

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

a) *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan suatu model yang digunakan untuk menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi penerimaan terhadap suatu teknologi dalam suatu organisasi. TAM diperkenalkan pertama kali oleh Davis pada tahun 1989. Model TAM sebenarnya diadopsi dari model TRA yang diperkenalkan oleh Ajzen dan Fishbein (1980) dan diusulkan oleh Davis (1989), yaitu teori tindakan yang beralasan dengan satu premis bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap suatu hal, akan menentukan sikap, perilaku serta minat seseorang.

Technology Acceptance Model (TAM) dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989, sebagai model penerimaan pengguna pada suatu sistem informasi. Tujuan dari TAM adalah untuk menyediakan sebuah penjelasan secara umum mengenai hal – hal yang menentukan penerimaan teknologi dan TAM diharapkan mampu menjelaskan perilaku pengguna dalam rentang yang lebar pada pengguna akhir dan populasi pengguna. Teori ini juga yang mendasari peneliti memilih minat nasabah sebagai variabel dependen, karena variabel tersebut menerangkan bagaimana sikap seseorang dalam menggunakan teknologi informasi seperti *mobile banking*.

b) Minat

a. Pengertian

Menurut kamus besar bahasa Indonesia minat adalah kecenderungan hati kepada sesuatu aktivitas atau keinginan. Minat menggunakan *mobile banking* berarti seorang nasabah memiliki ketertarikan untuk menggunakan dalam memenuhi kebutuhan pengoprasian transaksi perbankan.¹

Menurut Jogiyanto (2007) Minat adalah suatu keinginan atau minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu, minat berhubungan dengan perilaku-perilaku atau tindakan, minat dapat berubah menurut waktu, semakin lebar interval waktu maka akan semakin besar perubahan minat seseorang.

Bahwa hubungan antara minat dengan perilaku mendorong seseorang untuk melakukan tindakan/kegiatan-kegiatan nyata. Literatur perilaku memberikan contoh yang menunjukkan bahwa minat-minat dapat mendorong kegiatan-kegiatan yang beraneka ragam, mulai dari pemilihan-pemilihan perilaku sederhana yang berdampak pada perilaku pribadi dan sosial.

Seseorang akan melakukan perilaku jika mempunyai keinginan/minat untuk melakukannya. Dalam *mobile banking* jika para nasabah berminat untuk menggunakannya maka kegiatan-kegiatan dalam

¹ Kamus Besar Bahasa Indonesia

bertransaksi akan lebih mudah dan cepat sehingga tidak perlu lagi untuk datang kebank dan mengantri dibank.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat yaitu sebagai berikut :

1. Faktor kebutuhan dari dalam rangsangan yang datang dari lingkungan atau ruang lingkup yang sesuai dengan keinginan atau kebutuhan seseorang akan mudah menimbulkan minat. Misalnya kecenderungan terhadap belajar, dalam hal ini seseorang mempunyai hasrat ingin tahu terhadap ilmu pengetahuan.
2. Faktor motif sosial Minat seseorang terhadap obyek atau sesuatu hal. Disamping itu juga dipengaruhi oleh faktor dari dalam diri manusia dan oleh motif sosial, misal seseorang berminat pada prestasi tinggi agar dapat status sosial yang tinggi pula.
3. Faktor emosional Faktor perasaan dan emosi ini mempunyai pengaruh terhadap obyek misalnya perjalanan sukses yang dipakai individu dalam suatu kegiatan tertentu dapat pula membangkitkan perasaan senang dan dapat menambah semangat atau kuatnya minat dalam kegiatan tersebut. Sebaliknya kegagalan yang dialami akan menyebabkan minat seseorang berkembang.

c. Indikator Minat Nasabah

Adapun beberapa indikator yang mempengaruhi dalam minat nasabah menggunakan *mobile banking* menurut David dalam Ikbar Wibiadila (2016) yaitu sebagai berikut² :

1. Berminat terus menggunakan
2. Menggunakan untuk transaksi keseharian
3. Merekomendasikan kepada orang lain

c) Persepsi Risiko

a. Pengertian Persepsi Risiko

Risiko merupakan bahaya: risiko adalah ancaman atau kemungkinan suatu tindakan atau kejadian yang menimbulkan dampak yang berlawanan dengan tujuan yang ingin dicapai. Dimana sebagai bentuk tafsir ketidakpastian tentang suatu keadaan yang nantinya akan terjadi serta dengan keputusan yang akan diambil sebagaimana pertimbangan.³

Persepsi risiko didefinisikan sebagai perkiraan dari hasil menduga-duga untuk mendapatkan akibat dari perbuatan kerugian dalam menerima hasil yang akan diinginkannya (Pavlou, 2001). Serta Persepsi risiko merupakan persepsi pelanggan dalam berbagai ketidakpastian dan

² Ikbar Wibiadila. Jurnal. Pengaruh Kegunaan, kemudahan, risiko dan kualitas layanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. 2016. Hlm. 5

³ Ferry N. Indroes. Manajemen Risiko Perbankan Permasalahan Pendekatan 3 Pilar kesepakatan Basel II Terkait Aplikasi Regulasi dan Pelaksanaanya di Indonesia. Hlm. 4

konsekuensi-konsekuensi yang tidak diinginkan dalam melakukan kegiatan.⁴

Menurut Pavlou dan Fygenson dalam Ni Made Ari Puspita Dewi dan I Gde Kt. Warmika (2018) bahwa persepsi risiko merupakan tindakan penilaian yang subjektif dari seseorang ketika menggunakan suatu sistem terhadap kemungkinan dalam sebuah kecelakaan ataupun khawatiran nasabah serta dampak yang akan timbul dalam suatu sistem yang digunakan tersebut.

b. Indikator Persepsi risiko

Adapun beberapa indikator yang mempengaruhi dalam persepsi risiko menggunakan *mobile banking* menurut David dalam Ikbar Wibiadila (2016) yaitu sebagai berikut :

1. Risiko Finansial, berkaitan dengan jumlah biaya yang dilakukan pada saat bertransaksi menggunakan *mobile banking*
2. Risiko Keamanan, berkaitan dengan keamanan data dan informasi-informasi yang terdapat dalam *mobile banking*
3. Risiko Produk, berkaitan dengan teknik-teknik penggunaan serta kehandalan dalam *mobile banking* sebagai salah satu alat transaksi online.

⁴ Hartono, Jogiyanto. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE Universitas Gajah Mada.2012. Hlm. 63

d) Kemudahan Penggunaan

a. Pengertian Kemudahan Penggunaan

Menurut David dalam Dewi Wisni Suci dkk. (2017) kemudahan penggunaan (*ease of use*) adalah tingkatan perasaan yang timbul dari diri seseorang terhadap suatu teknologi baru, dimana dalam penggunaannya dapat dengan mudah dipahami. Dimana persepsi individu dalam menggunakan sistem komputer tertentu tidak diperlukan usaha yang keras.⁵

Ketika suatu teknologi berupa layanan *mobile banking* dapat dengan mudah diakses, dipahami, dan digunakan karena dapat menambah manfaat bagi penggunanya maka akan berpengaruh terhadap seseorang dalam mengadopsi. Kemudahan yang dirasakan dalam layanan *mobile banking* ini akan mendorong untuk menggunakannya untuk mendorong berbagai kegiatan perbankan.

b. Indikator Kemudahan Penggunaan

Adapun beberapa indikator yang dapat mengukur variabel kemudahan penggunaan menurut David (1989) adalah sebagai berikut⁶ :

1. Efisiensi waktu, yang berkaitan dengan tingkat kehematan waktu saat melakukan transaksi, kapanpun dan dimanapun.

⁵ Dewi Wisni Suci, dkk. *Effect pf Public Perception of Interest Using Internet banking Service*. Ekonomika dan Bisnis, 2017. Hlm. 3

⁶ Ibid. Hlm. 2627

2. Kemampuan melakukan transaksi, berkaitan dengan mudahnya melakukan transaksi bagi nasabah dalam cek saldo, transefer uang, pembayaran listrik dan berbagai kegiatan perbankan lainnya.
3. Kemudahan oprasional, berkaitan dengan cara dalam proses produk mudah digunakan sehingga cenderung berminat untuk menggunakan *mobile banking*.
4. Fleksibel, berkaitan dengan mudah dan gampang digunakan.

e) *Mobile Banking*

a. Pengertian *Mobile Banking*

Mobile Banking merupakan salah satu jasa pelayanan perbankan yang disediakan oleh bank termasuk bank syariah sehingga nasabah dapat bertransaksi setiap saat, tanpa ada batasan waktu, tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan. *Mobile Banking* teknologi maju serta berbasis teknologi seluler yang memberikan kemudahan dalam melakukan kegiatan transaksi perbankan.

Layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon seluler / *handphone* GSM (*Global for Mobile Communication*) dengan menggunakan SMS (*Short Message Service*).⁷

⁷ Ikatan bankir Indonesia. *Memahami Bisnis Bank*. Hlm.71

b. Jenis-jenis transaksi *mobile banking*

Berikut ada beberapa jenis transaksi *mobile banking*, antara lain⁸ :

1. Transfer dana;
2. Informasi saldo;
3. Mutasi rekening;
4. Informasi nilai tukar;
5. Pembayaran (kartu kredit, PLN, telepon, *handphone*, listrik, asuransi);
6. Pembelian (pulsa isi ulang, saham)

c. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam transaksi

Berikut ada beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk keamanan transaksi *mobile banking* adalah sebagai berikut⁹ :

1. Wajib mengamankan PIN *mobile banking*
2. Bebas membuat PIN sendiri. Jika merasa diketahui oleh orang lain, segera melakukan penggantian PIN
3. Bilamana SIM Card GSM hilang / dicuri / dipindahtagankan kepada pihak lain, segera beri tahu bank terdekat atau segera menelpon Call Center bank tersebut.

⁸ Ibid. Hlm. 89

⁹ Ibid. Hlm. 91

B. Telaah Pustaka

Pada bab ini, peneliti akan memaparkan beberapa peneliti terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini. Adapun tujuan dari pemaparan telaah pustaka ini adalah untuk menentukan posisi penelitian serta menjelaskan perbedaannya. Adapun penelitian terdahulu yang peneliti maksud adalah sebagai berikut:

Penelitian pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh Ikbar Wibiadila (2016) dengan judul penelitian “*Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko, dan Kualitas Layanan terhadap Minat Nasabah dalam menggunakan Mobile Banking*” pada Nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Solo. Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan layanan *mobile banking* dengan memodifikasi model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Mandiri di Solo. Data yang digunakan dalam penelitian menggunakan kuesioner. Metode pengambilan sampel dengan cara metode *accidental*. Jumlah sampel yang terkumpul sebanyak 60 nasabah. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil analisis untuk model ini menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yaitu kegunaan, kemudahan, resiko, dan kualitas layanan berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan layanan *mobile banking*.

Hal ini berarti bahwa minat untuk menggunakan layanan *mobile banking* dipengaruhi oleh kegunaan, kemudahan, resiko, dan kualitas layanan¹⁰.

Penelitian kedua adalah penelitian yang dilakukan oleh Akhmad Fakhrurozi (2018) dengan judul penelitian “Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *mobile banking* Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *mobile banking* dengan memodifikasi *Technology Acceptance Model (TAM)* yang telah di kembangkan oleh davis tahun 1986. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Data yang di gunakan adalah data primer dengan menyebar kuesioner.

Metode pengambilan sampel pada penelitian ini dengan metode *accidental sampling*. Jumlah sampel yang dapat di kumpulan sebanyak 60 kuesioner. Teknik analisis yang di gunakan adalah regresi linear berganda. Hasil analisis untuk model ini menunjukkan hanya variabel kemudahan yang berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking* dan variabel kegunaan, risiko, dan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Hal ini menunjukkan bahwa pada penelitian ini minat menggunakan *mobile banking*nya dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan¹¹.

Penelitian ketiga adalah penelitian yang dilakukan oleh Risma Afifah (2017) dengan judul penelitian “Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan, dan

¹⁰ Ikbar Wibiadila, “Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko, dan Kualitas Layanan terhadap Minat Nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking*” (Solo: UMS, 2016)

¹¹ Sartika rahel F Sihombing, “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Risiko dan Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*” (Medan, USU, 2016)

Ketersediaan Fitur terhadap Penggunaan *Mobile Banking*” pada Bank Syariah Mandiri. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh manfaat, kemudahan, kepercayaan, dan ketersediaan fitur terhadap penggunaan *mobile banking* Bank Syariah Mandiri. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen untuk mengambil sampel sebanyak 100 orang responden, yang merupakan pengguna *mobile banking* Bank Syariah Mandiri di Kota Jakarta.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial manfaat, kemudahan, kepercayaan, dan ketersediaan fitur berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* sebab mempunyai nilai signifikan $< 0,05$ (0,042 untuk manfaat, 0,007 untuk kemudahan, 0,026 untuk kepercayaan dan 0,048 untuk ketersediaan fitur) dan secara simultan manfaat, kemudahan, kepercayaan, dan ketersediaan fitur berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ ¹².

Penelitian keempat adalah penelitian yang dilakukan oleh Aldhisa Amanda Sebayang (2017) dengan judul penelitian “Pengaruh Risiko, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan *Electronic Word Of Mouth* terhadap penggunaan Layanan *Mobile Banking*” pada Bank Mandiri di Kota Bandar Lampung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh risiko, kemudahan penggunaan, kepercayaan *electronic word of mouth*, terhadap penggunaan layanan *mobile banking*. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrument untuk

¹² Risma Afifah, “*Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan, dan Ketersediaan Fitur terhadap penggunaan mobile banking*” (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2017)

mengambil sampel sebanyak 100 orang responden, yang merupakan pengguna *mobile banking* Bank Mandiri di Kota Bandar Lampung. Analisis data menggunakan regresi linier berganda.

Hasil analisis data dengan menggunakan regresi linier berganda menunjukkan bahwa secara parsial variabel risiko, kemudahan penggunaan, *electronic word of mouth*, berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile banking* Bank Mandiri di Kota Bandar Lampung, sedangkan variabel kepercayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile banking* Bank Mandiri di Kota Bandar Lampung. Secara simultan, risiko, kemudahan penggunaan, kepercayaan *electronic word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile banking* Bank Mandiri di Kota Bandar Lampung. Besarnya pengaruh variabel risiko, kemudahan penggunaan, kepercayaan *electronic word of mouth* terhadap penggunaan layanan *mobile banking* Bank Mandiri di Kota Bandar Lampung adalah sebesar 45,9% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini¹³.

Penelitian kelima adalah penelitian yang dilakukan oleh Mario Ledesman (2018) dengan judul penelitian “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan penggunaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking*” pada Bank BSM Cabang Bandar Jaya. Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh manfaat terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* di BSM Bandar Jaya. 2) Untuk

¹³ Aldhisa Amanda Sebayang, “*Pengaruh Risiko, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Electronic Word Of Mouth terhadap penggunaan Layanan Mobile Banking*” (Bandar Lampung: Univ.Lampung, 2017)

mengetahui bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan mobile banking di BSM Bandar Jaya. 3) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* di BSM Bandar Jaya. 4) Untuk mengetahui bagaimana pelayanan *mobile banking* menurut perspektif Islam.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan sifat asosiatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Sampel penelitian ini sebanyak 78 responden yang diambil dengan teknik incidental sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara. Metode analisis data menggunakan uji regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji hipotesis (uji t dan uji f), kemudian data diolah menggunakan aplikasi SPSS 17 for windows¹⁴.

Penelitian keenam adalah penelitian yang dilakukan oleh Abi Fadlan dan Rizki Yudhi Dewantara (2018) dengan judul penelitian “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking*” Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya. Sistem informasi merupakan komponen penting yang dapat mendukung fungsi dan kegiatan operasional dalam suatu organisasi atau perusahaan. Sistem informasi saat ini telah banyak digunakan pada berbagai bidang usaha, salah satunya sistem perbankan. Berbicara tentang perbankan, maka tidak lepas dari kegiatan perbankan seperti transaksi keuangan.

¹⁴ Mario Delesman, “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan penggunaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking” (Bandar Jaya: UIN Raden Intan, 2018)

Transaksi akan lebih mudah dilakukan menggunakan mobile banking karena dengan mobile banking kegiatan transaksi keuangan dapat dilakukan dengan cepat dan mudah. Diera globalisasi saat ini setiap orang mempunyai mobilitas yang sangat banyak, seperti kegiatan bayar beli menggunakan internet dan banyak penjual yang berjualan di internet. Maka dari itu bertujuan untuk menjelaskan dan menganalisis pengaruh 1) Variabel persepsi kemudahan terhadap penggunaan mobile banking dan 2) Variabel persepsi kegunaan terhadap penggunaan *mobile banking*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian penjelasan (explanatory reseach) dengan pendekatan kuantitatif. Objek penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Universitas Brawijaya yang menggunakan *mobile banking*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.¹⁵

Penelitian ketujuh adalah penelitian yang dilakukan oleh Akhmad Fakhrurozi (2018) dengan judul penelitian “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan *Mobile Banking*” pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan mobile banking dengan memodifikasi *Technology Acceptance Model* (TAM) yang telah di kembangkan oleh davis tahun 1986. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Data yang di gunakan adalah data primer dengan menyebarkan kuesioner. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini

¹⁵ Abi Fadlan dan Rizki Yudhi Dewantara. 2018. *Pengaruh Peresepsi Kemudahan dan Peresepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 62 No. 1 September 2018, administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id*

dengan metode *accidental sampling*. Jumlah sampel yang dapat di kumpulan sebanyak 60 kuesioner.

Teknik analisis yang di gunakan adalah regresi linear berganda. Hasil analisis untuk model ini menunjukkan hanya variabel kemudahan yang berpengaruh terhadap minat menggunakan mobile banking dan variabel kegunaan, risiko, dan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Hal ini menunjukkan bahwa pada penelitian ini minat menggunakan *mobile banking* hanya dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan.¹⁶

Penelitian kedelapan adalah penelitian yang dilakukan oleh Priestiani Putri Rahayu (2019) dengan judul penelitian “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Kenyamanan terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*” pada mahasiswa Yogyakarta. Indonesia sebagai salah satu negara dengan pengguna ponsel terbesar di dunia, yang mana jumlah ponsel lebih besar dari jumlah penduduknya. Hal ini membuat bank-bank berlomba-lomba untuk berusaha memberikan layanan terbaiknya kepada nasabah, salah satunya melalui layanan mobile banking.

Penelitian ini menguji apakah variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, dan persepsi kenyamanan memiliki pengaruh tidak langsung terhadap minat penggunaan mobile banking. Sampel penelitian ini yaitu mahasiswa di Yogyakarta yang menggunakan layanan *mobile banking*. Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya dengan

¹⁶ Akhmad Fakhrurozi, Skripsi “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Mobile Banking*” (Surakarta: UMS,2018)

menggunakan model TAM dan TPB. Data yang digunakan berupa data primer yang berupa kuesioner yang disebarikan pada tahun 2018. Sebanyak 100 kuesioner diproses menggunakan SPSS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan persepsi kegunaan (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking (Y), persepsi kemudahan (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking (Y), persepsi kepercayaan (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking (Y), dan persepsi kenyamanan (X4) berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking (Y).¹⁷

Penelitian kesembilan adalah penelitian yang dilakukan oleh Ida Ayu Agung Upadianti Jayanti dan Ni Ketut Seminari (2018) dengan judul penelitian Peran Kepercayaan Memediasi Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan *Mandiri Banking* Di Kota Denpasar. Persepsi risiko merupakan faktor yang berpengaruh dalam adanya niat seseorang untuk menggunakan suatu produk. Perusahaan harus memperhatikan faktor faktor yang dapat memperkecil persepsi risiko tersebut, salah satunya adalah kepercayaan.

Penelitian ini ingin menjelaskan peran kepercayaan dalam memediasi persepsi risiko terhadap niat menggunakan. Penelitian ini dilakukan di Kota Denpasar dengan melibatkan 100 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Selanjutnya, data dari hasil pengumpulan kuesioner

¹⁷ Priestiani Putri Rahayu, “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Kenyamanan terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking” (Yogyakarta: UII,2019)

diolah dengan menggunakan uji validitas, dan uji reliabilitas untuk mengetahui kelayakan dan konsistensi indikator dalam kuesioner tersebut. Selain itu, dilakukan uji lain yaitu analisis jalur (path analysis) dan Teori Solimun.

Hasil penelitian ditemukan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap niat menggunakan. Sementara kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan. Sehingga dapat dikatakan bahwa untuk meningkatkan niat menggunakan dapat dilakukan dengan meminimalisasi persepsi risiko dan menumbuhkan kepercayaan.¹⁸

Penelitian kesepuluh adalah penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Fadhi dan Rudy Fachruddin (2016) dengan judul penelitian Pengaruh Persepsi Nasabah Atas Risiko, Kepercayaan, Manfaat, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan *Internet Banking* (Studi Empiris pada Nasabah Bank Umum di Kota Banda Aceh). Variabel kemudahan berpengaruh negatif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* dan variabel risiko berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking*.¹⁹

Penelitian kesebelas adalah penelitian yang dilakukan oleh Dita Nur Ikhsana Hidayati (2018) dengan judul penelitian Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Kartu Kredit (Studi pada pengguna kartu kredit dilingkungan PT Bank OCBC Nisp) Persepsi

¹⁸ Ida Ayu Agung Upadianti Jayanti dan Ni Ketut Seminari. Peran Kepercayaan Memediasi Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan *Mandiri Banking* Di Kota Denpasar. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7, No. 5, 2018 : 2621-2651.

¹⁹ Muhammad Fadhi dan Rudy Fachruddin. Pengaruh Persepsi Nasabah Atas Risiko, Kepercayaan, Manfaat, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan *Internet Banking*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akutansi (JIMEKA) Vol. 1, No. 2, (2016)

kemudahan, persepsi kegunaan dan persepsi risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan kartu kredit sebesar 71,2%.²⁰

Penelitian kedua belas adalah penelitian yang dilakukan oleh Syamsul hadi dan Novi (2015) dengan judul penelitian Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan *Mobile Banking*. Kemudahan dan kegunaan tidak berpengaruh signifikan dan variabel risiko, kemampuan akses dan keamanan berpengaruh dan signifikan.²¹

Penelitian ketiga belas adalah penelitian yang dilakukan oleh Chitra laksmi Rithmaya (2016) dengan judul Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA Dalam Menggunakan *Internet Banking*. Penggunaan internet sebagai media belanja mulai menjadi populer saat ini. Penyedia layanan perbankan juga perlu untuk memprediksi penerimaan internet oleh konsumen, dan mengerti mengapa penggunaan tersebut masih dilakukan. Peluang ini digunakan oleh bank-bank yang ada di Indonesia baik bank pemerintah maupun swasta, karena media internet adalah suatu inovasi yang cukup memberikan peluang dan menantang dalam pengembangannya.

Perkembangan pelayanan yang dilakukan perbankan berbasis teknologi (*elektronic transaction*) dalam bentuk *internet banking*, *mobile banking* yang berbasis handphone (*phone banking*), penggunaan ATM, *Credit Card* dan lain

²⁰ Dita Nur Ikhsana Hidayati, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Kartu Kredit" Jurnal Ekobis Dewantara Vol. 1 No. 8 Agustus 2018 (Yogyakarta: Universitas Sarjanawiaata Tamansiswa, 2018)

²¹ Syamsul Hadi dan Novi, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan *Mobile Banking*" (Yogyakarta, Universitas Islam Indonesia, 2015)

sebagainya merupakan keharusan bagi bank-bank di Indonesia untuk merebut pangsa pasar. Saat ini *internet banking* menjadi perhatian utama dan senjata yang revolusioner strategis operasional bank, untuk *men-delivery* maupun untuk persaingan antar bank. Permasalahan pada penelitian adalah apakah terdapat pengaruh variabel kemudahan penggunaan, kemanfaatan, sikap penggunaan, risiko dan fitur layanan terhadap minat ulang nasabah Bank BCA dalam menggunakan *internet banking*?. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada nasabah yang menggunakan *internet banking*. Dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Dalam menguji secara simultan dengan menggunakan uji F menunjukkan adanya pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Secara parsial variabel kemanfaatan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Secara parsial variabel sikap penggunaan (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dan Secara parsial variabel risiko dan fitur layanan (X_5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat ulang.²²

Penelitian keempat belas adalah penelitian yang dilakukan oleh Ni Luh Putu Eka Puspa Dewi dkk. (2017) dengan judul penelitian Pengaruh Persepsi kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan *E-Banking* Pada Mahasiswa Jurusan Akutansi Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. Hasil penelitian secara parsial membuktikan bahwa, variabel persepsi kebermanfaatan, kemudahan penggunaan,

²² Chitra laksmi Rithmaya, Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA Dalam Menggunakan *Internet Banking*. (Surabaya, STIE Perbanas, 2016)

dan keamanan mempengaruhi minat menggunakan *E-Banking* dengan hasil thitung sebesar 2,202, 2,586, dan 4,645 dengan tingkat signifikansi masing-masing sebesar 0,030, 0,011, dan 0,000. Secara simultan variabel persepsi kebermanfaatan, kemudahan penggunaan, dan keamanan mempengaruhi minat menggunakan E-Banking dengan fhitung sebesar 31,061 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000.²³

Penelitian kelima belas adalah penelitian yang dilakukan oleh Ruslinda Agustina dkk. (2018) dengan judul penelitian Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* Pada PT Bank Bukopin Tbk Banjarmasin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan internet banking, hal ini dikarenakan nasabah beranggapan dengan menggunakan internet banking sangat memiliki manfaat sehingga nasabah berminat untuk menggunakan internet banking tersebut. Sementara persepsi kemudahan, risiko dan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan internet banking, hal ini dikarenakan nasabah merasa tidak mudah dan kurang mengerti untuk menggunakan internet banking, kemudian nasabah merasa dengan menggunakan internet banking tidak memiliki risiko dan dapat memberikan informasi yang baik bagi nasabah, dan

²³ Ni Luh Putu Eka Puspa Dewi dkk. Pengaruh Persepsi kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan *E-Banking* Pada Mahasiswa Jurusan Akutansi Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *e-journal Ak Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Akutansi Program S1* (Vol: 7 No. 1 tahun 2017), (Bali, Univeristas Pendidikan Ganesha, 2017)

adanya rasa kekhawatiran nasabah dalam menggunakan internet banking sehingga nasabah kurang percaya untuk menggunakan internet banking tersebut.²⁴

Penelitian keenam belas adalah penelitian yang dilakukan oleh Moh. Faqih Afghani dan Emma Yulianti (2017) dengan judul penelitian Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, Serta Kesadaran Nasabah Terhadap adopsi *e-banking* di Bank BRI Surabaya. Penelitian ini mencoba untuk mengetahui dampak dari kepercayaan, keamanan, risiko yang dirasakan, dan kesadaran terhadap adopsi *e-banking* bank nasabah BRI yang berlokasi di Surabaya. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode *convenience sampling*. Kuesioner dibagikan kepada nasabah BRI Surabaya yang menggunakan layanan e-banking. Peneliti memperoleh 90 kuesioner kemudian menganalisisnya dengan menggunakan perangkat lunak SPSS 16.00 untuk analisis data dan hipotesis pengujian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan dan kesadaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap adopsi e-banking. Namun, keamanan dan risiko yang dirasakan tidak berpengaruh signifikan terhadap adopsi layanan e-banking.²⁵

Penelitian ketujuh belas adalah penelitian yang dilakukan oleh Hafid Nur Yudha (2015) dengan judul penelitian Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah Bank Terhadap *Internet Banking Adoption* (Studi pada Nasabah Perbankan yang

²⁴ Ruslinda Agustina dkk. Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* Pada PT Bank Bukopin Tbk Banjarmasin. *Dinamika Ekonomi Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Vol. 11 No. 2 September 2018. (Banjarmasin, STIE Nasional Banjarmasin, 2018)

²⁵ Moh. Faqih Afghani dan Emma Yulianti. Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, Serta Kesadaran Nasabah Terhadap adopsi *e-banking* di Bank BRI Surabaya. *Journal of Business and Banking* ISSN 2088-7841 Vol. 6 No. 1 May- October 2016. (Surabaya, STIE Perbanas Press, 2016)

menggunakan *Internet Banking* di Kota Surakarta). Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, persepsi kepercayaan, dan efikasi diri berpengaruh signifikan dan positif terhadap *internet banking*, sedangkan risiko berpengaruh signifikan dan negatif terhadap *internet banking*.²⁶

Penelitian kedelapan belas adalah penelitian yang dilakukan oleh Happy Arnindya (2016) dengan judul penelitian Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat nasabah Menggunakan *Internet Banking* Bank mandiri di Surabaya. Kepercayaan berpengaruh positif signifikan, sedangkan risiko dan pengaruh sosial signifikan negatif terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*.²⁷

Penelitian kesembilan belas adalah penelitian yang dilakukan oleh Giga Bawa Laksana dkk.(2015) dengan judul penelitian Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko dan Persepsi kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Studi pada Nasabah Bank BRI Cabang Rembang, Jawa Tengah). Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko dan Persepsi kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* berpengaruh signifikan.²⁸

²⁶ Hafid Nur Yudha. Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah Bank Terhadap *Internet Banking Adoption* (Studi pada Nasabah Perbankan yang menggunakan *Internet Banking* di Kota Surakarta). *Diponegoro Journal Of Accounting*. Vol. 4, No. 4, 2015, Halaman 1 ISSN (Online) : 2337-3806. (Surakarta, Univ. Diponegoro, 2015)

²⁷ Happy Arnindya. Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat nasabah Menggunakan *Internet Banking* Bank mandiri di Surabaya. (Surabaya, STIE Perbanas Surabaya, 2016)

²⁸ Giga Bawa Laksana dkk. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko dan Persepsi kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Studi pada Nasabah Bank BRI Cabang Rembang, Jawa Tengah). (Rembang, Universitas Brawijaya, 2015)

Penelitian dua puluh adalah penelitian yang dilakukan oleh Widya Atika Safitri (2016) dengan judul penelitian Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan, Kegunaan, dan Kepercayaan Terhadap Sikap dalam Penggunaan *Mobile Banking*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi sikap dalam penggunaan mobile banking dengan memodifikasi model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Mandiri, Bank BRI ,dan Bank BNI di solo. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuisioner . metode pengambilan sampel dengan cara metode *convenience sampling*. Jumlah sampel yang terkumpul sebanyak 90 nasabah. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil analisis untuk model ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu kemudahan, kegunaan ,dan kepercayaan berpengaruh terhadap sikap dalam penggunaan mobile banking, sebaliknya persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap sikap dalam penggunaan mobile banking. Hal ini berarti bahwa sikap dalam penggunaan mobile banking di pengaruhi oleh kemudahan, kegunaan, dan kepercayaan.²⁹

²⁹ Widya Atika Safitri. Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan, Kegunaan, dan Kepercayaan Terhadap Sikap dalam Penggunaan *Mobile Banking*. (Surakarta, Univ. Muhammadiyah, 2016)

Tabel 2.1
 Penelitian terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode		Hasil Penelitian
			Persamaan	Perbedaan	
1	Ikbar Wibiadila (2016)	Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko, dan Kualitas Layanan terhadap Minat Nasabah dalam menggunakan Mobile Banking	Menggunakan variabel kemudahan dan risiko terhadap minat nasabah dalam menggunakan <i>mobile banking</i> dan data yang digunakan kuesioner dengan teknik analisis regresi berganda	Tidak memiliki variabel kegunaan dan kualitas layanan	Bahwa semua variabel independen berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan layanan <i>mobile banking</i>
2	Akhmad Fakhrurozi (2018)	Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan <i>mobile banking</i>	Metode pengambilan sampel menggunakan <i>accidental sampling</i> dan menggunakan regresi lenear berganda	Populasi yang digunakan adalah dosen atau pegawai	Hasil analisis variabel kemudahan yang berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> dan risiko, tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>mobile</i>

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode		Hasil Penelitian
			Persamaan	Perbedaan	
					<i>banking.</i>
3	Risma Afifah (2017)	Pengaruh Mafaat, Kemudahan, Kepercayaan, dan Ketersediaan Fitur terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i>			Hasil penelitian kemudahan, berpengaruh signifikan terhadap penggunaan <i>mobile banking</i>
4	Aldhisa Amanda Sebayang (2017)	Pengaruh Risiko, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan <i>Electronic Word Of Mouth</i> terhadap penggunaan Layanan <i>Mobile Banking</i>	Menggunakan Variabel Kemudahan penggunaan dan analisis data regresi berganda	Menggunakan variabel persepsi risiko	Variabel Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan <i>mobile banking</i>
5	Mario Ledesman (2018)	Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan penggunaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan	Sumber data yang digunakan adalah data primer dan pengambilan sampel menggunakan <i>accidental sampling</i> serta teknik	Teknik data diolah menggunakan aplikasi SPSS 21 for windows	Variabel kemudahan penggunaan berpengaruh negatif terhadap minat nasabah menggunakan layanan <i>mobile</i>

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode		Hasil Penelitian
			Persamaan	Perbedaan	
		<i>Mobile Banking</i>	pengumpulan data memakai kuesioner		<i>banking</i>
6	Abi Fadlan dan Rizki Yudhi Dewantara (2018)	Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i>	Metode penelitian menggunakan penjelasan (<i>explanatory reseach</i>) dan analisis linear berganda	Populasi yang digunakan adalah dosen atau pegawai	Variabel kemudahan berpengaruh negatif terhadap penggunaan <i>mobile banking</i>
7	Akhmad Fikri (2018)	Analisi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i>	Metode pengambilan sampel menggunakan <i>accidental sampling</i>	Tidak memiliki variabel manfaat dan teknologi	Hasil analisis untuk model ini menunjukkan hanya variabel kemudahan yang berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> dan risiko, tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> .
8	Priestiani Putri	Pengaruh Persepsi	Data yang digunakan	Teknik penentuan	Hasil dari penelitian ini

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode		Hasil Penelitian
			Persamaan	Perbedaan	
	Rahayu (2019)	Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Kenyamanan terhadap Minat Penggunaan <i>Mobile Banking</i>	berupa data primer yang berupa kuesioner	sampel menggunakan <i>accidental sampling</i>	menunjukkan persepsi kemudahan (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking (Y),
9	Ida Ayu Agung Upadianti Jayanti dan Ni Ketut Seminari (2018)	Peran Kepercayaan Memediasi Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan <i>Mandiri Banking</i> Di Kota Denpasar	Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner	indikator dalam kuesioner di uji dengan analisis jalur (path analysis) dan Teori Solimun	Hasil penelitian ditemukan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap niat menggunakan
10	Muhammad Fadhi dan Rudy Fachrudin (2016)	Pengaruh Persepsi Nasabah Atas Risiko, Kepercayaan, Manfaat, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan <i>Internet</i>	Menggunakan variabel kemudahan dan risiko terhadap minat nasabah dalam menggunakan <i>mobile banking</i> dan data yang	Tidak menggunakan variabel kepercayaan dan manfaat	Variabel kemudahan berpengaruh negatif terhadap minat nasabah dalam menggunakan <i>mobile banking</i> dan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode		Hasil Penelitian
			Persamaan	Perbedaan	
		<i>Banking</i>	digunakan kuesioner dengan teknik analisis regresi berganda		variabel risiko berpengaruh positif terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> .
11	Dita Nur Ikhsana Hidayati (2018)	Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kegunaan dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan kartu kredit	Menggunakan variabel persepsi risiko dan kemudahan	Tidak menggunakan variabel kegunaan	Persepsi kemudahan, persepsi kegunaan dan persepsi risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan kartu kredit sebesar 71,2%
12	Syamsul hadi dan Novi (2015)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan <i>Mobile Banking</i>	Menggunakan variabel persepsi risiko dan kemudahan	Tidak menggunakan variabel kemampuan akses dan keamanan	Kemudahan dan kegunaan tidak berpengaruh signifikan dan variabel risiko, kemampuan akses dan keamanan berpengaruh dan signifikan.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode		Hasil Penelitian
			Persamaan	Perbedaan	
13	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>	Memiliki variabel kemudahan penggunaan	Tidak memiliki variabel sikap, kemanfaatan, dan fitur layanan	Dalam menguji secara simultan dengan menggunakan uji F menunjukkan adanya pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Secara parsial variabel kemanfaatan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Secara parsial variabel sikap penggunaan (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dan Secara parsial variabel risiko dan fitur layanan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode		Hasil Penelitian
			Persamaan	Perbedaan	
					(X ₅) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat ulang
14	Ni Luh Putu Eka Puspa Dewi dkk. (2017)	Pengaruh Persepsi kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan <i>E-Banking</i>	Variabel Kemudahan pnggunaan	Populasi dan sampel dosen/pegawai	Secara parsial membuktikan bahwa, variabel persepsi kebermanfaatan, kemudahan penggunaan, dan keamanan mempengaruhi minat menggunakan <i>E-Banking</i> dengan hasil thitung sebesar 2,202, 2,586, dan 4,645 dengan tingkat signifikansi masing-masing sebesar 0,030, 0,011, dan 0,000. Secara simultan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode		Hasil Penelitian
			Persamaan	Perbedaan	
					variabel persepsi kebermanfaatan, kemudahan penggunaan, dan keamanan mempengaruhi minat menggunakan E-Banking dengan fhitung sebesar 31,061 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000
15	Ruslinda Agustina dkk. (2018)	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Internet Banking</i> Pada PT Bank Bukopin Tbk Banjarmasin	Data yang digunakan berupa data primer yang berupa kuesioner	Teknik data diolah menggunakan aplikasi SPSS 21 for windows	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan internet banking, persepsi kemudahan,

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode		Hasil Penelitian
			Persamaan	Perbedaan	
					risiko dan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan internet banking,
16	Moh. Faqih Afghani dan Emma Yulianti (2017)	Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, Serta Kesadaran Nasabah Terhadap adopsi <i>e-banking</i> di Bank BRI Surabaya	Memiliki variabel persepsi risiko	Data dikumpulkan dengan menggunakan metode <i>convenience sampling</i> dan menganalisis dengan SPSS 16.00	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan dan kesadaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap adopsi <i>e-banking</i> . Namun, keamanan dan risiko yang dirasakan tidak berpengaruh signifikan terhadap adopsi layanan <i>e-</i>

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode		Hasil Penelitian
			Persamaan	Perbedaan	
					<i>banking</i>
17	Hafid Nur Yudha (2015)	Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah Bank Terhadap <i>Internet Banking Adoption</i>	Variabel yang digunakan persepsi risiko dan kemudahan penggunaan	Reponden 165 dan menganalisis SPSS 19.00	Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, persepsi kepercayaan, dan efikasi diri berpengaruh signifikan dan positif terhadap <i>internet banking</i> , sedangkan risiko berpengaruh signifikan dan negatif terhadap <i>internet banking</i> .
18	Happy Arnindya (2016)	Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat nasabah Menggunakan <i>Internet Banking</i>	Memiliki variabel persepsi risiko dan minat dan responden sebanyak 100 orang	Tidak memiliki variabel pengaruh sosial dan kepercayaan	Kepercayaan berpengaruh positif signifikan, sedangkan risiko dan pengaruh sosial signifikan negatif terhadap minat nasabah menggunakan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode		Hasil Penelitian
			Persamaan	Perbedaan	
					<i>internet banking</i>
19	Giga Bawa Laksana dkk. (2015)	Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko dan Persepsi kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i>	Memiliki variabel persepsi risiko dan minat dan responden sebanyak 100 orang	Tidak menggunakan variabel persepsi kemanfaatan dan kesesuaian	Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko dan Persepsi kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> berpengaruh signifikan
20	Widya Atika Safitri (2016)	Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan, Kegunaan, dan Kepercayaan Terhadap Sikap dalam Penggunaan <i>Mobile Banking</i>	Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuisioner dan Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda	Memiliki responden 90 orang	Hasil analisis untuk model ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu kemudahan, kegunaan, dan kepercayaan berpengaruh terhadap sikap dalam penggunaan mobile

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode		Hasil Penelitian
			Persamaan	Perbedaan	
					banking, sebaliknya persepsi risikotidak berpengaruh terhadap sikap dalam penggunaan <i>mobile banking</i> .

Sumber : Diolah oleh penulis, 2019

Dari berbagai penelitian terdahulu diatas, perbedaan pada penelitian ini adalah variabel bebas yaitu persepsi risiko dan kemudahan penggunaan dan variabel terikat yaitu minat nasabah, lalu metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dan pengambilan sampel yang digunakan adalah menggunakan rumus slovin.

C. Hipotesis

Mengacu pada konsep dan tujuan penelitian maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut :

a) Pengaruh persepsi risiko terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*

Persepsi risiko merupakan suatu persepsi persepsi pelanggan tentang ketidakpastian dan konsekuensi konsekuensi yang tidak diinginkan dalam

melakukan suatu kegiatan. Semakin kecil persepsi risiko dari individu maka akan semakin besar tingkat kepercayaannya, begitupula sebaliknya. Jika risiko ini meningkat dari sekedar informasi sampai pada keputusan nasabah dalam melakukan transaksi maka akan terjadi dengan minat yang menurun.

Hal ini didukung pada penelitian yang dilakukan oleh Syamsul Hadi dan Novi (2015), Muhammad fadhli dan Rudy Fachruddin (2016) dan Dita Nur Ikhsana Hidayati (2018) yang menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Moh. Faqih Afghani dan Emma Yulianti (2017) menyatakan bahwa persepsi resiko tidak mempengaruhi minat seseorang. Dan juga sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Ruslinda Agustina dkk. (2018) menyatakan bahwa persepsi resiko tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi *mobile banking*.

H1 : Variabel Persepsi resiko diduga berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*

b) Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*

Menurut Hafid Nur Yudha dan Jaka Isgiyarta (2015) kemudahan penggunaan ini sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan bebas dari usaha dan akan berdampak pada perilaku yaitu, semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem semakin tinggi pula tingkat kemudahan dalam pengoprasian teknologi informasi.

Menurut Muhammad Fadhli dan Rudy Fachruddin (2016) kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat, karena mudah dipelajari dan mudah dikuasai, serta jelas dan mudah dimengerti. Namun tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Syamsul Hadi dan Novi (2015) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi *mobile banking*.

H2 : Variabel kemudahan penggunaan diduga berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking*

c) Persepsi risiko dan kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*

Persepsi risiko merupakan ketidakpastian yang dihadapi oleh nasabah ketika mereka tidak dapat meramalkan dampak dari penggunaan *mobile banking*. Dan risiko adalah perkiraan subyektif nasabah untuk dapat melihat kerugian dan seberapa khawatir nasabah dalam dampak yang akan ditimbulkan tersebut. Dan kemudahan penggunaan adalah sejauh mana nasabah percaya bahwa menggunakan *mobile banking* akan terhindar dari usaha, semakin tinggi persepsi nasabah tentang kemudahan menggunakan maka akan semakin tinggi pula tingkat minat untuk menggunakan *mobile banking*

Hal ini didukung padapenelitian yang dilakukan oleh Giga Bawa Laksana dkk. (2015) dan Daryadi (2017) menunjukkan bahwa Persepsi risiko dan kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Namun berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh

Ruslinda Agustina dkk. (2018) bahwa persepsi risiko dan kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah.

H3 : Variabel persepsi resiko dan kemudahan penggunaan diduga berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

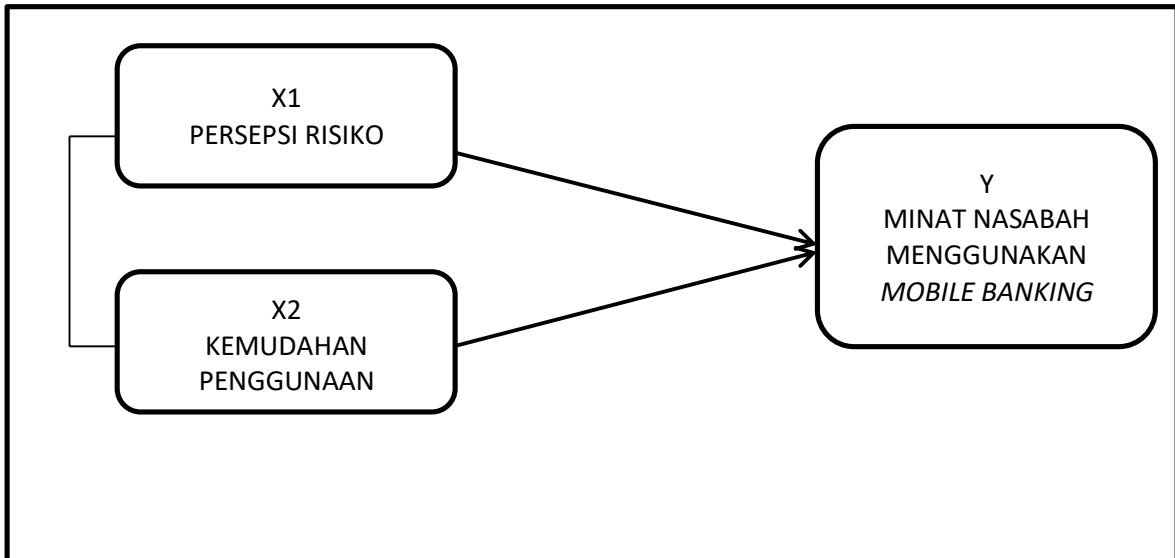
D. Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran merupakan suatu gambaran tentang hubungan antar variabel satu dengan yang lainnya dalam suatu penelitian. Kerangka pemikiran dideskripsikan oleh jalan pikiran menurut kerangka yang logis. Didalam kerangka pemikiran inilah akan didudukan masalah penelitian yang telah diidentifikasi dalam kerangka teoritis yang relevan, yang mampu menangkap, menerangkan, dan menunjuk perspektif terhadap atau dengan masalah penelitian.³⁰

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang terhadap teori yang telah dijabarkan mengenai masing-masing variabel dan penelitian yang dilakukan sebelumnya, maka dapat dirumuskan suatu kerangka penelitian sebagai berikut :

³⁰ Dr. Muhamad, M.Ag, 2008, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, hlm.75

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



Sumber : Dikembangkan oleh penulis, 2020