bank-bank yang saat ini ingin mendapat kepercayaan dari setiap nasabahnya. Dan salah satu cara yang dilakukan yaitu dengan pemanfaatan teknologi. Teknologi yang tumbuh dengan pesat, harus dimanfaatkan secara cermat dan tepat. Berbagai teknologi menyediakan terobosan baru yang dapat digunakan oleh bank dalam usahanya untuk selalu meningkatkan kualitas layanan yang ada. Sehingga dari situlah bank-bank yang ada diseluruh dunia membuat suatu inovasi baru dengan meluncurkan *Mobile Banking*. Contohnya di Indonesia, baik bank pemerintah maupun bank swasta nasional berlomba-lomba untuk meluncurkan teknologi *Mobile Banking*.

Proses *Mobile Banking* sendiri muncul tidak hanya berhubungan dengan bank saja, namun teknologi ini juga bekerja sama dengan operator seluler. Sehingga dapat dilihat bahwa *Mobile Banking* memberikan banyak keuntungan bagi semua kalangan, baik bagi bank, operator seluler maupun bagi para nasabah pengguna *Mobile Banking*. *Sms Banking* dan *Mobile Banking* adalah bagian dari *E-Banking*, Perbankan Elektornik yang juga dikenal dengan Internet Banking adalah sebuah aplikasi yang dimana nasabah dapat melakukan transaksi, pembayaran dan transaksi lainnya melalui internet dengan website milik bank yang dilengkapi sistem keamanan. Dari waktu ke waktu, makin banyak bank yang menyediakan layanan atau jasa Internet Banking yang diatur melalui Peraturan Bank Indonesia No. 9/15/PBI/2007 Tahun 2007 tentang Penerapan Manajemen Risiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum. Penyelenggaraan Internet Banking merupakan penerapan atau aplikasi teknologi informasi yang terus berkembang dan dimanfaatkan untuk menawab keinginan nasabah perbankan yang menginginkan service cepat, aman, nyaman, murah dan tersedia setiap saat (24 jam) dan dapat diakses dari mana saja baik itu dari HP, Komputer, Laptop/Notebook, PDA, dan sebagainya. Bukti nyata bahwa *Mobile banking* juga tersebar diseluruh dunia yaitu dapat dilihat dari perkembangan *Mobile Banking* yang ada di negara-negara Eropa khususnya Jerman dan juga

negara Amerika Serikat yang merupakan negara-negara besar Pengguna *Mobile Banking*.

2.1.7.2. Fitur *Mobile Banking*

Fitur-fitur layanan *mobile banking* antara lain layanan informasi (saldo, mutasi rekening, tagihan kartu kredit, suku bunga, dan lokasi cabang/ATM terdekat); dan layanan transaksi, seperti transfer, pembayaran tagihan (listrik, air, pajak, kartu kredit, asuransi, internet), pembelian (pulsa, tiket), dan berbagai fitur lainnya.

2.1.7.3. Cara Kerja

Untuk menggunakan *mobile banking*, nasabah harus mendaftarkan diri terlebih dahulu ke bank untuk mendapatkan password. Nasabah dapat memanfaatkan layanan *mobile banking* dengan cara mengakses menu yang telah tersedia pada *SIM Card* atau aplikasi yang terinstal di ponsel. Apabila nasabah menggunakan *mobile banking* melalui menu yang telah tersedia pada *SIM Card*, nasabah dapat memilih menu sesuai kebutuhan kemudian nasabah akan diminta untuk menginputkan *PIN SMS Banking* saat menjalankan transaksi. Sedangkan apabila nasabah menggunakan *mobile banking* melalui aplikasi yang terinstal di ponsel, nasabah harus mengunduh dan menginstal aplikasi pada telepon seluler terlebih dahulu. Pada saat membuka aplikasi tersebut, nasabah harus memasukkan password untuk login, kemudian nasabah dapat memilih menu transaksi yang tersedia dan diminta memasukkan PIN saat menjalankan transaksi.

2.1.7.4. Dampak Penggunaan *Mobile Banking*

Mobile Banking berdampak positif bagi bank, nasabah dan operator telepon seluler. Dampaknya adalah:

a. Bagi Bank

Dampak yang diberikan *Mobile Banking* bagi bank adalah memberikan keuntungan bagi bank dimana bank mendapatkan lebih banyak lagi nasabah dan mendapatkan kepercayaan dari nasabah.

b. Bagi Nasabah

Untuk nasabah sendiri, mereka mendapatkan pelayanan yang lebih dari bank karena dengan adanya *Mobile Banking* akan semakin mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi perbankan.

c. Bagi Operator Seluler

Untuk operator seluler mendapatkan konsumen yang aktif dalam penggunaan ponselnya yaitu menggunakan *Mobile Banking* akan memakan pulsa dan konsumen akan membeli lagi pulsa untuk melakukan transaksi *Mobile Banking*.

2.1.7.5. Manfaat *Mobile Banking*

Mobile Banking kini telah tersebar ke seluruh dunia, tak hanya dinikmati oleh Negara peluncur sistem *Mobile Banking* saja, seluruh dunia pun telah menikmati kemudahan akses perbankan yang ditawarkan bank melalui *Mobile Banking* dimana saja melalui perangkat mobile seperti *Handphone*. Dengan adanya *Mobile Banking*, pihak bank berusaha mempermudah akses para nasabahnya dalam melakukan transaksi perbankan. Para nasabah bank tidak perlu lagi pergi ke ATM untuk melakukan transaksi, cukup dengan menggunakan telepon seluler.

Hampir semua bank di Indonesia telah menyediakan fasilitas *Mobile Banking*, baik berupa *SIM toolkit* (Menu Layanan Data) maupun *SMS plain* (SMS Manual) yang biasa dikenal dengan *SMS Banking*. *SMS Banking* merupakan sebuah fasilitas yang disediakan oleh bank untuk melakukan transaksi keuangan dan permintaan informasi keuangan seperti cek saldo, mutasi rekening dan sebagainya. Keunggulan *Mobile Banking* adalah dapat diakses oleh seluruh pengguna telepon seluler dengan tipe *GSM*. Dengan luasnya jangkauan signal *GSM*, layanan *Mobile Banking* tentu sangat memanjakan para nasabahnya. Namun untuk pengguna ponsel dengan tipe *CDMA*, belum semua operatornya menyediakan layanan *Mobile Banking*. Kemanfaatan penggunaan *Mobile Banking* bagi nasabah meliputi membuat pekerjaan lebih mudah, menambah produktivitas,

mempertinggi efektivitas, dan mengembangkan kinerja pekerjaan. Kemanfaatan yang meningkatkan kinerja akan berdampak terhadap penggunaan teknologi.

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan *mobile banking* sudah pernah diteliti sebelumnya, baik dalam bentuk jurnal maupun skripsi. Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang menjadi dasar berhubungan dengan penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Hasil Penelitian
1.	Analisis Kemudahan Penggunaan, Efisiensi dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan BSM <i>Mobile Banking</i> Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Payakumbuh	Sandra Dewi (2018)	Hasil analisis menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, efisiensi dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan BSM <i>Mobile Banking</i> , baik secara parsial maupun simultan. Variabel yang paling dominan mempengaruhi minat bertransaksi menggunakan BSM <i>Mobile Banking</i> adalah efisiensi.
2	Analisis Minat Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Dengan Pendekatan <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) Yang Telah Dimodifikasi	Hanif Astika Kurniawati, Wahyu Agus Winarno 1 , Alfi Arif (2017)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua konstruk dalam model TAM original secara statistik signifikan Sedangkan pada bagian lain, gender sebagai variabel eksternal dalam penelitian ini tidak

			mempunyai pengaruh terhadap kegunaan persepsian dan kemudahan penggunaan persepsian. Implikasi dari hasil penelitian ini relevan bagi mahasiswa yang berminat menggunakan <i>mobile banking</i> agar lebih memperhatikan faktor pengalaman dan kemudahan penggunaan. Pengguna <i>mobile banking</i> diharapkan untuk lebih yakin dengan menggunakan <i>mobile banking</i> dapat mempermudah aktivitas perbankan.
3	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Layanan <i>Mobile Banking</i> Pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Pakam	Dwitya Pratiwi Wulandari (2018)	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan <i>Mobile Banking</i> adalah karena kemudahan dan manfaat yang diberikan oleh layanan <i>Mobile Banking</i> , karena kenyamanan dan keamanan yang diberikan sehingga nasabah tidak ragu untuk menggunakan <i>Mobile Banking</i> Untuk menarik minat para nasabahnya PT Bank Syariah Mandiri melakukan pemasaran-

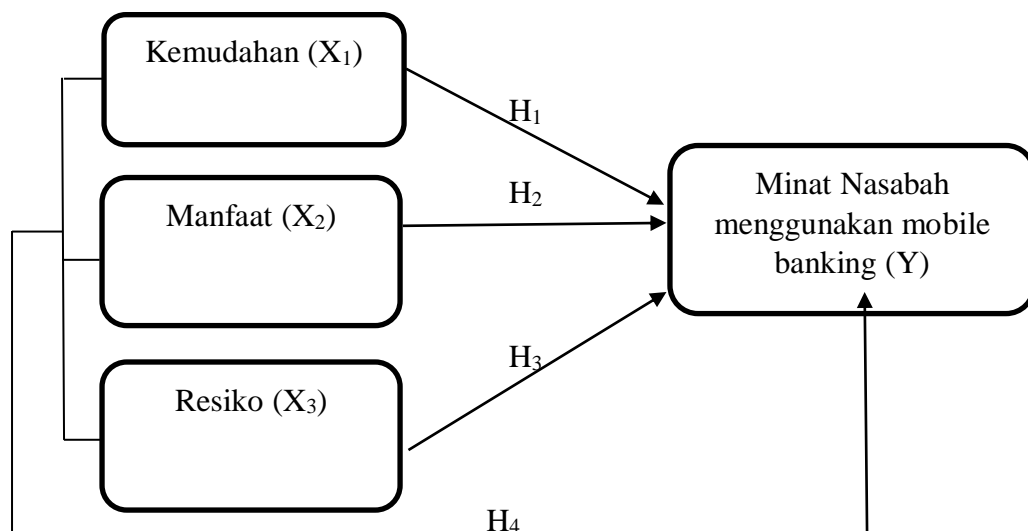
			pemasaran kepada para nasabahnya dengan cara menawarkan langsung kepada nasabah yang datang untuk melakukan pembukaan rekening tabungan.
4	Minat Penggunaan <i>Internet Banking</i> Dan <i>Mobile Banking</i> Pada Mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro	Rizka Ayu Permatasari (2019)	hasil penelitian menunjukkan bahwa minat mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro terhadap penggunaan layanan <i>internet banking</i> dan <i>mobile banking</i> terbagi menjadi dua jenis yaitu minat personal dan minat situasional. Minat personal mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro ada tujuh responden yaitu DAP dan RA dipengaruhi persepsi, RF dipengaruhi oleh keluarga, ASS dan FR dipengaruhi oleh gaya hidup, STS dan RRD yang dipengaruhi oleh pengetahuan. Sedangkan minat situasional mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro ada tiga responden yaitu EK, DNS dan IWS yang dipengaruhi oleh situasi responden.
5	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan <i>Mobile</i>	Annur Marwa Farida (2019)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan

	<p><i>Banking Pada Generasi Millennials (Studi Kasus Pengguna Bank Syariah Di Yogyakarta)</i></p>		<p>terhadap minat untuk menggunakan <i>mobile banking</i>, Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat untuk menggunakan <i>mobile banking</i>, Persepsi risiko privasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat untuk menggunakan <i>mobile banking</i>, Kepercayaan merek berpengaruh negatif signifikan terhadap minat untuk menggunakan <i>mobile banking</i>, Citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap minat untuk menggunakan <i>mobile banking</i></p>
--	---	--	---

Dari kelima penelitian tersebut, penelitian terdahulu ini menjadi acuan peneliti untuk melakukan penelitian selanjutnya. Namun, terdapat perbedaan dalam penelitian terdahulu terhadap penelitian yang akan peneliti lakukan. Pada penelitian terdahulu tersebut variabel yang diamati adalah kemudahan penggunaan, efisiensi dan keamanan serta dilakukan Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Payakumbuh, menggunakan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* yang telah dimodifikasi dan gender sebagai variabel eksternal, variabel kemudahan dan manfaat serta kenyamanan dan keamanan, dilakukan pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Pakam, variabel minat personal dan minat situasional mahasiswa terhadap *internet banking* dan *mobile banking*, dilakukan terhadap Generasi *Millennials* pengguna Bank Syariah di Yogyakarta. Sedangkan pada penelitian yang akan peneliti lakukan variabel yang diamati

adalah kemudahan, manfaat dan resiko serta dilakukan pada Bank BNI 46 Cabang Musi Palembang.

2. 3. Kerangka Pikir



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran di atas menjelaskan bahwa Kemudahan (X_1), Manfaat (X_2), dan Resiko (X_3) berpengaruh terhadap Minat nasabah menggunakan *mobile banking* (Y).

2. 4. Hipotesis

Hipotesis adalah asumsi atau dugaan mengenai satu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal yang sering dituntut untuk melakukan pengecekannya. Sesuai dengan teori dan kerangka pemikiran, maka hipotesis di bawah ini pada dasarnya merupakan jawaban sementara terhadap suatu masalah yang harus dibuktikan kebenarannya, adapun hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H_1 = Variabel Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking*.

H_2 = Variabel Manfaat berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking*.

H_3 = Variabel Resiko tidak berpengaruh negatif (berpengaruh positif) terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking*.

H₄ = Ketiga variabel tersebut kemudahan, manfaat dan resiko secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking*.