

## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Deskripsi Teori

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

Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan teori yang diadopsi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang terlebih dahulu diperkenalkan oleh Ajzen dan Fishbein pada tahun 1980 dan diusulkan oleh Davis pada tahun 1989. *Technology Acceptance Model* yaitu suatu teori yang mempunyai alasan dengan satu premis bahwa reaksi dan persepsi terhadap sesuatu hal, dapat mempengaruhi sikap dan perilaku orang tersebut dalam penerimaan terhadap teknologi tersebut.<sup>1</sup>

Pengguna teknologi akan memiliki persepsi positif terhadap teknologi yang disediakan. Persepsi negatif akan muncul sebagai dampak dari penggunaan teknologi tersebut. Artinya persepsi negatif berkembang setelah pengguna pernah mencoba teknologi tersebut. Sehingga model TAM dapat digunakan sebagai dasar untuk menentukan upaya-upaya yang diperlukan untuk mendorong kemauan untuk menggunakan teknologi.<sup>2</sup>

Menurut Jogiyanto (2007), teori *Technology Acceptance Model* (TAM) memiliki beberapa kelebihan yaitu:

- a. TAM merupakan model perilaku (*behavior*) yang bermanfaat untuk menjawab pertanyaan mengapa banyak sistem teknologi informasi yang gagal diterapkan karena pemakainya tidak mempunyai minat (*intention*) untuk menggunakannya.

---

<sup>1</sup> Paulus Basuki Hadiprajitno Panggih Rizki Dwi Istiarni, 'ANALISIS PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KREDIBILITAS TERHADAP MINAT PENGGUNAAN BERULANG INTERNET BANKING DENGAN SIKAP PENGGUNAAN SEBAGAI VARIABEL ( Studi Empiris : Nasabah Layanan Internet Banking Di Indonesia )', *DIPONEGORO JOURNAL OF ACCOUNTING*, 03 Nomor 0 (2014), 1–10.

<sup>2</sup> Bambang Setiyo Pambudi Ahmad, 'Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking BRI)', *Jurnal Studi Manajemen*, 8 No.1.9 (2014).

- b. TAM dibangun dengan dasar teori yang kuat
- c. TAM telah diuji dengan banyak penelitian dan hasilnya sebagian besar mendukung dan menyimpulkan bahwa TAM merupakan model yang baik.
- d. TAM merupakan model yang persimoni (*persimoni*) yaitu model yang sederhana namun valid.<sup>3</sup>

Teori TAM menambahkan dua konstruk dari model sebelumnya yaitu model TRA, kedua konstruk tersebut yaitu persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) dan persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) ini merupakan peran utama terhadap penerimaan suatu teknologi, kedua konstruk tersebut akan mempengaruhi sikap (*Attitude*) terhadap perilaku yang selanjutnya membentuk niat perilaku (*Behavioral Intention*) niat perilaku ini merupakan dasar dari perilaku yang akan dilakukan oleh individu tersebut.<sup>4</sup>

Menurut Davis, *Technology Acceptation Model* ini bertujuan untuk membantu memberikan kerangka dasar untuk melakukan penelusuran pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap dan tujuan penggunaan. Dalam *Technology Acceptation Model* memiliki lima variabel penting yang dapat digunakan untuk menjelaskan diterimanya suatu sistem teknologi baru di dalam masyarakat yaitu:

- a. Persepsi tentang kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*), merupakan kepercayaan seseorang terhadap proses dalam pengambilan keputusan menggunakan teknologi, dimana kepercayaan tersebut seseorang percaya dengan adanya teknologi dapat memudahkan orang tersebut dalam menyelesaikan pekerjaannya.
- b. Persepsi terhadap kemanfaatan (*Perceived Usefulness*), persepsi manfaat merupakan suatu kepercayaan seseorang

---

<sup>3</sup> Jogiyanto.

<sup>4</sup> Sucita Diayu Niranda Yani, 'Analisis Minat Perilaku Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Internet Banking Menggunakan Model Integrasi Theory Of Acceptance Model Dan Theory of Planned Behavior Di Surabaya' (UNIVERSITAS AIRLANGGA, 2015) <<http://repository.unair.ac.id/id/eprint/30274>>.

dengan menggunakan suatu teknologi informasi akan memberikan keuntungan bagi penggunanya.

- c. Sikap penggunaan (*Attitude Toward Using*) merupakan sikap terhadap penggunaan suatu sistem yang bisa berupa penerimaan atau penolakan terhadap penggunaan sistem tersebut dalam menjalankan pekerjaannya. Penerimaan atau penolakannya tergantung tingkat kepercayaan orang terhadap suatu sistem teknologi tersebut.
- d. Perilaku untuk tetap menggunakan (*Behavioral Intention to Use*) merupakan kecenderungan perilaku seseorang dalam menggunakan teknologi tersebut.
- e. Kondisi nyata terhadap penggunaan sistem (*Actual System Usage*), dalam konteks penggunaan sistem teknologi informasi perilaku disebut juga sebagai pengguna yang sesungguhnya (*Actual Usage*) dari sistem teknologi tersebut. Jadi perilaku adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang individu terhadap teknologi informasi.<sup>5</sup>

Dalam penelitian ini hanya menggunakan 2 variabel dari TAM yaitu persepsi kemudahan dan manfaat, adapun variabel sikap penggunaan, perilaku untuk tetap menggunakan, dan kondisi nyata terhadap penggunaan sistem tidak digunakan dikarenakan objek yang diteliti yaitu mereka yang belum tentu menggunakan *digital banking*, namun ada kecenderungan atau kemungkinan mereka menggunakan *digital banking*, jika mereka sudah menggunakan maka variabel tersebut lebih tepat untuk digunakan, dan penelitian ini menambahkan variabel eksternal, yaitu *sharia compliance* dikarenakan *sharia compliance* merupakan inti dari integritas dan kredibilitas sebuah bank syariah yang dapat dipertimbangkan konsumen dalam hal menggunakan *digital banking* bank syariah, tanpa terpenuhinya prinsip syariah dalam setiap transaksi kegiatan usaha akan membuat masyarakat kehilangan keistimewaan bank syariah yang mereka cari, sehingga akan berpengaruh pada keputusan

---

<sup>5</sup> Adi Riski Juanda, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking' (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2020).

mereka untuk tetap memilih menggunakan jasa bank syariah atau tidak.

## 2. *Digital Banking*

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menjelaskan bahwa layanan perbankan digital adalah layanan atau kegiatan perbankan dengan menggunakan sarana elektronik atau digital milik bank, atau melalui media digital milik calon nasabah atau nasabah bank yang dilakukan secara mandiri. Hal ini memungkinkan calon nasabah atau nasabah bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, registrasi, pembukaan rekening, transaksi perbankan, dan penutupan rekening, termasuk memperoleh informasi lain dan transaksi di luar produk perbankan, antara lain nasihat keuangan (*financial advisory*), investasi, transaksi sistem perdagangan berbasis elektronik (*e-commerce*), dan kebutuhan lainnya dari nasabah bank.<sup>6</sup>

### a. **Dasar Hukum**

- 1) Peraturan Bank Indonesia Otoritas Jasa Keuangan Dasar hukum yang melandasi adanya *digital banking* terdapat pada peraturan bank Indonesia dan otoritas jasa keuangan sebagai berikut:
  - a) Surat edaran Bank Indonesia Nomor 18/22/DKSP tanggal 27 September 2016 perihal Penyelenggaraan Layanan Keuangan Digital.<sup>7</sup>
  - b) Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/17/PBI/2016 Tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Bank Indonesia No. 11/12/PBI/2009 Tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*).<sup>8</sup>
  - c) Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum, yang menyatakan bahwa layanan perbankan digital adalah layanan perbankan elektronik yang dikembangkan

---

<sup>6</sup> Otoritas Jasa Keuangan.

<sup>7</sup> 'Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 18/22/DKSP Tanggal 27 September 2016 Perihal Penyelenggaraan Layanan Keuangan Digital'.

<sup>8</sup> 'Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/17/PBI/2016 Tentang Uang Elektronik'.

dengan mengoptimalkan pemanfaatan data nasabah dalam rangka melayani nasabah secara lebih cepat, mudah, dan sesuai dengan kebutuhan (*customer experience*) secara dapat dilakukan secara mandiri sepenuhnya oleh nasabah, dengan memperhatikan aspek pengamanan.<sup>9</sup>

- d) Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 13/POJK.02/2018 tentang Inovasi Keuangan Digital di Sektor Jasa Keuangan yang menyatakan Inovasi Keuangan Digital adalah aktivitas pembaruan proses bisnis, model bisnis, dan instrument keuangan yang memberikan nilai tambah dari sektor jasa keuangan dengan melibatkan ekosistem digital.<sup>10</sup>

## 2) Al-Qur'an

Pandangan Al-Qur'an tentang ilmu pengetahuan dan teknologi dapat diketahui dasar-dasar pokoknya dengan cara mengalisis wahyu pertama yang diterima oleh Nabi Muhammad SAW. Ketika beliau berkhalwat di gua Hira. Allah Berfirman:

اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ ۝ ۱ خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ ۝ ۲ اقْرَأْ  
وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ ۝ ۳ الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ ۝ ۴ عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ ۝

o

Artinya: “Bacalah dengan menyebut nama Tuhanmu yang menciptakan. Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah. Bacalah, dan Tuhanmu lah yang paling pemurah. Yang mengajarkan (manusia) dengan perantara qalam (pena). Dia mengajarkan manusia apa yang tidak diketahuinya.”<sup>11</sup>

<sup>9</sup> OJK.

<sup>10</sup> ‘Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 13/POJK.02/2018 Tentang Inovasi Keuangan Digital Di Sektor Jasa Keuangan’.

<sup>11</sup> ‘Q.S Al-Alaq Ayat 1-5’.

**b. Jenis-Jenis Layanan *Digital Banking***

Beberapa jenis layanan *digital banking* menurut Otoritas Jasa Keuangan adalah sebagai berikut:<sup>12</sup>

**1) *Automated Teller Machine* (ATM)**

*Automated Teller Machine* atau yang lebih dikenal dengan Anjungan Tunai Mandiri adalah sebuah alat elektronik untuk melayani nasabah bank untuk mengambil uang tanpa perlu dilayani oleh seorang *teller* manusia. Mesin ATM juga sekarang ini melayani penyimpanan uang, cek, transfer uang dan bahkan membeli pulsa atau melakukan pembayaran tagihan listrik/belanja *online* dan lain-lain.

**2) *Cash Deposit Machine* (CDM)**

*Cash Deposit Machine* (CDM) merupakan mesin ATM yang dapat digunakan oleh nasabah bank untuk melakukan penyetoran ke rekening sendiri atau ke rekening orang lain yang ingin dituju. Selain penyetoran uang tunai CDM juga memiliki fungsi untuk melakukan transfer, pembayaran dan pembelian.

**3) *Phone Banking***

*Phone Banking* atau perbankan telepon merupakan sebuah layanan yang telah disediakan oleh bank atau lembaga keuangan lain, yang memungkinkan nasabah bank melakukan berbagai transaksi keuangan melalui telepon yang tidak melibatkan uang tunai atau instrument keuangan lain, tanpa perlu mengunjungi cabang bank atau ATM.

**4) *Short Message Service* (SMS) *Banking***

*Short Message Service Banking* atau yang lebih dikenal dengan *SMS banking* merupakan sebuah layanan informasi perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon seluler dengan menggunakan media SMS (*Short Message Service*). Arti istilah *SMS banking* merupakan layanan yang disediakan oleh bank

---

<sup>12</sup> Dewan Komisioner Otoritas Jasa Keuangan.

menggunakan sarana SMS untuk melakukan transaksi keuangan dan permintaan informasi keuangan, misalnya cek saldo, mutasi rekening, dan sebagainya.

5) *Electronic Data Capture (EDC)*

*Electronic Data Capture* merupakan sebuah layanan melalui seperangkat mesin EDC yang ditempatkan di *Branch Office* dengan menggunakan kartu yang diterbitkan oleh bank atau lembaga penerbit kartu lainnya dengan menggunakan metode nomor PIN kartu (*PIN-based*). Layanan EDC digunakan untuk mengkonfirmasi transaksi *front liner Branch Office* untuk transaksi Pin (*Create Pin, Change Pin, dan Reissue Pin*), transaksi di mesin EDC cabang menggunakan BSM Card, *payment/pembayaran*, melakukan transaksi pendebetn, transaksi dan pembayaran/pembelian.<sup>13</sup>

6) *Point Of Sales (POS)*

*Point Of Sales* secara sederhananya dapat diartikan sebagai sebuah sistem aplikasi yang melakukan pencatatan dan membantu proses transaksi jual beli yang terjadi pada suatu perusahaan. Komponen sistem POS yang menjalankan setiap kali proses transaksi terdiri dari *Hardware* berupa terminal/PC, *receipt printer, cash drawer*, terminal pembayaran dan *barcode scanner*. Dan *Software* berupa *inventory management, pelaporan, purchasing, customer management*, standar keamanan transaksi, dan *return processing*.<sup>14</sup>

7) *Internet Banking*

*Internet Banking/E-Banking* merupakan kegiatan transaksi perbankan dengan perantara internet, dengan tujuan utamanya adalah untuk memudahkan nasabah dalam aktivitas transaksi keuangannya tanpa harus

---

<sup>13</sup> Bank Syariah Mandiri, 'Electronic Data Capture (EDC)', 2020 <[www.mandirisyariah.co.id](http://www.mandirisyariah.co.id)>.

<sup>14</sup> Nidaur Rahma, 'Mengenai Point Of Sales (POS) Dan Cara Kerjanya', 2020 <[www.pengadaanbarang.co.id](http://www.pengadaanbarang.co.id)>.

datang langsung ke kantor cabang yang dituju. Dengan adanya layanan *internet banking* pola interaksi bank dan nasabah menjadi lebih fleksibel. Nasabah dapat mengakses layanan *internet banking* untuk melakukan kegiatan perbankan kapanpun dan dimanapun selama tersambung dengan jaringan internet. Untuk mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi dan kemudahan dalam memperoleh informasi tentang produk dan jasanya maka bank syariah melengkapi dengan membangun *website* khusus untuk melakukan proses *internet banking*. Adapun berbagai jenis transaksi *internet banking* adalah transfer dana antar bank/ antar kantor cabang bank, pengecekan saldo, pengecekan informasi nilai tukar, melakukan pembayaran tagihan seperti: listrik, telepon, dan lain-lain, melakukan transaksi pembelian.<sup>15</sup>

#### 8) *Mobile Banking*

*Mobile Banking* merupakan suatu layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan pengguna melakukan kegiatan transaksi perbankan melalui *smartphone*. Jika dibandingkan dengan *e-banking* lainnya, maka perkembangan *m-banking* bisa dikatakan lebih cepat hal ini dikarenakan layanan *m-banking* dapat memenuhi semua kebutuhan masyarakat di era digital saat ini yang selalu mengedepankan mobilitas. Adapun fitur-fitur yang ada dalam *m-banking* yaitu, transfer antar rekening dan antar bank, pembayaran berbagai tagihan (kartu kredit, internet, listrik, pulsa dll), pembelian voucher dan *e-commerce* dan informasi rekening dan kurs.<sup>16</sup>

#### c. **Manfaat Digital Banking**

Manfaat utama *digital banking* bagi pengguna adalah :

---

<sup>15</sup> dkk. Ni Luh Wiwik Sri Rahayu, *Teknologi Finansial: Sistem Finansial Berbasis Teknologi* (Yayasan Kita Menulis, 2020).

<sup>16</sup> Ni Luh Wiwik Sri Rahayu.

1) Efisiensi bisnis.

*Platform* menyediakan metode untuk membuat fungsi internal lebih efisien. Dengan adanya *platform digital*, maka urusan bisnis yang menyangkut perbankan, akan menjadi lebih cepat dan mudah diselesaikan. Serta dapat mengurangi biaya transportasi untuk proses transaksi. Selain itu, waktu yang dihabiskan untuk melakukan aktifitas perbankan juga akan lebih efisien karena adanya kemudahan tersebut.

2) Penghematan biaya.

Pengaplikasian perbankan tradisional memerlukan biaya yang relative mahal, lamban dan rentan terhadap kesalahan manusia. *Platform digital* menjadi solusi untuk mengurangi biaya melalui sinergi data kualitatif dan respon yang lebih cepat terhadap perubahan pasar. Hal ini dapat mengurangi biaya transaksi. Sehingga, penghematan dapat dialihkan untuk hal lain seperti menabung dan investasi.

3) Akurasi yang meningkat

Pada umumnya, Bank tradisional mengandalkan pengolahan kertas, secara statistik hal ini berpotensi memiliki tingkat kesalahan hingga 40%, hingga memerlukan pengerjaan ulang. Akan lebih mudah bila menerapkan solusi TI (Teknologi Informasi) dengan perangkat lunak bisnis, yang menghasilkan akuntansi yang lebih akurat dengan cara menyederhanakan proses verifikasi akurasi keuangan menjadi tolak ukur yang penting bagi bank, bukan hanya untuk mematuhi peraturan pemerintah tapi juga untuk menarik kepercayaan para investor. Dengan adanya *digital banking*, pengguna dapat memperoleh akses informasi lebih cepat serta transparan.

4) Meningkatkan pemahaman terhadap kebutuhan nasabah

Solusi digital membantu mengelola daftar pemasaran, membangun hubungan yang lebih dekat dengan pengguna teknologi, dan memungkinkan bank mencapai

pasar yang lebih luas. *Platform* CRM dapat melacak riwayat pelanggan dan menyediakan akses cepat ke email serta bentuk komunikasi *online* lainnya. Hal ini efektif untuk mengeksekusi program penghargaan pelanggan yang dapat meningkatkan loyalitas dan kepuasan nasabah.

5) Fleksibilitas yang lebih tinggi

Penggunaan sistem yang canggih dapat mempercepat proses kerja eksternal dan internal, yang keduanya dapat meningkatkan pelanggan. Setelah jatuhnya pasar keuangan di tahun 2008, menjadikan peningkatan penekanan pada manajemen risiko. Bank lebih memilih untuk meng-*upgrade* perangkat lunak manajemen risiko untuk mendeteksi dan merespons perubahan pasar daripada mempekerjakan dan melatih profesional manajemen risiko karena kinerja sistem akan lebih cepat.

6) Keamanan yang disempurnakan.

Dikarenakan adanya ancaman *cyber* yang dapat merusak reputasi. Bank dapat resiko dengan cara menambahkan keamanan berlapis untuk menjaga kerahasiaan dan bank bisa mendapatkan keuntungan dari lapisan keamanan tersebut.<sup>17</sup>

Disisi lain, digitalisasi perbankan tidak hanya memangkas arus administrasi bank, namun konsekuensinya terhadap sejumlah pekerjaan yang biasanya dikerjakan oleh karyawan, kini diselesaikan secara digital dan perangkat lunak dengan waktu yang lebih cepat dan efisien. Produk *digital banking* memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja, menandakan kebutuhan bank akan karyawan yang bertatap muka dengan nasabah semakin sedikit. Mulai terealisasinya kantor cabang tanpa karyawan, nasabah janya akan dilayani oleh layar monitor.

---

<sup>17</sup> Prita Ghozie, 'Keunggulan Digital Banking (Permata Bank)', *ZAP Finance*, 2019 <<https://www.pwrmatabank.com/Preferred/Keunggulan-Digital-Banking/#.XFEdDZbIU>> [accessed 4 September 2023].

Perkembangan layanan perbankan digital didorong oleh beberapa hal, antara lain sebagai berikut:

- a. Pesatnya perkembangan teknologi informasi
- b. Gaya hidup masyarakat yang terus mengikuti perkembangan teknologi informasi
- c. Adanya kecenderungan masyarakat terhadap layanan yang efektif, efisien, komprehensif, mudah, serta dapat diakses kapanpun dan dimanapun.
- d. Adanya kompetensi antar industri perbankan dalam memberikan layanan kepada nasabah
- e. Perbankan memerlukan operasional yang efisien dan terintegrasi.

Dewasa ini, perbankan digital menjadi daya tarik tersendiri bagi nasabah. Perbankan mulai berlomba-lomba meningkatkan layanannya agar dapat mempermudah nasabah untuk memperoleh layanan perbankan secara mandiri (*self service*) tanpa perlu mendatangi kantor perbankan. Adapaun layanan perbankan secara mandiri antara lain seperti melakukan transaksi (tunai, transfer, dan pembayaran), registrasi hingga penutupan rekening dan berbagai layanan lainnya.<sup>18</sup>

Dengan adanya kemajuan teknologi yang menyebabkan perubahan informasi analog menjadi informasi digital, masyarakat lebih memilih menggunakan informasi digital dengan alasan:

- 1) Mudah untuk dicari, ditelusuri, diakses dan digunakan sesuai dengan kebutuhan pengguna
- 2) Mudah untuk diproduksi, dikirim, diterima, disaring, diperbaharui berdasarkan kemampuan pengguna
- 3) Format penulisan dan isi pesan yang dikirim sama dengan format penulisan dan isi pesan yang diterima

---

<sup>18</sup> Izma Fazlun Jannah, 'PENGARUH PENERAPAN DIGITAL BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH ( STUDI PADA BNI SYARIAH CABANG BANDA ACEH )' (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2019).

- 4) Tidak terhambat oleh jarak yang jauh, perbedaan bahasa dan perbedaan waktu
- 5) Pengiriman dan penerimaan pesan sangat cepat dan murah
- 6) Mudah untuk disimpan dan diolah sehingga tidak memerlukan ruang penyimpanan yang besar
- 7) Mudah diaplikasikan dalam berbagai media karena format isi dari informasi digital akan sama, antara *device* yang satu dengan *device* yang lainnya.<sup>19</sup>

Dengan adanya digital bank diharapkan bank dapat mempermudah dalam menyimpan dan menganalisa data nasabah. Sehingga dapat membantu bank untuk menjaga hubungan dengan konsumen, mengatasi keluhan konsumen dengan lebih baik, serta dapat mengembangkan produk atau layanan yang lebih tepat dengan lebih cepat, murah, jelas dan transparan bagi konsumen. Bank lebih efisien karena tidak lagi berinvestasi pada kantor cabang serta nasabah tidak perlu repot ke kantor cabang misalnya untuk transfer uang ke keluarga yang berbeda daerah.

### 3. Persepsi

Persepsi dapat diartikan sebagai suatu proses mengorganisasikan ataupun memberikan makna terhadap kesan-kesan yang didapatkan melalui panca indra untuk memberikan arti terhadap lingkungan-lingkungan di sekitarnya. Persepsi seseorang terhadap sesuatu hal bisa berarti berbeda dengan kenyataan yang sebenarnya terjadi.<sup>20</sup>

Persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi ke dalam otak manusia, melalui persepsi manusia terus menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya.

---

<sup>19</sup> Rika Mawarni and others, 'Penerapan Digital Banking Bank Syariah Sebagai Upaya Customer Retention Pada Masa Covid-19', *AL-IQTISHOD*, 9.2 (2021), 39–54.

<sup>20</sup> Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen: Teori Dan Praktik* (Bandung: CV PUSAKA SETIA, 2015).

Hubungan ini dilakukan lewat inderanya, yaitu indera penglihat, pendengar, peraba, perasa, dan pencium.<sup>21</sup>

Menurut Ling dan Callting, persepsi adalah serangkaian proses yang terjadi pada diri sendiri guna memperoleh dan menafsirkan informasi berdasarkan indera yang ada pada kita, dengan menafsirkan ini memungkinkan kita memperhatikan lingkungan kita dengan cara yang bermakna.<sup>22</sup>

Proses terjadinya persepsi meliputi beberapa tahapan seperti berikut ini:

- a. Proses fisis yaitu objek menimbulkan rangsangan kemudian rangsangan tersebut mengenai indera manusia, selanjutnya
- b. Proses fisiologis yaitu rangsangan yang diterima oleh alat indera manusia kemudian dilanjutkan oleh saraf-saraf sensorik ke otak. Selanjutnya proses yang terakhir yaitu
- c. Proses psikologi yaitu dimana proses terjadinya pengolahan informasi yang diterima oleh otak, sehingga individu menyadari yang terjadi merupakan akibat dari stimulus yang diberikan ke otak dan kemudian ditanggapi oleh alat indera manusia.<sup>23</sup>

Setelah individu melakukan interaksi dengan objek-objek yang dipersepsikan sehingga menghasilkan persepsi seseorang terhadap objek tersebut, persepsi dapat dibagi menjadi dua yaitu:

- a. Persepsi positif yaitu persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan (tahu tidaknya atau kenal tidaknya) dan tanggapan yang diteruskan dengan upaya pemanfaatannya.
- b. Persepsi negatif yaitu persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan (tahu tidaknya atau kenal tidaknya) dan tanggapan yang tidak sesuai dengan objek yang dipersepsikan.

Persepsi yang didapatkan oleh individu dapat berpengaruh dalam tindakan individu sendiri, baik itu persepsi yang bersifat

---

<sup>21</sup> Slameto, *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*, Edisi revisi (Jakarta: Rineka Cipta, 2015).

<sup>22</sup> Jonathan Catling Jonathan Ling, *Psikologi Kognitif*, Edd.1 (Jakarta: Erlangga, 2012).

<sup>23</sup> Yuniarti.

negative maupun positif, semua tergantung pengetahuan individu terhadap objek yang dipersepsikan.<sup>24</sup>

#### 4. *Perceived of Usefulness*

Menurut Davis (1989), persepsi manfaat (*perceived usefulness*) berarti suatu ukuran dalam menggunakan suatu sistem teknologi yang diyakini akan memberikan manfaat pada para penggunanya.<sup>25</sup>

Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) adalah suatu kepercayaan yang diberikan oleh seseorang terhadap keputusan yang diberikan apakah suatu sistem tersebut dipercaya akan memberikan manfaat, jika bermanfaat maka orang tersebut menggunakannya atau jika seseorang merasa percaya bahwa sistem tersebut kurang bermanfaat maka dia tidak menggunakannya.<sup>26</sup>

Persepsi kemanfaatan terkait pada kapasitas dan efektivitas suatu sistem teknologi pada manfaat dan fungsi yang didapatkan dalam peningkatan kerja dan kinerja saat menggunakan sistem.<sup>27</sup>

Di dalam islam setiap muslim harus memberikan manfaat kepada orang lain karena itu adalah bentuk dari kebaikan seperti yang tertuang dalam Al-Qur'an Surah Al-Isra:7 Allah berfirman:

إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ وَإِنْ أَسَأْتُمْ فَلَهَا فَإِذَا جَاءَ وَعْدُ الْآخِرَةِ لِيَسْتَوْا وُجُوهَكُمْ وَلِيَدْخُلُوا الْمَسْجِدَ كَمَا دَخَلُوهُ أَوَّلَ مَرَّةٍ وَلِيُتَبَرَّوْا مَا عَلَوْا تَتَبَّرًا (٤)

Artinya: Jika kamu berbuat baik maka kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri dan apabila kamu berbuat jahat,

<sup>24</sup> Juanda.

<sup>25</sup> Davis.

<sup>26</sup> dan Ermyna Azizah, Anriza, 'PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS , PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED CREDIBILITY TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN M-BANKING DIMASA COVID-19', *Jurnal Ilmiah Akuntansi Budgeting*, 1 No.2 (2020), 53–62.

<sup>27</sup> Ni Putu Sulastini and I Gde Ketut Warmika, 'APLIKASI TAM, PERSEPSI RISIKO, DALAM KEPERCAYAAN DALAM MENJELASKAN NIAT MENGGUNAKAN INTERNET BANKING', *E-Journal Manajemen*, 3 No.4 (2014), 1100–1118.

kejahatan itu bagi dirimu sendiri, dan apabila datang saat hukuman bagi (kejahatan) yang kedua, (Kami datangkan orang-orang lain) untuk menyuramkan muka-muka kamu dan mereka masuk ke dalam masjid, sebagaimana musuh-musuhmu memasukinya pada kali pertama dan untuk membinasakan sehabis-habisnya apa saja yang mereka kuasai.<sup>28</sup>

Beberapa indikator *Perceived Usefulness*, menurut Davis (1989) adalah sebagai berikut:

- a. Bekerja lebih cepat (*Improve Job Performance*).  
Performa kerja dapat meningkat dengan menggunakan suatu sistem teknologi
- b. Meningkatkan Efektifitas (*Enhance Effectiveness*)  
Menggunakan suatu sistem teknologi meningkatkan efektivitas bekerja
- c. Memudahkan pekerjaan (*Job Easier*)  
Membuat pekerjaan pengguna lebih mudah dengan menggunakan suatu sistem teknologi
- d. Bermanfaat (*Usefull*)  
Suatu sistem teknologi memiliki manfaat secara keseluruhan
- e. Meningkatkan produktivitas (*Increase Productivity*)  
Suatu sistem teknologi dapat menambah dan meningkatkan produktivitas penggunaan.<sup>29</sup>

##### 5. *Perceived ease of use*

*Perceived ease of use* (persepsi kemudahan) merupakan suatu ukuran seseorang percaya bahwa teknologi mudah dipahami. *Perceived of ease to use* memiliki arti bahwa pengguna yakin dalam penggunaan sistem informasi tidak membutuhkan usaha yang ekstra sehingga merasa dimudahkan. *Perceived ease of use* variabel didefinisikan sebagai "*the egree to which person believes that using a particular system would be free of effort*".<sup>30</sup>

---

<sup>28</sup> 'Q.S Al-Isra:7'.

<sup>29</sup> Davis.

<sup>30</sup> Davis.

Persepsi individu berkaitan dengan kemudahan dalam menggunakan computer (*perceived ease of use*) merupakan tingkat dimana individu percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari kesalahan. Persepsi ini kemudian akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi.<sup>31</sup>

Sedangkan menurut Davis (1989), pengertian *perceived ease of use* didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan TI merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan TI dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan pemakai.<sup>32</sup>

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦٠﴾ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦١﴾

Artinya: “Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

Dalam TAM, faktor persepsi terhadap kemudahan untuk menggunakan teknologi dan persepsi terhadap daya guna sebuah teknologi informasi berhubungan dengan sikap seseorang pada penggunaan teknologi tersebut. Sikap pada penggunaan sesuatu adalah sikap suka atau tidak suka terhadap penggunaan suatu produk atau layanan. Sikap suka atau tidak suka terhadap suatu produk ini dapat digunakan untuk memprediksi perilaku niat seseorang untuk menggunakan suatu produk atau tidak menggunakannya.<sup>33</sup>

Beberapa indikator persepsi kemudahan penggunaan adalah sebagai berikut:

---

<sup>31</sup> A.Chakrabarti Igbaria, M., ‘Computer Anxiety and Attitudes towards Microcomputer Use. Behavior Inform’, 9 (3) (1990), 229–41.

<sup>32</sup> Davis.

<sup>33</sup> Gilang Rizky Amijaya, ‘PENGARUH PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI, KEMUDAHAN, RESIKO DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT ULANG NASABAH BANK DALAM MENGGUNAKAN INTERNET BANKING ( Studi Pada Nasabah Bank BCA )’ (Universitas Diponegoro, 2010).

- a. Jelas dan mudah dipahami (*Clear and Understandable*)  
Suatu sistem teknologi jelas dan dapat dimengerti penggunaannya.
- b. Mudah untuk menjadi terampil (*Easy to become skilfull*)  
Sistem aplikasi teknologi membuat penggunaanya terampil dalam penggunaannya.
- c. Mudah dan hemat biaya (*Mental effort*)  
Pengguna tidak membutuhkan banyak biaya dalam menggunakan sistem teknologi.
- d. Mudah digunakan (*Ease to use*)  
Sistem teknologi mudah untuk dioperasikan saat menggunakan.
- e. Mudah dipelajari (*Easy to learn*)  
Penggunaan suatu teknologi mudah dipelajari.<sup>34</sup>

#### 6. *Sharia Compliance*

*Sharia compliance* adalah tingkat kepatuhan prinsip-prinsip syariah pada bank syariah. Dengan demikian yang dimaksud dengan penerapan *sharia compliance* yang ideal pada bank syariah adalah produk-produknya yang syariah, operasional, pelayanan, keuangan dan manajemen bank syariah sesuai dengan prinsip syariah.<sup>35</sup>

Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 13/2/PBI/2011 tentang Pelaksanaan Fungsi Kepatuhan Bank Umum, yang dimaksud Fungsi Kepatuhan adalah serangkaian tindakan atau langkah-langkah yang bersifat *ex-ante* (*preventif*) untuk memastikan bahwa kebijakan, ketentuan, sistem dan prosedur, serta kegiatan usaha yang dilakukan oleh bank telah sesuai dengan ketentuan Bank Indonesia dan peraturan perundang-undangan yang berlaku, termasuk Prinsip Syariah bagi Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah, serta memastikan kepatuhan Bank terhadap komitmen yang dibuat

---

<sup>34</sup> Azizah, Anriza.

<sup>35</sup> Sari Indriani, 'PENGARUH SHARIA COMPLIANCE DAN EMOTIONAL ATTACHMENT SERTA RELIGIOSITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI' (Universitas Islam Sultan Agung, 2021).

oleh bank kepada Bank Indonesia dan/atau Otoritas Pengawas lain yang berwenang.<sup>36</sup>

Menurut Arifin, makna kepatuhan syariah (*sharia compliance*) dalam bank syariah adalah penerapan prinsip-prinsip islam, syariah dan tradisinya dalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis lain yang terkait.<sup>37</sup> Selain itu, Ansori juga mengemukakan bahwa *sharia compliance* adalah salah satu indikator pengungkapan islami untuk menjamin kepatuhan bank islam terhadap prinsip syariah.<sup>38</sup> Hal tersebut berarti *sharia compliance* sebagai bentuk pertanggungjawaban pihak bank dalam pengungkapan kepatuhan bank terhadap prinsip syariah. Sedangkan menurut Adrian Sutedi dalam Fajar Budiman (2017) makna kepatuhan syariah secara operasional adalah kepatuhan kepada Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) karena Fatwa DSN merupakan perwujudan prinsip dan aturan syariah yang harus ditaati dalam perbankan syariah.

Dari beberapa definisi yang telah dijelaskan oleh pakar di atas, dapat dipahami bahwa kepatuhan syariah (*sharia compliance*) merupakan pemenuhan terhadap nilai-nilai syariah di lembaga keuangan syariah yang menjadikan fatwa DSN MUI dan peraturan Bank Indonesia (BI) sebagai alat ukur pemenuhan prinsip syariah, baik dalam produk, transaksi, dan operasional di bank syariah.

Sebagaimana yang tertuang dalam Al-Qur'an surat Al-Jatsiyah ayat 18 Allah Berfirman:

ثُمَّ جَعَلْنَاكَ عَلَىٰ شَرِيعَةٍ مِّنَ الْأَمْرِ فَاتَّبِعْهَا وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَ الَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ ﴿١٨﴾

Artinya: “Kemudian, Kami jadikan engkau (Nabi Muhammad) mengikuti syariat dari urusan (agama) itu. Maka, ikutilah ia (syariat itu) dan janganlah engkau ikuti hawa nafsu orang-orang yang tidak mengetahui.”<sup>39</sup>

<sup>36</sup> Bank Indonesia, ‘Peraturan Bank Indonesia Nomor 13/2/PBI/2011-Tentang Pelaksanaan Fungsi Kepatuhan Bank Umum’, 2011, hal.1.

<sup>37</sup> Zainal Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah* (Tangerang: Aztera Publisher, 2009).

<sup>38</sup> Asrori, ‘PENGUNGKAPAN SYARIAH COMPLIANCE DAN KEPATUHAN BANK SYARIAH TERHADAP PRINSIP SYARIAH Asrori’, *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 3.1 (2011), 1–7.

<sup>39</sup> ‘Q.S Al-Jatsiyah Ayat 18’.

Ayat di atas menunjukkan bahwa kita harus berpegang teguh dan patuh pada syariat Allah SWT yang sebagaimana telah diajarkan oleh Rasulullah SAW kepada umatnya, dan janganlah mengikuti hawa nafsu orang-orang yang tidak mengetahui syariat Allah SWT.

Secara umum, konsep dasar fungsi kepatuhan berfungsi sebagai pelaksana dan pengelola risiko kepatuhan yang berkoordinasi dengan satuan kerja dalam manajemen resiko. fungsi kepatuhan melakukan tugas pengawasan yang bersifat *preventif* dan menjadi elemen penting dalam pengelolaan dan operasional bank syariah, pasar modal, asuransi syariah, pegadaian syariah serta lembaga keuangan syariah non bank (koperasi jasa keuangan syariah). Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa kebijakan, ketentuan, sistem dan prosedur yang dilakukan oleh perbankan islam telah sesuai dengan ketentuan dan peraturan perundang-undangan Bank Indonesia, pemerintah, Bapepam-LK, Fatwa MUI, serta penetapan hukum yang telah ditetapkan dalam standar internasional IFSB, AAOIFI, Syariah Supervisory Board (SSB).<sup>40</sup>

Kepatuhan syariah merupakan manifestasi pemenuhan seluruh prinsip syariah dalam lembaga yang memiliki wujud, karakteristik, integritas, dan kredibilitas di bank syariah. Dimana budaya kepatuhan tersebut adalah nilai, perilaku dan tindakan yang mendukung terciptanya kepatuhan bank syariah terhadap seluruh ketentuan Bank Indonesia.<sup>41</sup>

Terdapat beberapa indikator yang peneliti gunakan untuk mengukur kepatuhan syariah, yaitu:

- a. Menjalankan prinsip-prinsip hukum islam
- b. Sesuai dengan produk islam
- c. Jauh dari kegiatan haram.<sup>42</sup>

---

<sup>40</sup> Fajar Budiman, 'PENGARUH SHARIA COMPLIANCE DAN ISLAMIC CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP KINERJA KEUANGAN BANK UMUM SYARIAH DI INDONESIA PERIODE 2012-2016 PENGARUH SHARIA COMPLIANCE DAN ISLAMIC KEUANGAN BANK UMUM SYARIAH DI INDONESIA' (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017).

<sup>41</sup> Bank Indonesia.

<sup>42</sup> Indriani.

## 7. *Use/Behavior*

Perilaku penggunaan teknologi informasi (*use behavior*) didefinisikan sebagai intensitas dan atau frekuensi pemakai dalam menggunakan teknologi informasi. *Use behavior* dalam banyak penelitian empiris selalu digunakan sebagai variabel dependen. Perilaku penggunaan teknologi informasi sangat bergantung pada evaluasi pengguna dari sistem tersebut.<sup>43</sup>

Bharata & Widyaningrum (2017) menyatakan bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan suatu refleksi dari perilaku seseorang. Perilaku seseorang dapat dilihat dari niat mereka untuk menggunakan suatu sistem teknologi informasi. Seseorang akan menggunakan sistem jika mereka percaya bahwa sistem tersebut berguna dalam membantu penyelesaian pekerjaannya. Sebaliknya, jika seseorang merasa bahwa menggunakan sistem tidak membawa dampak yang baik bagi pekerjaannya, mereka tidak akan menggunakan sistem tersebut. Penggunaan nyata dalam penelitian ini adalah seberapa lama pemakai berinteraksi dengan sistem informasi atau menggunakan sistem tersebut untuk menyelesaikan pekerjaannya.<sup>44</sup>

Sesuatu hal yang naif jika seseorang tertarik pada sesuatu tetapi tidak menanggapinya dengan aktivitas yang sebenarnya. Karena pada dasarnya mengasumsikan bahwa kita tertarik pada sesuatu, itu berarti kita menyambut lingkungan atau objek dan memiliki sikap positif terhadapnya.

Firman Allah SWT tentang perilaku penggunaan dalam Al-Qur'an Surah Al-Isra' ayat 84 yang berbunyi:

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ ۗ فَرُبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا ﴿٨٤﴾

Artinya: “Katakanlah: tiap-tiap orang berbuat menurut keadaannya masing-masing”. Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya.”<sup>45</sup>

<sup>43</sup> Asrudin Hormati, Universitas Khairun Ternate, and Bandara Babullah Ternate, ‘PENGUJIAN MODEL UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY DALAM PEMANFAATAN’, 3.April (2012), 1–24.

<sup>44</sup> Wira Bharata and Wahyu Widyaningrum, ‘AKADEMIK MELALUI PENGEMBANGAN MODEL UTAUT Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo’, 11.2 (2017), 171–87.

<sup>45</sup> ‘Q.S Al-Isra’ Ayat 84’.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku penggunaan adalah suatu proses kejiwaan yang bersifat abstrak yang dinyatakan oleh seluruh keadaan aktivitas, ada objek yang dianggap bernilai sehingga diketahui dan diinginkan. Keinginan disebabkan adanya dorongan untuk meraihnya. Sesuatu itu bisa berupa benda, kegiatan dan sebagainya baik itu membahagiakan ataupun menakutkan atau merupakan kecenderungan seseorang yang berasal dari luar maupun dalam sanubari yang mendorongnya untuk merasa tertarik terhadap suatu hal sehingga mengarahkan perbuatannya kepada suatu hal tersebut dan menimbulkan perasaan senang.

DeLone dan McLean (1992) menyatakan bahwa penggunaan dan kepuasan *user* berhubungan erat.<sup>46</sup> Konsep penggunaan (*use*) dari suatu sistem dapat dilihat dari beberapa perspektif, yaitu pengguna nyata (*actual use*) dan penggunaan persepsian (*perceived use*) atau penggunaan yang dilaporkan sendiri (*reported use*). Pengalaman positif terhadap penggunaan akan menghasilkan kepuasan pengguna yang lebih besar. Dengan demikian, dapat dikatakan jika pemakai merasa bahwa memanfaatkan bermacam-macam fungsi dari sistem teknologi informasi akan meningkatkan kepuasan mereka, semakain sering mereka akan menggunakan sistem tersebut.

Beberapa indikator *use behavior*

- a. Keinginan digunakan di masa mendatang
- a. Keinginan sering menggunakan
- b. Keinginan penggunaan dalam keseharian
- c. Keinginan menggunakannya secara rutin.<sup>47</sup>

## B. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mengacu pada teori-teori hasil temuan para peneliti sebelumnya. Penelitian terdahulu digunakan sebagai dasar dan perbandingan dalam meneliti variabel yang mempengaruhi behavior of use layanan digital banking syariah. Beberapa temuan yang

---

<sup>46</sup> E.R Delone, W.H. & McLean, 'The Delone and McLean Model of Information System Success: A Ten-Year Update.', *Journal of Management Information System*, 19 (4) (2003), 9–30.

<sup>47</sup> Hormati, Ternate, and Ternate.

digunakan sebagai pedoman dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No .	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
1.	Dwi Suhartanto, David Dekan, Pak Ahmad Ismail, dan Ratna Sundari	<i>The Influence of Religiosity on cryptocurrency user's acceptance using search engines</i>	Penelitian ini menggunakan sampel 300 nasabah <i>mobile banking</i> bank syariah dari Provinsi Jawa Barat, Indonesia. <i>Partial Least Square</i> diterapkan untuk menilai hubungan antara persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, religiusitas, kepuasan dan adopsi.	Hasil penelitian ini mengungkap kan bahwa integrasi Model TAM dan <i>religiosity-intention</i> memberikan penjelasan yang lebih lengkap tentang adopsi <i>mobile banking</i> oleh konsumen bank syariah. Selain persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan, hasil penelitian ini menekankan pentingnya religiusitas dalam adopsi <i>mobile banking</i> .

2.	Abdullah M. Baabdullah, Ali A. Alalwan, Yogesh K. Dwivedi	<i>An Integrated Model For M-Banking Adoption in Saudi Arabia</i>	Model konseptual yang diusulkan didasarkan pada model penerimaan teknologi (TAM) dan model kesesuaian teknologi (TTF). Hal ini juga diperluas dengan mempertimbangkan dua faktor tambahan: privasi yang dirasakan dan keamanan yang dirasakan. Dengan menggunakan kuesioner yang dikelola sendiri, data dikumpulkan dari sampel nasabah perbankan Saudi dari berbagai wilayah di Arab Saudi.	Hasil utama berdasarkan analisis permodelan pemodelan persamaan struktural mendukung dampak persepsi privasi, persepsi keamanan, persepsi kegunaan, dan TTF terhadap niat berkelanjutan nasabah untuk menggunakan <i>mobile banking</i>
3.	Puji Lestari	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan	Jenis penelitian ini merupakan eksplanatori dengan pendekatan	Hasil pengujian secara simultan menunjukkan

		dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan GOPAY (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Lampung)	kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan <i>purposive sampling</i> dengan sampel 100 responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan alat bantu <i>software</i> SPSS 25.0	bahwa persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Gopay.
4.	Davin Hundson Sumardi dan Fransisca Andreani	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Perceived Ease of Use</i> Terhadap <i>Usage Behavior</i> Melalui <i>Intention to Use</i> Pada Konsumen <i>Online Shop Sayurbox</i> di Surabaya	Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dan teknik pengambilan sampel yaitu teknik <i>purposive sampling</i> dengan jumlah sampel diperoleh berdasarkan kriteria. Penelitian ini dilakukan dengan menyebar angket sebanyak	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>perceived ease of use</i> berpengaruh terhadap <i>perceived usefulness</i> , <i>perceived ease of use</i> dan <i>perceived usefulness</i> berpengaruh terhadap <i>intention to use</i> dan <i>intention to</i>

				191 responden.	<i>use</i> berpengaruh terhadap <i>usage behavior</i> .
5.	Adi Riski Juanda	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan <i>Internet Banking</i> (survey pada masyarakat Kec. Syiah Kuala).	Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif dengan objek penelitian masyarakat Kecamatan Syiah Kuala. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji T variable persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan <i>internet banking</i> , Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan <i>internet banking</i> , Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan	

				<p><i>internet bankin.</i> Berdasarkan Uji F persepsi kemudahan, manfaat dan risiko berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan <i>internet banking.</i></p>
6.	Emna Mnif dan Nahed Zghidi, Anis Jarboi	<i>The Influence of Religiosity on Cryptocurrency Users' Acceptance Using Search Engines</i>	<p>Pada tahap pertama, penelitian ini mengembangkan model konseptual yang memperluas teori TAM dengan mengintegrasikan komponen religiusitas. Pada tahap kedua, model yang diusulkan diuji menggunakan query volume pencarian dalam frekuensi harian dari 01/01/2018 hingga</p>	<p>Hasil empiris menunjukkan pengaruh positif yang signifikan dari religiusitas terhadap niat menggunakan mata uang kripto, persepsi kegunaan (PU) dan kemudahan penggunaan (PEOU).</p>

			31/12/2022 dan pemodelan persamaan struktural (SEM).	
7.	Diyah Ambarwati	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay Pada Mahasiswa STIE AUB Surakarta.	Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan instrument pengumpulan data adalah kuesioner. Data yang diperoleh dianalisis melalui uji regresi linier berganda, uji linieritas, uji t, uji F, serta uji R <sup>2</sup>	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Uji t menunjukkan variabel manfaat dan kepercayaan berpengaruh signifikan, dimana persepsi manfaat menjadi variabel dominan. Sedangkan variabel kemudahan dan ilmu pengetahuan tidak signifikan. Hasil Uji F menunjukkan secara bersama-sama semua variabel berpengaruh signifikan.

8.	Nadila.T.Oktapi ani Sinulingga	Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk Kc Medan Adam Malik Di Masa Pandemi <i>Covid-19</i>	Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif. Dengan teknik pengambilan sampel dengan metode <i>Random Sample</i> dan <i>Accidental Sampling</i> . Teknik pengambilan data dengan wawancara dan menyebarkan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi berganda.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kredibilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> .
9.	Azizah Putri, Anriza Witi, dan Ermyna Seri	Pengaruh <i>Perceived Usefulness,</i> <i>Perceived Ease of Use</i> Dan <i>Perceived Credibility</i> Terhadap Keputusan Menggunakan	Data penelitian ini data kualitatif yang dikuantitatifkan dengan menggunakan skala <i>likert</i> . Metode penelitian yang digunakan adalah analisis	Hasil penelitian ini menunjukkan variabel <i>Perceived Usefulness,</i> <i>Perceived Ease of Use</i> dan <i>Perceived Credibility</i>

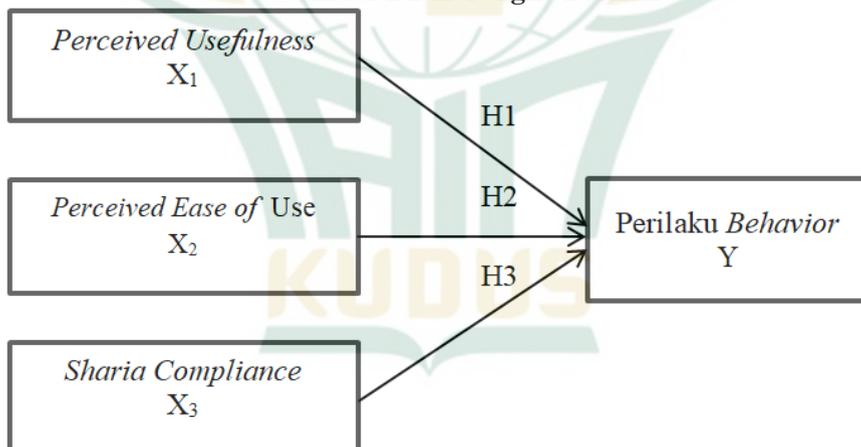
		n M-Banking di Masa COVID-19	regresi linier berganda, uji statistik F, uji statistik t, uji koefisien relasi (R) dan koefisien determinasi (R <sup>2</sup> ).	secara parsial dan simultan berpengaruh sangat kuat, positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan <i>mobile banking</i> di PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan Ringroad di masa pandemi covid-19.
10.	Gilang Rizky Amijaya	Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan <i>Internet Banking</i> (Studi Pada	Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dan pengumpulan data dilakukan menggunakan kusioner secara langsung dengan metode <i>purpose sampling</i> .	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi teknologi, kemudahan dalam menggunakan , resiko, dan fitur layanan berpengaruh terhadap minat ulang nasabah

		Nasabah Bank BCA)		dalam menggunakan <i>internet banking.</i>
--	--	----------------------	--	--

### C. Kerangka Berfikir

*Digital Banking* adalah layanan elektronik yang dikembangkan secara optimal pemanfaatannya dalam rangka melayani nasabah secara lebih cepat, mudah, dan sesuai dengan kebutuhan (*customer experience*), serta dapat dilakukan sepenuhnya secara mandiri oleh nasabah, dengan memperhatikan aspek pengamanan.<sup>48</sup> Namun, penggunaan jasa layanan *digital banking* syariah masih belum sepenuhnya digunakan, bahkan masyarakat masih ada yang menggunakan bank konvensional atau layanan perbankan yang berbasis non digital, sehingga perlu dilihat faktor apa saja yang bisa mempengaruhi masyarakat terhadap penggunaan layanan *digital banking* syariah.

**Gambar 2.1 Kerangka Berfikir**



Sumber: Data Diolah (2023)

<sup>48</sup> Otoritas Jasa Keuangan.

## D. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan atau jawaban sementara atas rumusan masalah yang telah ditetapkan untuk diuji kebenarannya mengenai uji statistic. Hipotesis pada dasarnya bersifat sementara secara teoritis terhadap permasalahan yang dihadapi karena hasilnya belum didasarkan pada kebenaran (*real life*) yang dikumpulkan melalui data.<sup>49</sup>

1. Pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavior of use* layanan *digital banking* bank syariah

*Perceived usefulness* (persepsi kemudahan) merupakan hal yang sangat diperlukan oleh masyarakat, dimana dengan kemudahan penggunaan membuat orang berminat menggunakan suatu sistem teknologi, jika sulit digunakan kemungkinan besar masyarakat enggan menggunakan sistem teknologi tersebut, karena merasa disibukkan dengan mempelajari dan sulit dalam menggunakannya. Dalam penelitian yang telah dilakukan oleh Purwiati (2013) mengenai *perceived usefulness* menunjukkan bahwa variabel *perceived usefulness* mempengaruhi secara positif signifikan terhadap penggunaan sistem informasi.<sup>50</sup> Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Nadila T. Oktapiani Sinulingga (2022) mengenai *perceived usefulness* menunjukkan bahwa variabel *perceived usefulness* mempengaruhi secara positif signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*.<sup>51</sup>

Berdasarkan pernyataan tersebut maka hipotesis yang dibuat peneliti untuk hasil penelitian ini adalah:

- H<sub>1</sub>: *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap *behavior of use* layanan *digital banking* bank syariah di Kudus

---

<sup>49</sup> Kurniawan dan Zarah, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016).

<sup>50</sup> Eka Purwiati.

<sup>51</sup> Nadila.T.Oktapiani Sinulingga, 'Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kredibilitas Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada PT.Bank Syariah Indonesia, Tbk KC MEDAN ADAM MALIK Di Masa Pandemi Covid-19' (UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA, 2022).

2. Pengaruh *perceived ease of use* terhadap *behavior of use* layanan *digital banking syariah*

*Perceived ease of use* (persepsi manfaat) merupakan sejauh mana suatu sistem teknologi tersebut dapat memberikan kegunaan terhadap pihak yang menggunakannya, semakin bermanfaatnya suatu sistem teknologi tentunya juga berpengaruh terhadap jumlah yang menggunakan sistem teknologi tersebut. Dalam penelitian yang telah dilakukan oleh Adhinagari (2018) mengenai *perceived ease of use* menunjukkan bahwa variabel *perceived ease of use* mempengaruhi secara positif signifikan terhadap penggunaan sistem informasi.<sup>52</sup> Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Adi Riski Juanda (2020) mengenai *perceived ease of use* menunjukkan bahwa variabel *perceived ease of use* mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap penggunaan *internet banking*.<sup>53</sup>

Berdasarkan pernyataan tersebut maka hipotesis yang dibuat peneliti untuk hasil penelitian ini adalah:

H<sub>2</sub>: *Perceived ease of use* berpengaruh terhadap *behavior of use* layanan *digital banking* bank syariah di Kudus

3. Pengaruh *sharia compliance* terhadap *behavior of use* layanan *digital banking* bank syariah

*Sharia compliance* atau ketaatan bank syariah terhadap prinsip-prinsip syariah merupakan syarat mutlak yang harus dipenuhi lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah khususnya bank syariah. Dari sudut pandang masyarakat, khususnya pengguna jasa bank syariah, kepatuhan syariah merupakan inti dari integritas dan kredibilitas sebuah bank syariah. Kepercayaan dan keyakinan utama masyarakat terhadap bank syariah adalah terpenuhinya prinsip syariah dalam setiap transaksi atau kegiatan usaha yang dilakukannya. Tanpa terpenuhinya prinsip syariah dalam setiap transaksi kegiatan usaha akan membuat masyarakat kehilangan keistemewaan bank syariah yang mereka cari, sehingga akan berpengaruh pada keputusan mereka untuk tetap memilih

---

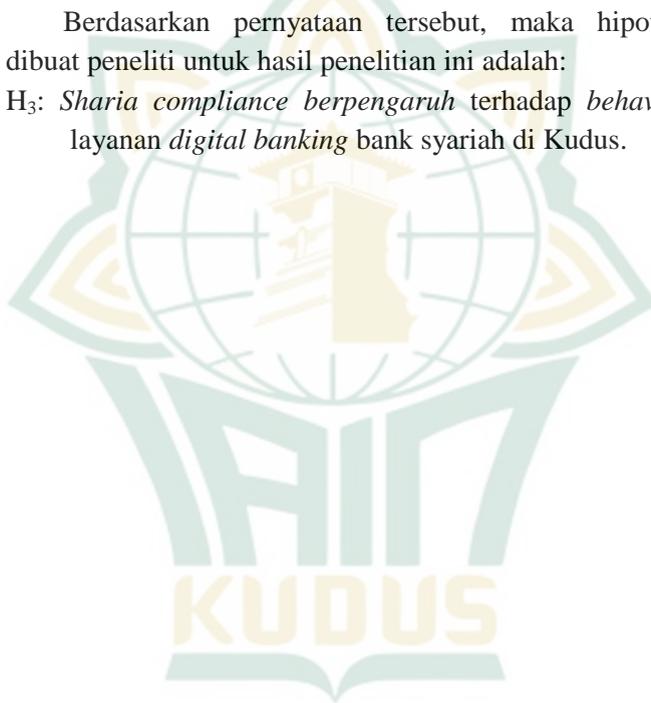
<sup>52</sup> Adhinagari.

<sup>53</sup> Juanda.

menggunakan jasa bank syariah atau tidak. Dalam penelitian yang telah dilakukan oleh Adilla Reza Lazmul (2020) mengenai *sharia compliance* menunjukkan bahwa variabel *sharia compliance* mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan dalam menggunakan digital banking syariah.<sup>54</sup> Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Wildatul Jannah (2019) mengenai *sharia compliance* menunjukkan bahwa variabel *Sharia Compliance* mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap tingkat kepercayaan nasabah Bank Syariah.<sup>55</sup>

Berdasarkan pernyataan tersebut, maka hipotesis yang dibuat peneliti untuk hasil penelitian ini adalah:

H<sub>3</sub>: *Sharia compliance berpengaruh terhadap behavior of use layanan digital banking bank syariah di Kudus.*



---

<sup>54</sup> Adilla Reza Lazmul.

<sup>55</sup> Wildatul Jannah, 'Pengaruh Sharia Compliance Terhadap Tingkat Kepercayaan Nasabah Pada Bank Syariah' (Institut Agama Islam Negeri Batusangkar, 2019).