

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Landasan Teori

##### 1. *Grand Theory Technology Acceptance Model (TAM)*

*Technology Acceptance Model (TAM)* adalah sebuah kerangka kerja yang digunakan untuk memahami bagaimana pengguna menerima dan mengadopsi teknologi. TAM dikembangkan pada tahun 1986 oleh Fred Davis dalam tesis doktoralnya yang berjudul "*A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems*". Awalnya, TAM dirancang untuk menjelaskan bagaimana pengguna menerima teknologi informasi baru, seperti sistem informasi manajemen atau perangkat lunak. Namun, seiring dengan perkembangan teknologi, TAM juga digunakan dalam berbagai konteks teknologi, termasuk teknologi mobile, media sosial, dan IoT.S.<sup>23</sup>

Tujuan utama TAM adalah memberikan acuan untuk menganalisa pengaruh eksternal berupa faktor keyakinan (*trust*), *intention* dan tujuan pengguna. TAM menggambarkan bahwa ada dua faktor yang dominan yang mempengaruhi penerimaan (*acceptance*) teknologi informasi yaitu yang pertama, persepsi pengguna tentang manfaat yang dirasakan pengguna saat menggunakan teknologi tersebut, dan kedua persepsi pengguna tentang kemudahan penggunaan teknologi informasi. Kedua faktor ini yang akan mempengaruhi keinginan atau *intention* pengguna untuk menggunakan teknologi informasi.<sup>24</sup>

TAM telah banyak mengalami modifikasi, salah satunya apa yang dikenal dengan TAM2. Namun demikian sejumlah peneliti juga telah memodifikasi dengan menambahkan variabel-variabel tertentu untuk TAM dalam memprediksi faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi seseorang untuk menggunakan teknologi. Di tengah maraknya digital *payment system* perlu dilakukan pengujian modifikasi

---

<sup>23</sup>Soetam Rizky Wicaksono, *Teori Dasar Technology Acceptance Model* (Malang: CV. Seribu Bintang, 2022) Hal 2.

<sup>24</sup>Rashid A. Khan And Hassan Qudrat-Ullah, *Technology Adoption A Conceptual Framework, Advances In Science, Technology And Innovation*, 2020 Hal 33.

model TAM dengan menambahkan variabel *trust* (kepercayaan) dan *perceived security* (keamanan) untuk TAM.<sup>25</sup>

a. Persepsi kemudahan penggunaan (*Ease of use*)

*Ease of use* didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan pengguna dalam menggunakan suatu teknologi informasi dan dalam proses penggunaannya tidak memerlukan effort banyak. Meskipun effort yang dikeluarkan oleh setiap orang berbeda-beda tetapi umumnya sebuah teknologi informasi harus mudah digunakan. *Ease of use* menjadi salah satu faktor yang diuji dalam penelitian Fred Davis tahun 1989, dan hasilnya menunjukkan bahwa *ease of use* dapat menjelaskan alasan seseorang tertarik untuk menggunakan sebuah sistem. Intensitas penggunaan teknologi informasi yang tinggi dan dengan adanya interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan bahwa sistem tersebut mudah untuk digunakan.<sup>26</sup>

b. Persepsi keamanan (*perceived security*)

Menurut Shin penting untuk menetapkan standar *perceived security* dan hubungannya dengan kepercayaan dalam konteks *mobile application*. Faktor kepercayaan sangat dipengaruhi oleh tingkat keamanan yang dirasakan oleh pengguna terkait proses penyimpanan data pribadi mereka.<sup>27</sup> Karena aplikasi COB BSB memiliki proses penyimpanan data pribadi maka provider harus meningkatkan kapasitas keamanan (*security*) yang lebih besar daripada metode pembayaran lainnya.

## 2. Keputusan Nasabah

### a. Pengertian Keputusan Nasabah

Menurut Prof. Dr. Prajudi Atmosudirjo, SH keputusan adalah suatu pengakhiran daripada proses pemikiran tentang suatu masalah atau problema untuk menjawab pertanyaan apa yang harus diperbuat guna

---

<sup>25</sup>Rashid A. Khan And Hasan Qudrat-Ullah *Technology Adoption A Conceptual Framework, Advances In Science, Technology And Innovation*, 2020 Hal 34.

<sup>26</sup>Rashid A. Khan And Hassan Qudrat-Ullah, *Technology Adoption A Conceptual Framework, Advances In Science, Technology And Innovation*, 2020 Hal 35.

<sup>27</sup>Rashid A. Khan And Hassan Qudrat-Ullah, *Technology Adoption A Conceptual Framework, Advances In Science, Technology And Innovation*, 2020 Hal 36.

mengatasi masalah tersebut, dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif.<sup>28</sup>

Keputusan adalah proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi. Rekomendasi itulah yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam mengambil keputusan. Oleh karena itu begitu besarnya pengaruh yang akan terjadi jika seandainya rekomendasi yang dihasilkan tersebut terdapat kekeliruan atau adanya kesalahan-kesalahan yang tersembunyi karena faktor ketidakhati-hatian dalam melakukan pengkajian masalah.<sup>29</sup>

#### **b. Indikator Keputusan Nasabah**

Indikator pengambilan keputusan merupakan strategi pemecahan masalah yang meliputi lima tahap:

- 1) Pengenalan masalah, yaitu proses mengidentifikasi kebutuhan yang belum terpenuhi.
- 2) Pencarian informasi, yaitu mencari informasi tambahan tentang produk atau layanan yang dibutuhkan.
- 3) Evaluasi alternatif, yaitu proses mengidentifikasi tujuan pembelian terhadap alternative pembelian.
- 4) Keputusan pembelian adalah proses memutuskan apakah akan memilih sesuatu atau tidak.
- 5) Perilaku pasca pembelian mengacu pada proses yang dilalui konsumen setelah memilih produk atau layanan untuk menentukan apakah produk atau layanan tersebut memenuhi kebutuhan.<sup>30</sup>

#### **c. Keputusan Nasabah Dalam Perspektif Islam**

Sebuah dinamika hidup manusia, selalu muncul pertentangan-pertentangan, ini bukan sebuah kesalahan, melainkan adalah sebuah sunnatullah. Maka, pentingnya sebuah keputusan di sini menemukan titik

---

<sup>28</sup>Jamal, Gunawan Pribadi, Denny Saputra, Amegia Rizal Dan Maulanahuddin, Sistem Pendukung Keputusan (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2020) Hal 2.

<sup>29</sup>Irham Fahmi, Manajemen: Teori, Kasus, Dan Solusi (Bandung: CV Alfabeta, 2014) Hal 165.

<sup>30</sup>Salwa Fadhilah Haya And Khairina Tambunan, 'Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Layanan BSI Mobile Pada Bank Syariah Indonesia KC Surabaya Dipenogoro', Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM), 1.1 (2022), 1386–1898.

signifikansinya. Allah menyampaikan dengan lugas di Al-Qur'an QS. Al-Baqarah ayat 30, sebagai berikut :

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلٰٓئِكَةِ اِنِّيْ جَاعِلٌ فِى الْاَرْضِ خَلِيْفَةًۭۙۙۙ قَالُوْۤا اَتَجْعَلُ فِيْهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيْهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَآءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَۗۗۗ قَالَ اِنِّيْۤ اَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُوْنَ

Artinya : (Ingatlah) ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat, “Aku hendak menjadikan khalifah di bumi.” Mereka berkata, “Apakah Engkau hendak menjadikan orang yang merusak dan menumpahkan darah di sana, sedangkan kami bertasbih memuji-Mu dan menyucikan nama-Mu?” Dia berfirman, “Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui.” (Q.S Al-Baqarah [2]:30)<sup>31</sup>

Ayat diatas menjelaskan bahwa, manusia mempunyai sebuah fungsi untuk mengambil sebuah keputusan. Bagaimana keputusan ini tujuannya adalah memberikan kemakmuran dan kesejahteraan kehidupan yang ada di atas bumi. Semua yang diciptakan oleh Allah Swt. baik manusia atau bukan wajib dikelola, dirawat, dan dimanfaatkan semuanya untuk seluruh makhluk Allah Swt. tidak sebatas untuk manusia.<sup>32</sup>

Jika dikaitkan dengan keputusan manusia menggunakan aplikasi *Customer On Boarding* BSB maka dapat dipahami bahwa keputusan untuk menggunakan aplikasi tersebut apakah dapat memberikan manfaat atau justru mendatangkan kemudharatan, sebagai manusia dapat memutuskan untuk menggunakan ataupun tidak menggunakan aplikasi tersebut. Hal ini dilakukan agar masyarakat tidak merasa dirugikan dan dapat merasa puas.

### 3. Kepuasan Nasabah

#### a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan konsumen merupakan respons yang ditunjukkan oleh konsumen terhadap pelayanan atau kinerja (hasil) yang diterima, kemudian konsumen akan membandingkan kinerja (hasil) dengan harapan yang diinginkannya. Apabila kinerja (hasil) yang diterima lebih dari harapan maka konsumen tersebut merasa puas, begitu pula sebaliknya apabila kinerja (hasil) yang diterimanya tidak memenuhi atau

---

<sup>31</sup> Qur'an Kemenag, *Al Qur'an Terjemahan* (Jakarta Timur: Lajnah Pentashihan mushaf Al-Qur'an, 2022).

<sup>32</sup> Ahmad Fahrudin, 'Pengambilan Keputusan Dalam Al- Qur ' An Dan Al -Hadits (Upaya Menentukan Kebijakan Pendidikan Secara Religius )', *Dirasah*, 1.1 (2021), 1–20.

sama dengan harapannya maka dapat dikatakan konsumen merasa tidak puas akan kinerja (hasil) yang diterima.<sup>33</sup>

#### **b. Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah**

Adapun 5 faktor yang menentukan tingkat kepuasan, antara lain kualitas produk, kualitas pelayanan, faktor emosional, harga dan biaya.

- 1) Kualitas produk, konsumen akan merasa puas jika hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan adalah berkualitas
- 2) Kualitas pelayanan, terutama untuk industri jasa. Pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai apa yang diharapkan.
- 3) Faktor emosional, konsumen yang bangga akan merasa yakin bahwa orang lain akan kagum bila dia menggunakan produk dengan merek tertentu
- 4) Harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama akan menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya
- 5) Biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa. Pelanggan yang tidak memerlukan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa yang cenderung puas.<sup>34</sup>

#### **c. Indikator Kepuasan Nasabah**

Karena ada begitu banyak pelanggan yang menggunakan produk dan setiap pelanggan menggunakannya secara berbeda, sikap berbeda, dan berbicara secara berbeda. Adapun indikator kepuasan nasabah antara lain :

- 1) *Confirmation of Expectation*, konfirmasi harapan atau ekspektasi nasabah.
- 2) *Overall Satisfaction*, kepuasan nasabah secara menyeluruh.
- 3) *Comparison to Ideal*, perbandingan dengan kondisi ideal.<sup>35</sup>

#### **d. Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Islam**

---

<sup>33</sup>Rosnaini Daga, *Citra, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan* (Makassar: Global Research And Consulting Institute, 2017) Hal 78.

<sup>34</sup>Nining Wahyuningsih and Nurul Janah, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Bank Muamalat', *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10.2 (2018), 295 <<https://doi.org/10.24235/amwal.v10i2.3596>>.

<sup>35</sup>Istiqomah Sukma Dewi Maharani, Istiatin, 'Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari *Customer Experience, Customer Value, Dan Brand Image*', *KINERJA: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 19.3 (2022), 598–602.

Kepuasan dalam Islam (*qona'ah*) merupakan cerminan kepuasan seseorang baik secara lahiriah maupun batiniah. Kepuasan dalam Islam berkaitan dengan keimanan yang melahirkan rasa Syukur.<sup>36</sup> Tentu saja salah satu ukuran utama dari keberhasilan merebut pangsa pasar adalah dari *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan/nasabah). Islam melalui Al Qur'an dalam surat Ali Imran ayat 159 telah memberikan pedoman kepada mukmin (pelaku usaha) agar berlemah lembut (memuaskan) kepada obyek dakwah (*customer/pelanggan*).<sup>37</sup>

﴿ حَوْلِكَ مِنْ لَانْفُضُوا الْقَلْبِ غَلِيظًا فَطًا كُنْتَ وَلَوْ لَّهُمْ لِنْتَ اللهُ مِنْ رَحْمَةٍ فِيمَا اللهُ إِنَّ اللهُ عَلَى فِتْوَاكَ عَزِيزٌ فَإِذَا الْأَمْرُ فِي وَشَاوَرُواهُمْ لَهُمْ وَاسْتَعْفُوا عَنْهُمْ فَأَعْفُ الْمُتَوَكِّلِينَ يُجِبُّ

Artinya : “Maka, berkat rahmat Allah engkau (Nabi Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Seandainya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka akan menjauh dari sekitarmu. Oleh karena itu, maafkanlah mereka, mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam segala urusan (penting). Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertawakal.” (Q.S Āli ‘Imrān [3]:159)<sup>38</sup>

Ayat tersebut menjelaskan bahwa jika mukmin bersikap keras, tidak peduli terhadap sesama (pelanggan) maka mereka akan menjauh sehingga target tidak dapat tercapai. Hal ini berarti, bahwa perhatian dan sikap yang baik terhadap pelanggan merupakan suatu anjuran yang harus dilakukan agar pelanggan/nasabah merasa puas terhadap pelayanan yang telah diberikan.

#### 4. Kemudahan

##### a. Pengertian Kemudahan

Persepsi kemudahan untuk menggunakan teknologi (*perceived ease of use*) adalah bagaimana individu memiliki keyakinan bahwa penggunaan teknologi memberikannya kebebasan dalam usaha. Persepsi kemudahan akan kegunaan teknologi merupakan keyakinan

<sup>36</sup>Ahmad Syafiq, ‘Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Islam’, *El-Faqih : Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam*, 5.1 (2019), 96–113.

<sup>37</sup>Arif Sulfiyanto, *Al-Qur’an Dan Kepuasan Pelanggan Bank Syariah (Suatu Kajian Berdasarkan Tafsir Al-Qur’an)*, 0.

<sup>38</sup>Qur’an Kemenag, *Al Qur’an Terjemahan* (Jakarta Timur: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur’an, 2022)

bahwa penggunaan teknologi atau sistem tidak membuatnya repot atau harus mengeluarkan usaha yang lebih besar saat menggunakannya (*free of effort*).<sup>39</sup>

#### **b. Indikator Kemudahan**

Beberapa indikator yang dapat mengukur kemudahan penggunaan, antara lain sebagai berikut :<sup>40</sup>

1) Mudah dipelajari (*easy to learn*)

Mudah dipelajari artinya bahwa nasabah merasa tidak kesulitan ketika melakukan pembukaan rekening secara online melalui aplikasi *Customer On Boarding* BSB, nasabah akan langsung mengerti dan paham cara mengoperasikannya.

2) Dapat dikontrol (*controllable*)

Dapat terkendali artinya bahwa nasabah dapat mengendalikan sistem ketika melakukan pembukaan rekening secara online. Tampilan yang jelas dalam sistem sehingga nasabah dapat mengendalikannya.

3) Fleksibel (*flexible*)

Fleksibel artinya bahwa aplikasi *Customer On Boarding* BSB dapat dilakukan dimana saja dan dapat dilakukan kapan saja tidak terikat oleh waktu.

4) Mudah digunakan (*easy to use*)

Mudah digunakan artinya bahwa tampilan pada aplikasi *Customer On Boarding* BSB yang jelas sehingga nasabah mudah untuk memahaminya dan merasakan kemudahan ketika menggunakannya dalam mengoperasikannya

5) Jelas dan dapat dipahami (*clear and understandable*)

Dapat dipahami artinya bahwa aplikasi *Customer On Boarding* BSB mudah untuk dioperasikan. Aplikasi *Customer On Boarding* BSB sebagai layanan yang memudahkan nasabah dalam pembukaan rekening secara online tanpa harus datang ke kantor. Sehingga nasabah merasakan mudah dalam mengoperasikan sistem *mobile banking* sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

#### **c. Kemudahan Dalam Perspektif Islam**

---

<sup>39</sup>Arief Adhy Kurniawan And Fadli Abdillah Subhi, 'Pengaruh Persepsi Kegunaan , Persepsi Kemudahan Menggunakan , Dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Menggunakan *Go Payment*', Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi, 20.2 (2021), 144–153 .

<sup>40</sup>Nopy Ernawati and Lina Noersanti, 'Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi OVO', *Jurnal Manajemen STEI*, 3.2 (2020), 27–37 <[www.bi.go.id/id/statistik](http://www.bi.go.id/id/statistik)>.

Kemudahan merupakan salah satu prinsip penting dalam Islam. Kemudahan merupakan anugerah dari Allah SWT, diberikan agar manusia tetap bersemangat dan tekun dalam menjalankan ajaran agama, terutama dalam keadaan sulit. Adapun kemudahan yang diberikan oleh aplikasi *Customer On Boarding* BSB merupakan kemudahan yang memenuhi konsep Islami dengan tidak memberika kesukaran pada penggunaannya. Hal ini tertera dalam Al – Qur’an , Allah berfirman :

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمْ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمْ الْعُسْرَ

Artinya : “Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu”. (Q.S Al-Baqarah : 185)<sup>41</sup>

٦ ( يُسْرًا الْعُسْرَ مَعَ إِنَّ ) ٥ ( يُسْرًا الْعُسْرَ مَعَ فَإِنَّ )

Artinya: “5. Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, 6. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.” (QS. Al-Insyirah: 5-6)<sup>42</sup>

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah memberikan kesulitan dalam hidup manusia juga diberikan kemudahan dibalikny. Jika dikaitkan dengan kemudahan dalam menggunakan aplikasi *Customer On Boarding* maka dapat dipahami bahwa kemudahan dalam menggunakannya dapat dilakukan tanpa perlu mengeluarkan waktu dan tenaga yang banyak, pembukaan rekening dapat dilakakukan dimana saja dan kapan saja sesuai keinginan calon nasbaah.

## 5. Keamanan

### a. Pengertian Keamanan

Keamanan adalah persepsi nasabah terhadap kemampuan bank untuk melindungi informasi personal yang didapat dari transaksi elektronik terhadap pengguna yang tidak berwenang. Keamanan adalah perlindungan atas ancaman keamanan serta kontrol atas informasi pribadi pelanggan dalam transaksi secara daring. Jika tingkat keamanan tinggi dan memastikan bahwa semua informasi pribadi pengguna aman, maka pengguna akan merasa aman dan tertarik untuk mengadopsi teknologi tersebut, begitu pula sebaliknya.<sup>43</sup>

---

<sup>41</sup>Qur’an Kemenag, *Al Qur’an Terjemahan* (Jakarta Timur: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur’an, 2022)

<sup>42</sup>Qur’an Kemenag, *Al Qur’an Terjemahan* (Jakarta Timur: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur’an, 2022)

<sup>43</sup>Ni Wayan Gita And Gede Juliarsa, ‘Persepsi Kepercayaan, Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Keamanan Dan Minat Ulang Menggunakan Mobile Banking Jenius’, E-Jurnal Akuntansi, 31.8 (2021), 2086 -2099.

Keamanan haruslah dipertimbangkan saat merancang sebuah sistem informasi. Keamanan akan sulit dan mahal untuk diimplementasikan ketika sistem telah selesai dikembangkan, sehingga harus diintegrasikan sepenuhnya kedalam proses siklus sistem. Model serangan terhadap keamanan:

- 1) *Interruption*. Serangan ini ditujukan untuk aspek ketersediaan (*availability*), yang menjadikan sistem tidak tersedia atau rusak. Contoh serangan *denial of service attack*.
- 2) *Interception*. Serangan ini berupa pihak yang tidak memiliki wewenang berhasil mengakses data / informasi. Misalnya dengan melakukan penyadapan (*wiretapping*).
- 3) *Modification*. Serangan ini berupa pihak yang tidak memiliki wewenang berhasil memodifikasi aset atau data/informasi yang dimiliki organisasi/perusahaan.
- 4) *Fabrication*. Serangan ini berupa pihak yang tidak berwenang menjadi seolah-olah pengguna sah dan mengirimkan pesan palsu kedalam sistem. Menyerang aspek autentikasi. Contoh dengan memasukkan pesan-pesan palsu seperti *e-mail* palsu ke jaringan komputer.<sup>44</sup>

#### **b. Indikator Keamanan**

Adapun indikator keamanan meliputi :

##### 1) Jaminan keamanan

Keamanan disini ialah adanya perlindungan yang akurat terhadap teknologi informasi yang digunakan. Jaminan keamanan berupa perlindungan yang diberikan oleh pihak bank yang ada pada aplikasi *Customer On Boarding* BSB. Jaminan keamanan informasi dapat dicapai melalui aktivitas penerapan suatu kontrol yang sesuai. Kontrol yang dimaksud meliputi penerapan berbagai kebijakan, fungsi-fungsi tertentu, prosedur, struktur dan praktek. Keseluruhan kontrol harus diterapkan oleh organisasi agar seluruh sasaran keamanan yang dimaksud dapat tercapai.

##### 2) Kerahasiaan data

Kerahasiaan data adalah sifat data yang menyatakan bahwa data tersebut tidak boleh diakses dan diketahui oleh pihak lain yang tidak berwenang untuk mengakses dan mengetahuinya. Kerahasiaan

data di jamin oleh pihak bank agar tidak tersebar kepada pihak lain yang tidak berwenang.<sup>45</sup>

### c. Keamanan Dalam Perspektif Islam

Keamanan adalah sesuatu yang dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau paling tidak mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik.<sup>46</sup> Dalam menggambarkan pentingnya keamanan, Nabi Shallallahu' alaihi wa sallam bersabda:

مَنْ أَصْبَحَ مِنْكُمْ آمِنًا فِي سِرِّهِ مُعَافَى فِي جَسَدِهِ عِنْدَهُ قُوَّةٌ يَوْمَهُ فَكَأَنَّمَا  
حِيزَتْ لَهُ الدُّنْيَا

Artinya: “Barang siapa merasa aman di tempat tinggalnya, tubuhnya sehat dan mempunyai bekal makan hari itu, seolah-olah dunia telah ia kuasai dengan keseluruhannya.” (HR. Tirmidzi No. 2268).

Dari hadits diatas dapat diketahui bahwa dengan adanya rasa aman, terpenuhi pangan dan papan seolah-olah telah menguasai bumi. Maka dari itu keamanan dalam sebuah kehidupan sangatlah penting, sama halnya dengan suatu sistem teknologi dengan adanya keamanan yang baik maka akan membuat pengguna sistem teknologi tersebut merasa nyaman.

## 6. *Customer On Boarding* BSB

Aplikasi *Customer On Boarding* atau disingkat COB merupakan aplikasi yang mempermudah calon nasabah Bank Sumsel Babel untuk dapat membuat akun dan nomor rekening baru di Bank Sumsel Babel secara online tanpa harus datang ke kantor. Terdiri dari 4 jenis tabungan yaitu :

### a. Tabungan Pesirah (Penggerak Potensi Daerah)

Tabungan pesirah dibagi menjadi 2, yaitu :

#### 1) Tabungan Pesirah Bisnis

Pesirah bisnis adalah produk tabungan dari Bank Sumsel Babel yang dibuat untuk para pelaku bisnis (*entrepreneur*) dengan

---

<sup>45</sup>Ardianto Kusuma, ‘Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Website Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Universitas Islam Indonesia)’, *Journal Competency of Business*, 3.1 (2019), 65–79.

<sup>46</sup>Budi Rahardjo, *Keamanan Sistem Informasi Berbasis Internet*, PT Insan Infonesia, 2015 Hal 47.

berbagai fitur dan layanan yang memudahkan para pelaku bisnis dalam bertransaksi.

## 2) Tabungan Pesirah Junior

Tabungan Pesirah Junior merupakan produk tabungan Bank Sumsel Babel yang dibuat khusus untuk anak/remaja dan/atau pelajar/mahasiswa dengan fitur yang memudahkan transaksi keuangan anak/remaja, orang tua dan/atau sekolah/universitas.

### b. Tabungan Simpeda

Simpeda merupakan tabungan BPD seluruh Indonesia yang diperuntukan bagi nasabah perorangan dan non perorangan dalam kebutuhan transaksi sehari-hari dengan mudah dan terjangkau dalam mata uang rupiah .

### c. Tabungan Rofiqoh

Merupakan simpanan nasabah berbentuk tabungan dengan prinsip al-wadi'ah yad ad dhamanah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat. Al-Wadiah adalah titipan murni yang dilakukan nasabah sebagai penitip (Muwaddi') kepada bank sebagai pihak yang menerima titipan dana (Mustawda'), dimana Bank harus menjaga keutuhan dana tersebut tanpa berkewajiban memberikan imbalan/bagi hasil kepada nasabah. Wadiah Yad ad Dhamanah adalah titipan dana nasabah pada bank yang dapat digunakan oleh bank dan bank menjamin akan mengembalikan titipan tersebut sebesar pokok yang dititipkan.

### d. Tabungan Kaffah

Tabungan Kaffah merupakan simpanan dengan prinsip Mudharabah Mutloqoh dan diperuntukan bagi perorangan dengan menghadirkan berbagai keunggulan dan kemudahan dalam bertransaksi.<sup>47</sup>

## B. Penelitian Terdahulu

1. Hoang Ba Huyen LE , Chi Thanh NGO, Thi Thu Huyen TRINH, Thi Thu Phuong NGUYEN (2020)<sup>48</sup> dalam penelitiannya yang berjudul “*Factor Affecting Customers’ Decision to Use Mobile Banking Service: A Case of Thanh Hoa Province, Vietnam*”

---

<sup>47</sup>Bank Sumsel Babel, “Produk Tabungan Bank Sumsel Babel”, <https://www.banksumselbabel.com/id/> (Di Akses Pada Tanggal 7 Oktober 2023 Pukul 10:35 WIB)

<sup>48</sup>Hoang Ba Huyen Le And Others, ‘*Factor Affecting Customers’ Decision To Use Mobile Banking Service: A Case Of Thanh Hoa Province, Vietnam*’, *Journal Of Asian Finance, Economics And Business*, 7.2 (2020), 205–212.

Jenis penelitian ini merupakan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan mobile banking. Adapun persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah jenis dan metode pendekatan penelitian yang digunakan sama-sama menggunakan metode kuantitatif, alat statistik yang menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM). Sedangkan perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah penelitian ini membahas tentang keputusan nasabah menggunakan aplikasi *Customer On Boarding* sedangkan penelitian terdahulu membahas tentang keputusan nasabah menggunakan mobile banking.

2. Darmeinis dan Yenny (2022)<sup>49</sup> dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kemudahan *Internet Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Central Asia Kantor Cabang Utama Suryopranoto”

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian menjelaskan bahwa kemudahan *internet banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, tanpa adanya kemudahan *internet banking* maka nilai kepuasan nasabah akan berkurang. Adapun persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah variabel bebas yaitu kemudahan dan sama-sama menggunakan data primer yang di peroleh dari hasil wawancara. sedangkan perbedaannya adalah alat statistik yang digunakan adalah perhitungan korelasi sederhana sedangkan pada penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM).

3. Dr. A. M. Mahaboob Basha, Dr. P. Chenchu Reddy, Dr. G. Radha Krishna Murthy, Mrs. J. Srivanid and Mr. B. Ankaiah (2020)<sup>50</sup> dengan penelitiannya yang berjudul “*Moderating Role of Security and Reliability on high customer satisfaction: Relationship among Ease of Use-Content-Service Quality with respect to Customer Satisfaction in Digital Banking Transactions*”.

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan keamanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Adapun persamaan

---

<sup>49</sup>Darmeinis and Yenny.

<sup>50</sup>A. M. Mahaboob Basha And Others, ‘*Moderating Role Of Security And Reliability On High Customer Satisfaction: Relationship Among Ease Of Use-Content-Service Quality With Respect To Customer Satisfaction In Digital Banking Transactions*’, *International Journal Of Advanced Science And Technology*, 29.3 (2020), 6866–6876.

pada penelitian ini adalah menggunakan alat statistik *Structural Equation Modeling* (SEM) dan variabel penelitian yaitu kemudahan, keamanan dan kepuasan nasabah. sedangkan perbedaan pada penelitian ini adalah jika penelitian terdahulu meneliti mengenai kepuasan nasabah terhadap transaksi perbankan digital sedangkan pada penelitian ini kepuasan nasabah menggunakan aplikasi *customer onn boarding*.

4. Ahmad Sahri Romadon dan Risma Nurhapsari (2020)<sup>51</sup> dengan penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Menggunakan *E-Banking* Pada BNI 46 KC Karangayu Semarang Dengan Minat Nasabah Dan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi”

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan *e-banking*. Adapun persamaan pada penelitian ini adalah pada variabel penelitian yaitu kemudahan terhadap keputusan nasabah dan menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM). Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada teknik pengambilan sampel, pada penelitian terdahulu teknik pengambilan sampel menggunakan sampel *Random Sampling* sedangkan pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Alat statistik yang digunakan untuk variabel mediasi adalah instrumen data, uji kelayakan model, uji asumsi klasik, analisis jalur (*path analysis*) sedangkan pada penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM)

5. Arif Pribadi dan Rachmat Gunawan (2020)<sup>52</sup> dengan penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko, Fitur Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Pengguna *Internet banking* (Studi Kasus BRI Syariah Pusat)”

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan secara parsial dan signifikan berpengaruh terhadap keputusan nasabah pengguna *internet banking* di BRI Syariah Pusat. Adapun persamaan pada penelitian ini

---

<sup>51</sup>Ahmad Sahri Romadon And Risma Nurhapsari, ‘Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Menggunakan E-Banking Pada BNI 46 Kc Karangayu Semarang Dengan Minat Nasabah Dan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi’, *Solusi*, 18.4 (2020).

<sup>52</sup>Arif Pribadi And Rachmat Gunawan, ‘Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko, Fitur Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Pengguna Internet Banking (Studi Kasus BRI Syariah Pusat)’, *Jurnal Visionida*, 6.2 (2020), 64–71.

adalah pada variabel penelitian yang menggunakan kemudahan dan keputusan nasabah, Teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling* dan sumber data menggunakan data primer yang diperoleh dari menyebarkan kuesioner kepada para nasabah. Sedangkan perbedaan pada penelitian terletak pada metode yang digunakan yaitu metode analisis adalah regresi linear berganda sedangkan pada penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM).

6. Nining Wahyuningsi dan Nurul Janah (2018)<sup>53</sup> dengan penelitian berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan *Internet banking* Pada Bank Muamalat”

Penelitian ini merupakan penelitian survey yaitu suatu penelitian yang dilakukan melalui pengisian kuesioner yang diberikan kepada responden yaitu nasabah Bank Muamalat KCP Plered yang menggunakan internet banking. Hasil penelitian menjelaskan bahwa secara parsial kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah menggunakan *internet banking*. Adapun persamaan pada penelitian adalah variabel yang digunakan dan teknik pengambilan sampel yaitu dengan *purposive sampling*. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini adalah hasil penelitian menggunakan metode Uji Regresi Linier Berganda sedangkan pada penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM).

7. Dandy Kurnia (2020)<sup>54</sup> dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Fitur, Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Dan Promosi, Terhadap Keputusan Penggunaan Digital *Banking* Jenius PT Bank Tabungan Pensiun Nasional”.

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel kemudahan, keamanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan digital *banking* Jenius. Adapun persamaan pada penelitian adalah pada variabel yang digunakan dan teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Sedangkan perbedaan pada penelitian terdahulu adalah Alat bantu analisis yang digunakan adalah SPSS versi 25 sedangkan pada penelitian ini SMART PLS versi 3.

---

<sup>53</sup>Nining Wahyuningsi And Nurul Janah, ‘Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Bank Muamalat’, *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari’ah*, 10.2 (2018), 295.

<sup>54</sup>Dandy Kurnia, ‘Pengaruh Fitur, Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Dan Promosi, Terhadap Keputusan Penggunaan Digital Banking Jenius PT Bank Tabungan Pensiun Nasional’, *UG Jurnal*, 14 (2020), 1–10.

8. Izma Fazlun Jannah, Inayatillah Djakfar dan Azimah Dianah (2020)<sup>55</sup> dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Digital *Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BNI Syariah Cabang Banda Aceh”

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel keamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Adapun persamaan pada penelitian adalah pada variabel yang digunakan dan teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini adalah teknik analisis yang digunakan untuk mengolah dan membahas data serta menguji hipotesis pada penelitian ini adalah dengan analisis regresi berganda sedangkan pada penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM).

9. Novela Rizki Lestari (2018)<sup>56</sup> dengan penelitian yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan *Internet banking* Nasabah Bank BRI Di Surabaya”

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan masalah keamanan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pelanggan. Adapun persamaan pada penelitian adalah menggunakan sumber data primer yaitu dengan memberikan kuesioner kepada para nasabah. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini adalah Penarikan sampel dalam penelitian terdahulu menggunakan cara *judgement sampling* lalu pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*.

10. Dendi Zainuddin Hamidi dan Sugih Prakoso (2018)<sup>57</sup> dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Variabel Intervening Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Kecap Manis Merek “Gan” Di Kota Sukabumi)”

---

<sup>55</sup>Izma Fadlun Jannah, Inayatillah Djakfar, And Azimah Dianah, ‘Pengaruh Kualitas Digital Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bni Syariah Cabang Banda Aceh’, *JIHBIJ :Global Journal Of Islamic Banking And Finance.*, 2.1 (2020), .

<sup>56</sup>Novela Rizki Lestari And Basuki Rachmat, ‘Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Internet Banking Nasabah Bank BRI Di Surabaya’, *Journal Of Business & Banking*, 8.1 (2018), 141–155.

<sup>57</sup>Zainuddin Dendi Hamidi And Sugih Prakoso, ‘Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Variabel Intervening Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Kecap Manis Merek “GAN” Di Kota Sukabumi)’, *Jurnal Ekonomak*, 4.2 (2018), 1–18.

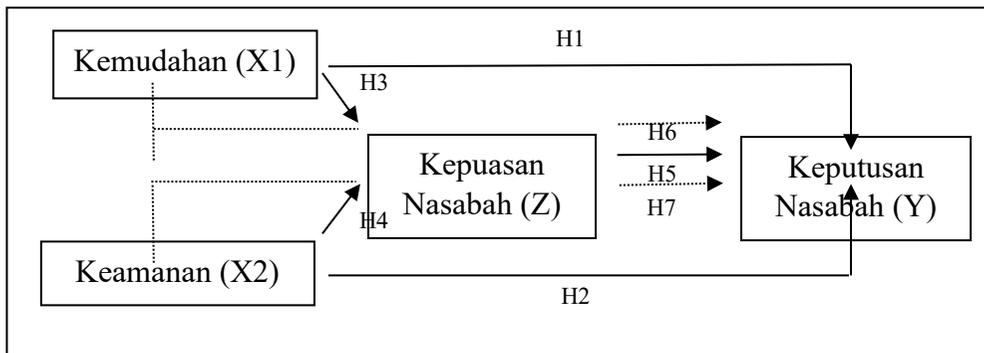
Jenis penelitian ini berupa penelitian kausal sebagai tipe riset deskriptif-asosiatif untuk menganalisis pengaruh atau hubungan sebab akibat dengan lingkup penelitian mencari pengaruh tidak langsung Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Adapun persamaan pada penelitian adalah pada variabel dependen dan variabel intervening yang menggukan keputusan terhadap kepuasan. Sedangkan perbedaan adalah pada penelitian terdahulu pengambilan sampel menggunakan teknik sampling sistematis sedangkan pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*.

### C. Kerangka Pemikiran

Pada penelitian ini terdapat empat variabel yang di indentifikasi sebagai masalah penting, dua variabel independen, yaitu kemudahan dan keamanan, variabel dependen yaitu keputusan nasabah serta variabel antara (intervening) yaitu kepuasan nasabah. Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini bertujuan untuk membuktikan adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan variabel intervening. Sejalan dengan tujuan penenlitian dan kajian teori yang telah dibahas sebelumnya, akan diuraikan kerangka pemikiran.

Kerangka berfikir berisi gambaran pola hubungan antar variabel atau kerangka konsep yang akan digunakan untuk menjawab masalah yang diteliti, disusun berdasarkan kajian teoritik yang telah dilakukan dan didukung oleh hasil penelitian terdahulu.<sup>58</sup> Adapun kerangka pemikiran yang disajikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Gambar 2. 1**  
**Kerangka Pemikiran**



<sup>58</sup>Muhammad, Metode Penelitian Ekonomi Islam (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013) Hal

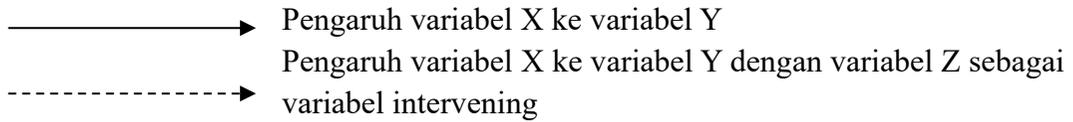
**Keterangan :**

X1 = Kemudahan

X2 = Keamanan

Y = Keputusan nasabah

Z = Kepuasan nasabah



**D. Pengembangan Hipotesis**

Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka pemikiran yang telah dikemukakan, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut :

**1. Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Nasabah**

Kemudahan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi penerimaan suatu teknologi yang ada pada teori TAM. Penelitian yang dilakukan oleh Fred Davis tahun 1989 menunjukkan hasil bahwa kemudahan dapat menjelaskan alasan seseorang tertarik untuk menggunakan sebuah sistem.<sup>59</sup> Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.

Persepsi individu berkaitan dengan kemudahan merupakan tingkat dimana individu percaya bahwa menginginkan 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.<sup>60</sup>

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Hoang Ba Huyen LE et al.<sup>61</sup> menjelaskan bahwa kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* dengan bank perlu memperhatikan nilai pengalaman dan meningkatkan utilitas bagi para pelanggan lalu bank juga perlu memperbaiki kualitas layanan untuk meningkatkan kemudahan yang dirasakan oleh pelanggan.

---

<sup>59</sup>Rashid A. Khan And Hassan Qudrat-Ullah, *Technology Adoption A Conceptual Framework, Advances In Science, Technology And Innovation*, 2020 Hal 35.

<sup>60</sup>I Gusti Bagus Putra Adiwijaya, 'Kemudahan Penggunaan, Tingkat Keberhasilan Transaksi, Kemampuan Sistem Teknologi, Kepercayaan Dan Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking', *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 15.3 (2018), 135–153.

<sup>61</sup>Hoang Ba Huyen Le And Others, 'Factor Affecting Customers' Decision To Use Mobile Banking Service: A Case Of Thanh Hoa Province, Vietnam', *Journal Of Asian Finance, Economics And Business*, 7.2 (2020), 205–212.

Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Sahri Romadon dan Risma Nurhapsari<sup>62</sup> menjelaskan bahwa para nasabah tidak memperlakukan kemudahan teknologi *E-Banking* karena pada saat ini nasabah sudah memiliki banyak pengetahuan. Pada saat ini responden telah banyak memiliki pengetahuan tentang teknologi, mereka beranggapan bahwa persepsi kemudahan teknologi *E-Banking* yang ada akan belum tentu memberikan solusi masalah transaksi perbankan

Berdasarkan uraian diatas, hipotesis yang dipilih pada penelitian ini adalah :

H1 = Kemudahan Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Keputusan Nasabah. Dalam Menggunakan Aplikasi *Customer On Boarding* Bank Sumsel Babel

## 2. Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Nasabah

Salah satu faktor terbaru yang mempengaruhi penerimaan teknologi yang dikembangkan oleh teori TAM adalah keamanan. Faktor kepercayaan terhadap teknologi dipengaruhi oleh tingkat keamanan yang tinggi. Fitur privasi dan keamanan website adalah kunci kepercayaan, yang secara positif mempengaruhi intention pengguna.<sup>63</sup> Keamanan sangat penting dalam sistem perbankan karena berisi data data penting seperti data pribadi pelanggan yang sangat sensitif. Oleh karena itu, keamanan aplikasi perbankan sangat penting. Keamanan adalah salah satu alasan yang menjadi perhatian pelanggan untuk memutuskan menggunakan aplikasi perbankan tersebut.<sup>64</sup>

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dandy Kurnia<sup>65</sup> menjelaskan bahwa keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah. Pengaruh ini dapat disebabkan oleh indikator privasi yang terjaga dan nasabah merasa yakin terhadap keamanan bank. Kemudian hasil penelitian Novela Rizki Lestari<sup>66</sup> menjelaskan juga bahwa

---

<sup>62</sup>Ahmad Sahri Romadon And Risma Nurhapsari Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Menggunakan E-Banking Pada BNI 46 Kc Karangayu Semarang Dengan Minat Nasabah Dan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi', *Solusi*, 18.4 (2020).

<sup>63</sup>Rashid A. Khan And Hassan Quadrat-Ullah, *Technology Adoption A Conceptual Framework, Advances In Science, Technology And Innovation*, 2020 Hal 36.

<sup>64</sup>A Restika, 'Persepsi Kepercayaan, Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Keamanan Dan Minat Ulang Menggunakan *Mobile Banking* Jenius', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 31.2 (2021), 1154–1168.

<sup>65</sup>Dandy Kurnia, "Pengaruh Fitur, Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Digital Banking Jenius PT Bank Tabungan Pensiun Nasional", *UG Jurnal*, 14 (2020) 1-10.

<sup>66</sup>Lestari and Rachmat.

keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dengan kata lain semakin tinggi masalah keamanan yang dirasakan nasabah maka keputusan nasabah untuk menggunakan aplikasi perbankan juga semakin tinggi dan begitupun sebaliknya.

Berdasarkan uraian diatas, hipotesis yang dipilih pada penelitian ini adalah :

H2 = Keamanan Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Keputusan Nasabah. Dalam Menggunakan Aplikasi *Customer On Boarding* Bank Sumsel Babel

### 3. Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah

Terwujudnya kepuasan pengguna dapat melalui *Perceived Ease of Use* atau persepsi kemudahan dimana pengguna percaya bahwa teknologi atau sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah.<sup>67</sup> Intensitas penggunaan teknologi informasi yang tinggi dan dengan adanya interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan bahwa sistem tersebut mudah untuk digunakan. Apabila kinerja (hasil) yang diterima lebih dari harapan konsumen maka konsumen tersebut merasa puas akan layanan teknologi yang diberikan.<sup>68</sup>

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Darmeinis dan Yenny<sup>69</sup> menjelaskan bahwa kepuasan nasabah meningkat secara positif dan dipengaruhi oleh kemudahan. Agar dapat mempertahankan dan meningkatkan kemudahan sesuai dengan tata cara dan etika yang ada pada perusahaan selain itu perusahaan juga harus dapat menjaga kualitas jaringan dan koneksi sehingga saat nasabah menggunakan aplikasi perbankan dapat berjalan dengan baik.

Selanjutnya hasil penelitian yang dilakukan oleh Nining Wahyuningsi dan Nurul Janah<sup>70</sup> menjelaskan bahwa kemudahan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Saat ini nasabah dapat

---

<sup>67</sup>Meyrilliana Purba, Samsir, And Kasman Arifin, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Niat Menggunakan Kembali Aplikasi Ovo Pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau', *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, XII.1 (2020), 151–170.

<sup>68</sup>Rosnaini Daga, Citra, *Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan* (Makassar: Global Research And Consulting Institute, 2017) Hal 78

<sup>69</sup>Darmeinis And Yenny, 'Pengaruh Kemudahan Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pt Bank Central Asia Kantor Cabang Utama Suryopranoto', *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1.1 (2022), 88–95.

<sup>70</sup>Nining Wahyuningsih And Nurul Janah , 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan *Internet Banking* Pada Bank Muamalat', *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10.2 (2018), 295..

dengan mudah mengakses dan menggunakan internet banking, selain mudah di akses juga internet banking mudah dipelajari sehingga dapat memudahkan nasabah dalam menggunakannya.

Berdasarkan uraian diatas, hipotesis yang dipilih pada penelitian ini adalah :

H3 = Kemudahan Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah. Dalam Menggunakan Aplikasi *Customer On Boarding* Bank Sumsel Babel

#### 4. Pengaruh Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Pada dasarnya keamanan yang ada pada layanan perbankan dinilai nasabah sebagai kemampuan bank dalam menyediakan informasi yang akurat, menjaga kerahasiaan data pribadi nasabah, serta melindungi setiap transaksi yang dilakukan agar selalu aman dan terhindar dari tindak penipuan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Adanya keamanan yang baik akan membuat nasabah merasa puas terhadap layanan yang diberikan oleh bank. Sedangkan apabila layanan perbankan dinilai kurang aman akan membuat nasabah merasa khawatir untuk menggunakannya.<sup>71</sup>

Hasil penelitian yang dilakukan oleh A. M. Mahaboob Basha and others<sup>72</sup> menjelaskan bahwa persepsi keamanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan transaksi perbankan secara online.. Bank mengambil banyak informasi tentang nasabah sehingga dapat membuat nasabah merasa tidak aman melakukan transaksi perbankan online apabila jika nasabah menilai keamanan bank tersebut rendah dan begitu sebaliknya.

Selanjutnya hasil penelitian yang dilakukan oleh Izma Fazlun Jannah, Inayatillah Djakfar dan Azimah Dianah<sup>73</sup> menjelaskan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah keamanan. Adanya keamanan yang ketat dan berlapis dari pihak perbankan dalam mengakses digital banking akan menjadikan nasabah yakin dan nyaman

---

<sup>71</sup>Berlintina Permatasari, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Mobile Banking BCA', *Journals Of Economics And Business*, 2.2 (2022), 1–16 .

<sup>72</sup>A.M Mahaboob Basha And Others, 'Moderating Role Of Security And Reliability On High Customer Satisfaction: Relationship Among Ease Of Use-Content-Service Quality With Respect To Customer Satisfaction In Digital Banking Transactions', *International Journal Of Advanced Science And Technology*, 29.3 (2020), 6866–76.

<sup>73</sup>Izma Fadlun Jannah, Inayatillah Djakfar, And Azimah Dianah, 'Pengaruh Kualitas Digital Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bni Syariah Cabang Banda Aceh', *JHIBIZ :Global Journal Of Islamic Banking And Finance.*, 2.1 (2020), 1-17.

dalam melakukan transaksi menggunakan layanan digital banking yang pada akhirnya akan tercipta rasa puas pada nasabah.

Berdasarkan uraian diatas, hipotesis yang dipilih pada penelitian ini adalah :

H4 = Keamanan Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Aplikasi *Customer On Boarding* Bank Sumsel Babel

## **5. Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Keputusan Nasabah**

Kepuasan adalah pola perilaku dimana konsumen dalam memberi, menggunakan, mencari, mengevaluasi dann menghabiskan suatu produk untuk dapat bisa memenuhi dan memuaskan kebutuhannya. Keputusan adalah hasil pemecahan masalah yang dihadapinya dengan tegas. Suatu keputusan merupakan jawaban yang pasti terhadap suatu pertanyaan.<sup>74</sup>

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dendi Zainuddin Hamidi dan Sugih Prakoso<sup>75</sup> menjelaskan bahwa keputusan pembelian konsumen juga dipengaruhi oleh satu variabel yaitu kepuasan konsumen yang berarti bahwa semakin tinggi kepuasan konsumen maka akan semakin baik pula keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu perusahaan perlu untuk selalu berusaha memuaskan konsumennya agar dapat membuat konsumen loyal dengan aktif melakukan penelitian mengenai peningkatan kepuasan seperti apakah yang diinginkan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, hipotesis yang dipilih pada penelitian ini adalah :

H5 = Kepuasan Nasabah Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Aplikasi *Customer On Boarding* Bank Sumsel Babel

## **6. Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening**

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan keyakinan seseorang ketika menggunakan suatu teknologi dapat dengan mudah digunakan dan dipahami sehingga pengguna tidak merasa berat ketika ada teknologi baru. Hal ini seorang pengguna cenderung mengadopsi teknologi jika sistem teknologi tersebut mudah untuk digunakan. Persepsi kemudahan

---

<sup>74</sup>Jamal, Gunawan Pribadi, Denny . Saputra, Amegia Rizal . Maulanahuddin, "Sistem Pendukung Keputusan" (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2020) Hal 1.

<sup>75</sup>Zainuddin Dendi Hamidi And Sugih Prakoso, 'Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Variabel Intervening Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Kecap Manis Merek "GAN" Di Kota Sukabumi', Jurnal Ekonomak, 4.2 (2018), 1–18.

penggunaan pada teknologi akan memiliki dampak atau pengaruh pada perilaku dan tindakan, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan penggunaan suatu sistem, semakin tinggi tingkat teknologi informasi yang digunakan.<sup>76</sup>

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nining Wahyuningsi dan Nurul Janah<sup>77</sup> dalam penelitiannya menemukan bahwa kemudahan berpengaruh positif terhadap kepuasan. Kemudian oleh Dendi Zainuddin Hamidi dan Sugih Prakoso<sup>78</sup> dalam penelitiannya menemukan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah. Disamping itu Arif Pribadi dan Rachmat Gunawan<sup>79</sup> dalam penelitiannya menemukan bahwa kemudahan berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

Berdasarkan uraian diatas, hipotesis yang dipilih pada penelitian ini adalah :

H6 = Kemudahan Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Keputusan Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening.

## **7. Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening**

Keamanan adalah persepsi nasabah terhadap kemampuan bank untuk melindungi informasi personal agar nasabah merasakan puas dan keamanan tersebut juga dapat mempengaruhi keputusan nasabah. Keamanan penggunaan dalam aplikasi dapat membuat konsumen merasa puas sehingga konsumen akan nyaman melakukan transaksi menggunakan aplikasi dan tidak perlu khawatir dengan data pengguna yang disimpan. Data pribadi pengguna sangat diperlukan untuk melakukan berbagai macam transaksi baik secara online atau offline. Maka dari itu, untuk menunjang keamanan data pengguna pada aplikasi,

---

<sup>76</sup>Meyrilliana Purba, Samsir, And Kasman Arifin, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Niat Menggunakan Kembali Aplikasi Ovo Pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau', *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, XII.1 (2020), 151–170.

<sup>77</sup>Nining Wahyuningsih And Nurul Janah, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Bank Muamalat', *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10.2 (2018), 295.

<sup>78</sup>Zainuddin Dendi Hamidi And Sugih Prakoso, 'Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Variabel Intervening Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Kecap Manis Merek "GAN" Di Kota Sukabumi)', *Jurnal Ekonomak*, 4.2 (2018), 1–18.

<sup>79</sup>Arif Pribadi And Rachmat Gunawan, 'Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko, Fitur Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Pengguna Internet Banking (Studi Kasus BRI Syariah Pusat)', *Jurnal Visionida*, 6.2 (2020), 64–71.

perusahaan harus dapat menjamin proteksi data yang kuat agar dapat menjamin data pengguna agar tidak digunakan oleh pihak yang tidak berwenang.<sup>80</sup>

Hasil penelitian yang dilakukan Izma Fazlun Jannah, Inayatillah Djakfar dan Azimah Dianah<sup>81</sup> dalam penelitiannya menemukan bahwa keamanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Kemudian oleh Dendi Zainuddin Hamidi dan Sugih Prakoso<sup>82</sup> dalam penelitiannya menemukan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah. Disamping itu Novela Rizki Lestari<sup>83</sup> dalam penelitiannya menemukan bahwa keamanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

Berdasarkan uraian diatas, hipotesis yang dipilih pada penelitian ini adalah :

H7= Keamanan Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Keputusan Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening

---

<sup>80</sup>Khairunnisa Tri Indriana Chusnah, 'Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Fintech', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3.1 (2020), 111–122.

<sup>81</sup>Izma Fadlun Jannah, Innayatillah Djakfar, And Azimah Dianah, 'Pengaruh Kualitas Digital Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BNI Syariah Cabang Banda Aceh', *JHIBIZ : Global Journal Of Islamic Banking And Finance.*, 2.1 (2020), 1.

<sup>82</sup>Zainuddin Dendi Hamidi And Sugih Prakoso, 'Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Variabel Intervening Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Kecap Manis Merek "GAN" Di Kota Sukabumi)', *Jurnal Ekonomak*, 4.2 (2018), 1–18.

<sup>83</sup>Novela Rizki Lestari And Basuki Rachmat, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Internet Banking Nasabah Bank BRI Di Surabaya', *Journal Of Business & Banking*, 8.1 (2018), 141–155.