

BAB II

LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Teori Minat Berperilaku

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, minat adalah kecenderungan yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, dan keinginan.²²

Jogiyanto menyatakan bahwa minat berperilaku adalah keinginan seseorang untuk melakukan perilaku diprediksi oleh sikapnya terhadap perilakunya dan bagaimana dia berpikir orang lain akan menilainya jika dia melakukan perilaku tersebut.²³

Berdasarkan Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, minat adalah suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan tindakan terhadap seseorang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang.²⁴

²²Kamus Besar Bahasa Indonesia, <http://kbbi.web.id/minat>, diakses pada 14 oktober 2019, pukul 20.29.

²³ Jogiyanto, *sistem informasi keperilakuan*, Yogyakarta: Andi Offset, 2007. Hal. 116.

²⁴ Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Prospektif Islam*. Jakarta, Kencana, 2014. Hal 263..

Menurut Crow dan Crow (Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab), faktor-faktor timbulnya minat terhadap sesuatu, dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu:²⁵

- 1) Bersumber dari dalam diri individu yang bersangkutan, misal: bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, erasaan mampu, kepribadian.
- 2) Berasal dari luar, mencakup lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan lingkungan masyarakat.

Faktor lingkungan yang sangat mempengaruhi minat adalah dari faktor keluarga, tetapi ada juga faktor yang mempengaruhi minat adalah lingkungan sekolah dan masyarakat. Karena belum tentu minat yang timbul akan dipengaruhi oleh pihak ketiga faktor lingkungan tersebut.

Indikator-indikator untuk mengetahui Minat Nasabah dalam Menggunakan *Internet Banking* adalah

- a) Keinginan menggunakan *internet banking* di masa mendatang.
- b) Kesesuaian penggunaan *internet banking* dengan kebutuhan.
- c) Keinginan merekomendasikan *internet banking*.

²⁵ Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Prospektif Islam.....*, Hal 263-268.

B. Internet banking

1. Pengertian Internet Banking

Internet banking merupakan layanan transaksi perbankan yang memanfaatkan teknologi internet sebagai media untuk melakukan berbagai macam transaksi melalui website milik bank. Dalam kegiatan ini jaringan internet digunakan sebagai perantara antara nasabah dengan bank tanpa nasabah harus mendatangi kantor bank.²⁶

2. Jenis Transaksi Internet Banking

Transaksi *internet banking* saat ini sudah dapat melakukan banyak hal, tetapi masih dapat berkembang lebih pesat lagi di waktu mendatang. Jenis transaksi yang dapat dilakukan melalui *internet banking* antara lain:²⁷

- 1) Transfer dana atau pemindahan dana
- 2) Informasi
- 3) Pembayaran

²⁶ Shinhan Bank, “*Pengertian Internet banking*” (<https://www.shinhan.co.id/article-listings/read/pengertian-internet-banking>, Diakses pada 07 Oktober 2019, pukul 16.32)

²⁷ Zenna Mya Eka Pratiwi, “*Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Risiko dan Handling Complaint Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ngunt Tulungagung*”. (IAIN TULUNGAGUNG. Skripsi diterbitkan, 2016). Hal. 41. [<http://repo.iain-tulungagung.ac.id/id/eprint/3454>].

4) Pembelian

Penjelasan diatas menyatakan bahwa, *Internet banking* dapat melakukan berbagai transaksi berupa transfer dana ke rekening satu dengan rekening lainnya, melihat informasi saldo dan melihat informasi lainnya. *Internet banking* ini juga dapat melakukan transaksi pembayaran tagihan listrik, telepon, dan lain-lain. Serta dapat melakukan pembelian pulsa telepon berbagai operator, pulsa listrik, dan lain-lain.

3. Produk-produk Internet Banking

Kemajuan teknologi *internet banking* sangat pesat bersamaan dengan kemajuan pelayanan dan komunikasi data melalui jaringan kabel maupun tanpa kabel (*wireless*). Layanan *internet banking* telah melahirkan beberapa produk yaitu:²⁸

- a. *Internet banking (via computer/internet).*
- b. *Mobile banking (via Handphone).*
- c. *SMS Banking (via SMS).*

²⁸ Maryanto Supriyono. *Buku Pintar Perbankan*, (Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2011) Hal. 66.

C. Kemampuan Teknologi Informasi

Menurut O' Brien (dalam Ida Mentayani) Teknologi informasi memainkan peran penting dalam perekayasaan ulang dalam proses bisnis. Kemampuan pemrosesan informasi dan konektivitas komputer serta kecepatan teknologi internet dapat secara mendasar meningkatkan efisiensi para bisnis, seperti juga meningkatkan komunikasi dan kerjasama.

Kemampuan teknologi informasi yang dibangun atas dasar teknologi informasi akan memiliki sejumlah keunggulan antara lain dapat menekan biaya, meningkatkan kualitas dan efisien serta kecepatan pengolahan data sehingga kemampuan dalam menghasilkan informasi akuntansi untuk pengambilan keputusan manajemen perusahaan lebih dapat diandalkan.²⁹

Indikator-indikator untuk mengetahui kemampuan teknologi informasi dalam menggunakan *Internet Banking* adalah

- a) Kecepatan transaksi.
- b) Efektifitas transaksi.
- c) Mendukung aktivitas.

²⁹ Ida Mentayani, Rusmanto, Rahmiati, "pengaruh kemampuan teknologi informasi, kemudahan, risiko dan fitur layanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan internet banking (Studi empiris pada nasabah BRI di Kota Banjarmasin)". *Dinamika Ekonomi*, Vol.9 No.2, 2016

D. Fitur Layanan

1. Pengertian Fitur Layanan

Fitur (*features*) atau disebut juga atribut adalah semua hasil pengukuran yang bias diperoleh dan merupakan karakteristik pembeda dari objek fitur dapat berupa symbol seperti warna, numeric seperti berat, atau gabungan keduanya. Syarat fitur yang baik antara lain mudah dalam komputasi, mampu sebagai pembeda dan memberikan keberhasilan tinggi dalam pengenalan, dan besarnya data dapat diperkecil tanpa menghilangkan informasi penting.³⁰

Menurut Schmitt (dalam Setyo Ferry Wibowo) fitur adalah karakteristik yang menambah fungsi dasar suatu produk. Karena fitur ini menjadi alasan konsumen untuk memilih suatu produk, maka bagi pemasar tradisional fitur adalah alat kunci untuk mendefinisikan produk mereka dengan produk pesaing.³¹

³⁰ Putri Ernawati, “Pengaruh fitur layanan, penghargaan dan mitra kerja terhadap minat nasabah menggunakan internet banking pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulung Agung”. (IAIN TULUNGAGUNG. Skripsi diterbitkan, 2018). [<http://repo.iain-tulungagung.ac.id/id/eprint/7662>]. Hal. 34.

³¹ Putri Ernawati, “Pengaruh fitur layanan, penghargaan dan mitra kerja terhadap minat nasabah menggunakan internet banking pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulung Agung”. (IAIN TULUNGAGUNG. Skripsi diterbitkan, 2018). [<http://repo.iain-tulungagung.ac.id/id/eprint/7662>]. Hal. 34.

Fitur layanan merupakan salah satu faktor penting untuk menumbuhkan kepercayaan bagi konsumen dalam memutuskan akan melakukan transaksi secara online atau tidak.³² Menurut Steward, dkk., (dalam Gilang Rizky Amijaya) faktor kepercayaan konsumen itu sendiri dalam e-commerce adalah perkiraan subyektif dimana konsumen percaya mereka dapat melakukan transaksi online secara konsisten dan lebih lengkap sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan. Dan konsep kepercayaan disini adalah kepercayaan pada penyelenggara transaksi online (banking/retailer/produsen) dan kepercayaan pada kelengkapan fitur layanan terdapat di dalam *internet banking*. Upaya tinggi harus dilakukan oleh penyelenggara transaksi online agar kepercayaan konsumen semakin tinggi, karena terus mempunyai pengaruh besar pada minat konsumen untuk melakukan transaksi secara online atau tidak melakukannya.³³

³² Heny Agustina, “Penggunaan Teknologi informasi, kemudahan dan fitur layanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan internet banking (Studi pada Bank Syariah Mandiri)”. Jurnal Manajemen KINERJA, Vol.3, No.1, 2017.

³³ Gilang Rizki Amijaya, “Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA)”. (Universitas Diponegoro Semarang. Skripsi diterbitkan, 2010).

2. Jenis Fitur Layanan *Internet Banking*

Transaksi *internet banking* saat ini sudah dapat melakukan banyak hal, tetapi masih dapat berkembang lebih pesat lagi di waktu yang akan datang. Jenis transaksi melalui via *internet banking* antara lain, transfer dana atau pemindahan dana, informasi, pembayaran, dan pembelian.³⁴

Indikator-indikator untuk mengetahui Fitur Layanan dalam menggunakan *internet banking* terdiri dari

- a) Kelengkapan fasilitas transaksi.
- b) Kesesuaian fasilitas dengan kebutuhan.
- c) Biaya penggunaan fasilitas.
- d) Keamanan fasilitas dari virus computer.

E. Handling Complaint (Penanganan Keluhan)

1. Pengertian Handling Complaint

Menurut Tjiptono, keluhan (komplain) adalah ungkapan kekecewaan atau ketidakpuasan. Sedangkan Bell dan Luddington menyatakan bahwa keluhan pelanggan atau nasabah merupakan umpan balik (*feedback*) dari pelanggan yang

³⁴ Maryanto Supriyono. *Buku Pintar Perbankan*, (Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2011) Hal. 66.

ditujukan kepada perusahaan yang cenderung bersifat negative. Umpan balik yang dapat dilakukan secara lisan ataupun tertulis. Keluhan atau complain adalah ekspresi perasaan ketidakpuasan atau standar pelayanan, tindakan atau tiadanya tindakan pelayanan yang berpengaruh terhadap pelanggan.³⁵

Dalam dunia perbankan, keluhan diduga muncul karena adanya kesalahan atau kelalaian bank yang menyebabkan kerugian finansial pada seorang nasabah.³⁶ Penanganan keluhan itu sendiri perlu dilakukan secara bijaksana dalam penyampaian karena dapat meruncing kembali bila penyampaian tersebut tidak cepat dan akurat sehingga akan menimbulkan masalah lain.

2. Jenis Penanganan

Penanganan yang diberikan harus cepat, tepat, dan memuaskan dengan memperhatikan beberapa hal berikut:³⁷

- a. Berempati dan Menerima Keluhan (Emphaty)

³⁵ Ebook, Akh. Muwafik Saleh, *Public Service Communication*. (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang). Hal. 156

³⁶ Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama). Hal.130

³⁷ Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank*. (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama). Hal 306-307

Menyediakan waktu dan memberikan perhatian khusus guna mendengarkan keluhannya, serta mencari jalan keluar hingga tuntas.

b. Kecepatan Memberikan Tanggapan

Kecepatan dan ketepatan merupakan hal yang sangat penting dalam menangani complaint karena dapat meredakan atau menghilangkan pemikiran negative yang dialami si penyampai keluhan. Cepat, tepat dan tuntas dalam merespon merupakan tindakan yang dapat menambah kepercayaan nasabah.

c. Permintaan Maaf (Apology)

Permintaan maaf merupakan ungkapan yang harus disampaikan pada saat pertama kali merespon permasalahan yang diajukan oleh nasabah. Permintaan maaf tersebut merupakan kompensasi yang layak diterima oleh nasabah yang mengalami tekanan akibat persoalan.

d. Kredibilitas (credibilitas)

Kredibilitas disini sendiri merupakan pertaruhan ketika dalam mengatasi persoalan, yaitu akan menaikkan reputasi jika mampu mengatasinya, atau merusak citra perusahaan

jika tidak bisa mengatasi persoalan secara baik. Kredibilitas erat dengan keputusan nasabah dan sangat efektif untuk promosi word-of-mouth.

e. Perhatian (attentiveness)

Memberikan perhatian merupakan hal penting ketika berinteraksi kepada si penyampai keluhan karena menyangkut kepercayaan terhadap orang dan bukan kepada prosedur. Komunikasi antara pihak yang melakukan complaint dengan si pemberi layanan merupakan konstruksi kunci dalam pembahasan yang dapat mempengaruhi penyelesaian masalah.

3. Kategori Komplain

Menurut Tjiptono, berkaitan dengan handling complaint, ada tiga kategori complain terhadap ketidakpuasan, yaitu:

a. Voice Response (Respon Suara)

Kategori ini ditujukan kepada objek yang sifatnya eksternal bagi lingkaran sosial konsumen seperti, relasi informal dan pihak-pihak yang secara langsung terlibat dalam pertukaran yang tidak memuaskan (misalnya, pengecer, distributor, pemanufakturan, dan penyedia jasa).

b. Private Response (Respon Pribadi)

Kategori ini meliputi: memperingatkan atau memberitahu teman, atau keluarga mengenai pengalaman buruknya dengan produk atau perusahaan bersangkutan. Pada umumnya tindakan ini sering dilakukan dan berdampak besar bagi citra perusahaan.

c. Third-party response

Kategori ini ditujukan pada pihak eksternal yang tidak secara langsung terlibat dalam pengalaman yang tidak memuaskan (contohnya, surat kabar, lembaga konsumen, lembaga bantuan hukum dan sebagainya). Bentuk-bentuk responnya berupa menuntut ganti rugi secara hukum, mengadu lewat social media massa (misalnya menulis di Surat Pembaca), atau secara langsung mendatangi lembaga konsumen, instansi hukum, dan sebagainya.

Indikator-indikator untuk mengetahui *Handling Complaint* dalam menggunakan *internet banking* adalah,

- a) Keluhan penanganan.
- b) Penyelesaian keluhan.

F. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Ida Mentayani, Rusmanto, Rahmiati (2016)	Pengaruh Kemampuan Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah dalam menggunakan <i>Internet Banking</i> .	Menunjukkan secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah bank dalam menggunakan <i>internet banking</i> BRI di Kota Banjarmasin. Nilai koefisien determinasi <i>adjust R Square</i> menunjukkan nilai 0,553 atau 55,3%.	Ada variabel penelitian yang sama, Kemampuan Teknologi Informasi, Fitur Layanan dan Minat nasabah dalam menggunakan <i>internet banking</i> .	Variabel bebas, Kemudahan Risiko.
2.	Heny Agustina (2017)	Penggunaan teknologi informasi, kemudahan, dan fitur layanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan <i>internet banking</i> (studi pada Bank Syariah Mandiri).	Menunjukkan secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan <i>internet banking</i> .	Terdapat variabel yang sama, Fitur Layanan dan Minat nasabah dalam menggunakan <i>internet banking</i> .	Variabel bebas, Penggunaan Teknologi Informasi dan Kemudahan.
3.	Chitra Laksmi Rithmaya (2016)	Pengaruh kemudahan penggunaan, kemanfaatan, sikap, risiko dan fitur layanan terhadap minat ulang nasabah Bank BCA dalam menggunakan <i>internet banking</i> .	Hasil Uji Statistic menunjukkan bahwa kemudahan, kemanfaatan, sikap, risiko dan fitur layanan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat ulang nasabah Bank BCA dalam menggunakan	Ada variabel yang sama yaitu, Fitur Layanan.	Terdapat perbedaan di variabel bebas dan terikat, Kemudahan penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko, dan Minat Ulang nasabah Bank BCA

			<i>internet banking.</i>		dalam menggunakan <i>internet banking.</i>
4.	Arius Juliansya (2018)	Pengaruh Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking (Nasabah BNI Syariah Palembang)	Variabel teknologi informasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah menggunakan <i>internet banking.</i>	Terdapat variabel yang sama yaitu, teknologi informasi, fitur layanan dan minat nasabah menggunakan <i>internet banking.</i>	Terdapat variabel bebas berbeda yaitu Kemudahan, dan risiko
5.	Fitriana Nurul Haqqi (2019)	Fitriana Nurul Haqqi, Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan dan Penanganan Komplain Terhadap Loyalitas Nasabah Perbankan Syariah Dengan Religius Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada PT BPRS Sukowati Cabang Boyolali)	Penanganan komplain berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah	Variabel Penanganan Komplain	Variabel kepercayaan, kualitas layanan dan loyalitas nasabah dengan <i>religiousitas</i> sebagai variabel <i>intervening</i>
6.	Dwika Lodia Putri, Souvya Fithrie (2019)	Pengaruh risiko, manfaat, dan kemudahan penggunaan terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan <i>internet banking</i> di Pekanbaru (Studi kasus pada nasabah Bank Mandiri).	Hasil penelitian ini disimpulkan bahwa variabel risiko, manfaat dan kemudahan penggunaan memiliki hubungan positif terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan <i>internet banking.</i>	Nasabah menggunakan <i>internet banking.</i>	Terdapat perbedaan dalam variabel kemampuan teknologi informasi, fitur layanan, dan <i>handling complaint</i> , serta minat menggunakan <i>internet banking.</i>

7.	Supriyadi (2015)	Pengaruh persepsi teknologi informasi, kemudahan penggunaan, risiko transaksi, dan fitur layanan terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan <i>internet banking</i> .	Hasil analisis data dari pembahasan, bahwa variabel persepsi teknologi informasi, kemudahan penggunaan, risiko transaksi, dan fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan <i>internet banking</i> .	Ada persamaan dalam variabel fitur layanan dan minat nasabah dalam menggunakan <i>internet banking</i> .	Adalah satu variabel bebas berbeda yaitu, persepsi teknologi informasi, kemudahan penggunaan, dan risiko transaksi.
8.	Zenna Mya Eka Pratiwi (2016)	Pengaruh persepsi teknologi informasi, risiko dan <i>handling complaint</i> terhadap minat nasabah dalam menggunakan <i>internet banking</i> pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ngunut Tulungagung.	Secara bersama-sama (simultan) menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan secara statistic.	Ada variabel yang sama, <i>handling complaint</i> dan minat nasabah menggunakan <i>internet banking</i> .	Ada variabel yang berbeda yaitu, kemampuan teknologi informasi dan fitur layanan.
9.	Faisal Dedi Purwadi (2013)	Pengaruh persepsi teknologi informasi, kemudahan, risiko dan fitur layanan terhadap minat ulang	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi teknologi informasi, kemudahan, risiko dan fitur layanan terhadap	Ada persamaan dalam variabel fitur layanan dan minat nasabah	Adalah satu variabel bebas berbeda yaitu, persepsi teknologi

		nasabah bank dalam menggunakan internet banking (studi kasus pada nasabah bank Mandiri jalan Slamet Riyadi Surakarta).	minat ulang nasabah bank dalam menggunakan internet banking secara simultan berpengaruh positif dan signifikan.	dalam menggunakan <i>internet banking</i> .	informasi, kemudahan penggunaan, dan risiko transaksi.
--	--	--	---	---	--

G. Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Kemampuan Teknologi Informasi Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Internet Banking*

Teknologi informasi berperan penting dalam proses bisnis, , kemampuan pemrosesan informasi dan konektivitas computer serta kecepatan teknologi internet dapat secara mendasar meningkatkan efisiensi para bisnis, seperti juga dapat meningkatkan komunikasi dan kerjasama. Kemampuan teknologi informasi yang dibangun dengan dasar teknologi informasi akan memiliki sejumlah keunggulan antara lain dapat diukur melalui indicator kecepatan transaksi, kegunaan *internet banking*, efektivitas transaksi dan mendukung aktivitas.

Hasil penelitian Ida Mentayani, Rusmanto, Rahmiati (2016) dengan judul Pengaruh kemampuan teknologi informasi, kemudahan, risiko dan fitur layanan terhadap minat nasabah

dalam menggunakan *internet banking* menunjukkan bahwa kemampuan teknologi informasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

H₁ : Kemampuan teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* di Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir Palembang.

2. Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Internet Banking*

Transaksi *internet banking* saat ini sudah dapat melakukan banyak hal, tetapi masih dapat berkembang lebih pesat lagi di waktu yang akan datang. Jenis transaksi melalui via *internet banking* antara lain, transfer dana atau pemindahan dana, informasi, pembayaran, dan pembelian. Fitur layanan merupakan salah satu faktor penting untuk menumbuhkan kepercayaan bagi konsumen dalam memutuskan akan menggunakan *internet banking* atau tidak, dikarenakan dengan adanya fitur layanan yang lengkap akan memungkinkan bahwa kebutuhan nasabah untuk melakukan transaksi akan terpenuhi dan dapat menekan biaya transaksi serta antrian yang terjadi di kantor-kantor bank.

Hasil penelitian Supriyadi (2015) dengan judul Pengaruh persepsi teknologi informasi, kemudahan penggunaan, risiko transaksi, dan fitur layanan terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan *internet banking* menunjukkan bahwa fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

H₂ : Fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* di Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir Palembang.

3. Pengaruh *Handling Complaint* Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Internet Banking*

Penanganan keluhan nasabah dilakukan jika nasabah mengalami kendala saat menggunakan layanan perbankan. *Handling complaint* terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* itu sendiri dapat mendongkrak minat nasabah jika penanganan keluhan tersebut dilakukan dengan bijak. Ketika perusahaan dapat menangani keluhan nasabah sesuai dengan keinginan nasabah maka nasabah akan merasa bahwa nasabah tersebut penting dan dihargai oleh perusahaan.

Hasil penelitian Zenna Mya Eka Pratiwi (2016) dengan judul Pengaruh persepsi teknologi informasi, risiko dan *handling complaint* terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ngunut Tulungagung menunjukkan bahwa *handling complaint* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

H₃ : *Handling complaint* berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* di Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir Palembang.

4. Pengaruh Kemampuan Teknologi Informasi, Fitur Layanan dan *Handling Complaint* Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Internet Banking*

Hasil penelitian Ida Mentayani, Rusmanto, Rahmiati (2016) dengan judul Pengaruh kemampuan teknologi informasi, kemudahan, risiko dan fitur layanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* menunjukkan bahwa kemampuan teknologi informasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

Hasil penelitian Supriyadi (2015) dengan judul Pengaruh persepsi teknologi informasi, kemudahan penggunaan, risiko transaksi, dan fitur layanan terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan *internet banking* menunjukkan bahwa fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

Hasil penelitian Zenna Mya Eka Pratiwi (2016) dengan judul Pengaruh persepsi teknologi informasi, risiko dan *handling complaint* terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ngunut Tulungagung menunjukkan bahwa *handling complaint* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

H₄ : Kemampuan teknologi informasi, fitur layanan dan *handling complaint* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* di Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir Palembang.

H. Kerangka Konseptual

Kerangka berfikir berguna untuk mempermudah persoalan yang sedang diteliti serta mengarahkan penelitian pada pemecahan masalah yang dihadapi. Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu mengenai hubungan antara variabel bebas yaitu kemampuan teknologi informasi, fitur layanan, dan *handling complaint* dengan variabel terikat yaitu minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* di Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir Palembang, maka dapat dikembangkan dengan kerangka konseptual seperti gambar dibawah ini.

Gambar 2.1

Skema kerangka konseptual

