

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Diskripsi Teori

1. *Theory Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan jenis teori yang banyak digunakan untuk mendeskripsikan perilaku (*behavioral theory*) terhadap proses teknologi. Yang pada dasarnya TAM digunakan untuk memahami beberapa pengaruh dari luar seperti kepercayaan, sikap, dan tujuan dari pengguna teknologi tersebut.

Menurut Cabanilla *Technology Acceptance Model (TAM)* adalah teori untuk mengetahui beberapa pengaruh diterimanya suatu penggunaan teknologi. Lebih jelasnya menggambarkan diterimanya teknologi akibat pengaruh kegunaan dan kemudahan.

Sedangkan menurut Jogiyanto *Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan pendeskripsian beberapa pengaruh utama terhadap penerimaan suatu teknologi dari perilaku pengguna. Artinya diterimanya teknologi dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu dari pengguna.¹

Selain itu, pada tahun 1989 konsep *Technology Acceptance Model (TAM)* sudah dikembangkan oleh Devis untuk mendeskripsikan tentang beberapa pengaruh, serta menjelaskan bagaimana suatu sistem dapat diterima oleh pengguna dan dapat digunakan oleh pengguna dalam membantu kegiatan sehari-harinya atau pekerjaannya.

TAM bertujuan untuk mengidentifikasi masalah penerimaan perilaku pengguna terhadap suatu teknologi baru. Yang secara spesifik ke dalam sistem

¹ I Putu Gde Sukaatmadja, Agung Elik Astari, Ni Nyoman Kerti Yasa, I Gusti Ayu Ketut Giantari, *Technology Accepted Model, Theory Of Planned Behavior, Dan Fear Of Covid-19: Niat Konsumen Melanjutkan Penggunaan Dompert Digital*, (CV. Intelektual Manifes Media, 2023), 32-34.

informasi, dengan dukungan beberapa struktur diantaranya :

- a. Kebermanfaatan.
- b. Kemudahan pengguna.
- c. Sikap terhadap pengguna.
- d. Intensitas perilaku pengguna.²

2. Bank Syariah

a. Pengertian Bank Syariah

Menurut Undang-Undang No.21 Tahun 2008 menjelaskan bahwa bank syariah adalah lembaga keuangan yang berfungsi sebagai lembaga intermediasi baik dalam transaksi simpanan, pembiayaan, maupun kegiatan usaha lainnya yang berlandaskan dengan prinsip-prinsip syariah tanpa adanya unsur riba.³Tujuan bank syariah adalah untuk mengimplementasikan bentuk meningkatkan keadilan serta pemenuhan taraf hidup masyarakat. Untuk membentuk hal tersebut bank syariah harus tetap konsisten memegang prinsip-prinsip syariat Islam secara istiqomah.⁴ Perkembangan bank syariah di Indonesia mengalami proses panjang, salah satunya yakni mengembangkan potensi-potensi negara muslim terbesar di dunia dengan cara mengabungkan tiga jenis bank syariah milik pemerintah diantaranya bank Mandiri Syariah, BTN syariah, dan BNI syariah menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI). Tujuannya utama dari penggabungan tiga bank tersebut yakni untuk meningkatkan kelengkapan layanan dan memiliki ruang lingkup yang lebih luas, serta mempunyai

²Kadek Dwi Pradnyani Novianti, Ni Komang Wina Lestari Putri, and Ida Ayu Gede Wiwik Purnamayanti, 'Analisis Penerimaan Sistem Informasi Menggunakan *Technology Acceptance Model* (Studi Kasus: Sijalak Desa Pohsanten)', *INSERT: Information System and Emerging Technology Journal*, 2.2 (2022), 116.

³Hildayani, 'UU 21 Tahun 2008', 2.5 (2008).

⁴Habibi M. R., 'Peran Perbankan Syari'Ah Dalam Perkembangan Perekonomian Di Indonesia', *Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 12.1 (2022), 1–25.

permodalan cukup baik agar dapat bersaing di tingkat global masa mendatang.

Secara garis besar produk-produk khususnya BSI sama seperti produk perbankan syariah lainnya diantaranya seperti :

- 1) Menghimpun dana dalam bentuk tabungan atau giro dengan menggunakan akad *wadi'ah* atau akad lainnya yang diperbolehkan secara syariah.
- 2) Menghimpun dana dalam bentuk investasi seperti tabungan deposito ataupun bentuk tabungan lainnya dengan menggunakan akad *mudharabah* atau akad lainnya yang diperbolehkan secara syariah.
- 3) Menyalurkan dana dalam bentuk pembiayaan dengan menggunakan akad *mudharabah, musyarakah, murabahah, salam, istishna'* atau akad lainnya yang diperbolehkan secara syariah.
- 4) Menyalurkan pembiayaan dengan menggunakan akad *qardhul hasan* atau akad lainnya yang tidak bertentangan dengan syariah.⁵

Tidak hanya itu saja terdapat produk tambahan dari BSI dalam layanan transaksi keuangan menggunakan digital, salah satunya yakni layanan *Mobile Banking (BSI Mobile)*.

b. Prinsip-Prinsip Syariah

Menurut KBBI, prinsip merupakan dasar atau kebenaran yang menjadi pokok dasar pemikiran, bertindak, maupun sebagainya. Prinsip juga dapat dikatakan sebagai asas maupun pondasi. Menurut UU No. 21 Tahun 2008 pasal 1 ayat 12 tentang perbankan syariah menjelaskan bahwa prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh

⁵H Huda and M Syafi'i, 'Fintech (*M-Banking*) Bank Syariah Indonesia Untuk Mendidik Siswa Madrasah Aliyah At-Taqwa Dalam Pembelajaran Transaksi Digital', *Jurnal Pengabdian Masyarakat ...*, 3.2 (2022), 19–34.

lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah.⁶

Prinsip syariah merupakan inti dari integritas dan kredibilitas bank syariah atau sebagai prinsip dasar yang terkait dengan pondasi muamalah bank syariah. Landasan dari prinsip syariah yaitu nilai keadilan, keamanan, dan keuniversalan.

Adapun konsep dari prinsip syariah yaitu kesepakatan berlandaskan hukum Islam yang disepakati oleh bank dan nasabah (yang bersangkutan) seperti halnya pada kegiatan⁷ :

- 1) Prinsip bagi hasil, yakni kesepakatan yang dilakukan oleh bank dan nasabah yang bersangkutan. Seperti pada pembiayaan musyarakah (produk pembiayaan) seperti pembiayaan modal kerja dan *mudharabah* (produk pendanaan) seperti tabungan dan deposito .
- 2) Prinsip titipan atau simpanan, yakni nasabah yang memiliki uang lebih untuk di tabungkan yang dan harus dijaga serta dikembalikan apabila nasabah memintanya guna sebagai investasi untuk memperoleh keuntungan seperti simpanan giro.
- 3) Prinsip jual beli yakni jual beli barang dari harga awal ditambah keuntungan sesuai kesepakatan sebelumnya. Pada pembiayaan *murabahah*.
- 4) Prinsip sewa pada pembiayaan *ijarah*.
- 5) Prinsip jasa, yakni layanan non tunai yang disediakan oleh bank seperti media transfer, penagihan, dan lainnya.

⁶ Hildayani.

⁷ Supriadi Supriadi and Ismawati Ismawati, 'Implementasi Prinsip-Prinsip Perbankan Syariah Untuk Mempertahankan Loyalitas Nasabah', *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2020

Dalam pengoprasionalnya perbankan syariah berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah yang tidak terdapat unsur seperti :

- 1) Riba yaitu tambahan pendapatan secara tidak sah (batil) atas nilai pokok hutang sebagai imbalan dari tambahan batas waktu secara mutlak.
 - 2) Maisir yaitu syarat dalam transaksi yang bersifat meraih keuntungan.
 - 3) Gharar yaitu ketidakpastiaan transaksi sehingga ketentuan syariah tidak terpenuhi.
 - 4) Haram yaitu tidak diperbolehkan untuk transaksi.
 - 5) Zalim yaitu ketidakadilan dalam transaksi.⁸
- c. Produk-Produk Bank Syariah

1) Produk Penghimpun Dana

Pada produk penghimpunan dana atau dikenal dengan istilah funding memiliki produk tabungan yakni:

a) *Wadiah*

Wadiah adalah titipkan dari pihak penyimpan kepada pihak pengelola dana yang harus dijaga dan dikembalikan apabila pemilik memintanya. Pelaksanaannya menggunakan akad yad al-amanah dan yad adh-dhamanah. Dimana pada akad yad al-amanah pihak penyimpan diberi amanah oleh pihak penitip harus menjaga dengan sebaik-baiknya dan tidak diperbolehkan untuk menggunakan atau memanfaatkannya baik itu aset maupun uang yang dititipkan melainkan menjaganya saja. Sedangkan pada akad yad adh-dhamanah sebaliknya

⁸ Sri Hartini, Abdu Rahmat Rosyadi, and Imas Nurhayati, 'Supervision of the Sharia Supervisory Council (Dps) Against Syariah Banks in Realizing a Healthy Banking System in Indonesia Pengawasan Dewan Pengawas Syariah (Dps) Terhadap Bank Syariah Dalam Mewujudkan Sistem Perbankan Yang Sehat Di Indonesia', *Jurnal Hukum De'rechtsstaat*, 7.1 (2021), 91-107.

pihak penyimpan yang diberi amanah oleh pihak penitip harus menjaga dengan sebaik-baiknya dan pihak penyimpan (bank) diperbolehkan menggunakannya dan memanfaatkan aset ataupun uang yang dititipkan dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan seperti tabungan dan giro.

b) *Mudharabah*

Mudharabah merupakan perjanjian yang dilakukan oleh kedua pihak, dimana nasabah sebagai *shahibul mal* (pemilik dana) dan bank sebagai *mudarib* (pengelola dana). Perhitungan hasil usaha diperhitungkan oleh bank karena berkaitan erat dengan dana yang dihimpun dan bank berkonsekuensi penuh apabila terjadi kerugian.

2) Produk Penyaluran Dana

Produk penyaluran dana atau yang dikenal dengan istilah financing merupakan pemberian pembiayaan dari suatu pihak ke pihak lain guna membantu invesasi yang telah dibuat. Pembiayaan tersebut terdiri dari 3 prinsip sebagai berikut⁹ :

a) Prinsip Jual Beli (*Ba'i*)

Dalam prinsip jual beli dikenal sebagai pindahnya hak suatu barang yang artinya bank menyediakan barang dulu yang diutuhkan atau menjadikan nasabah sebagai pembeli barang atas nama bank, yang nantinya bank akan menjual barang tersebut kepada nasabah dengan harga beli asli ditambah dengan keuntungan (margin). Terdapat tiga macam jual beli konsumtif, penanaman modal, dan modal kerja pada

⁹ IKIT and Zuhri, *Akuntansi Penghimpunan Dana Bank Syariah* (Deepublish, 2015).

bank syariah seperti *Ba'I Al-Murabahah*, *Ba'I As-Salam*, dan *Ba'I Al-Istisna'*.

b) Prinsip Sewa (*Ijarah*)

Prinsip sewa merupakan perjanjian pemindahan hak guna dengan memberikan bagi hasil tanpa adanya pemindahan kepemilikan.

c) Prinsip Bagi Hasil

Prinsip bagi hasil usaha dapat terjadi antara bank dan penyimpan dana ataupun bank dan nasabah yang menerima dana. Terdapat 2 produk pada prinsip bagi hasil diantara yakni¹⁰:

(1) *Mudharabah* merupakan bentuk kerjasama antara bank dan nasabah dengan kesepakatan shahibul mal (pemilik dana) menyerahkan dan mempercayakan semua dananya kepada mudarib (pengelola) untuk dibisniskan dengan ketentuan keuntungan sesuai kesepakatan bagi hasil.

(2) *Musyarakah* merupakan perjanjian dengan dua pihak atau lebih untuk menjalankan usaha dengan ketentuan saling memberikan kontribusi guna mengembangkan aset yang di pegang bersama dan keuntungan serta risikonya di tanggung bersama.

d) Layanan Jasa

Layanan jasa merupakan keseluruhan transaksi non tunai yang telah disediakan oleh bank. Produk tersebut diantaranya seperti transfer, penangihan, dan transaksi non pembiayaan lain sebagainya.

¹⁰ Ahmad Khoirin Andi, 'Pola Dan Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia', *Istidlal*, 3.1 (2019).

3. *Mobile Banking Syariah (BSI Mobile)*

Menurut Nkwede *mobile banking* atau *m-banking* layanan digital guna memberikan kelancaran dan kemudahan dalam segala bidang transaksi perbankan dengan menggunakan alat bantu berupa perangkat telekomunikasi seluler (*smartphone*) maupun tablet.¹¹ Termasuk produk Bank Syariah Indonesia dikenal dengan sebutan *BSI Mobile*.

Layanan *BSI Mobile* berawal dari internet banking yang memberikan peluang dan keuntungan baik untuk bank maupun nasabah. Perkembangan layanan tersebut didorong oleh keinginan para bankir guna untuk meminimalisir biaya dan keinginan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan secara efisiensi dan lebih baik.

BSI Mobile didefinisikan sebagai alat transaksi keuangan yang dapat dilakukan secara online, dalam bentuk layanan jasa keuangan non tunai yang dikembangkan oleh pihak perbankan termasuk pada perbankan syariah yang digunakan untuk melayani segala macam bentuk transaksi keuangan yang diperuntukan kepada nasabah dengan menggunakan alat *smartphone* pribadinya tanpa harus datang ke kantor atau bank. Dengan harapan dapat memberikan kemudahan, kelancaran, dan dapat memenuhi kebutuhan nasabah dalam kehidupan sehari-hari.

Layanan *BSI Mobile* dapat diakses melalui beberapa jaringan seperti *telkomsel*, *indosat*, maupun beberapa jaringan operator lainnya, yang akan dihubungkan pada tampilan menu yang sudah ada atau bisa juga diperoleh dari *play store* yang dapat di install sendiri.

Tujuan penggunaan *BSI Mobile* adalah memberikan banyak manfaat kepada konsumen, terutama pada pengoptimalan terhadap data konsumen seperti cepatnya proses pelayanan, mudah dan sesuai dengan

¹¹ Jeffrey Z.C Nelwan, Ni Nyoman Kerti Yasa, I Putu Gde Sukaatmadja, Ni Wayan Ekawati, *Internet Banking And Mobile Banking Services At Bank Kb Bukopin* (Jawa Barat: Media Sains Indonesia, 2021),23.

kebutuhan yang dibutuhkan oleh konsumen yang dapat dilakukan dengan sendiri.¹²

Layanan *BSI Mobile* dilengkapi dengan berbagai layanan transaksi baik finansial dan non finansial seperti ;

- 1) Informasi saldo.
- 2) Pembukaan rekening baru.
- 3) Sebagai media transfer.
- 4) Informasi mutasi rekening.
- 5) Sebagai media pembayaran maupun pembelian.
- 6) Tabungan E-mas.
- 7) Media Tarik tunai.
- 8) Media berbagi.
- 9) Top up.
- 10) Layanan E-commers.
- 11) Layanan Islami.
- 12) Pembayaran Zakat.¹³

Dalam penggunaan layanan mobile banking syariah pasti terdapat beberapa kelebihan dan kelemahan diantaranya :

- 1) Kelebihan penggunaan layanan.
 - a) Mempermudah semua transaksi yang diinginkan.
 - b) Dapat menghemat waktu.
 - c) Dapat memenuhi keinginan konsumen.
 - d) Kelengkapan sistem keamanan yang terjaga.
- 2) Kelemahan penggunaan layanan.
 - a) Pengiriman pemberitahuan yang terlambat akibat eror maupun gangguan sinyal.
 - b) Terjadinya kesalahan pada pengiriman rekening orang lain.

¹²Nurdin and others, 'Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Menggunakan *Mobile Banking* Di Terhadap Minat Nasabah Bank Mega Syariah Cabang Palu', *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2.1 (2020), 23-24.

¹³Siti Bejana Siagian and Khairina Tambunan, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Perbaungan', *Jikem: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*, 2.1 (2022), 1059.

- c) Pihak bank tidak menerima informasi saat nasabah melakukan transaksi.
- d) Terjadinya kegagalan transaksi saat layanan *mobile banking* eror, pending, maupun kendala sinyal.¹⁴

4. Keputusan Penggunaan.

a. Definisi Keputusan Penggunaan.

Menurut Engel keputusan menggunakan merupakan suatu keinginan tentang apa yang ingin digunakan, ingin digunakan dimana, kapan akan digunakan, dan bagaimana penggunaan dilakukan. Sedangkan menurut Schiffman keputusan menggunakan merupakan pilihan dua alternatif atau lebih yang artinya salah satu syarat seseorang dapat mengambil keputusan harus terdapat beberapa pilihan alternatif. Karena ketersediaan pilihan yang dari satu merupakan alternatif dalam pengambilan keputusan.

Menurut Peter dan Olson keputusan penggunaan adalah proses penggabungan dan pengolahan informasi sebagai bahan pertimbangan yang akan dipilih salah satu. Sebelum melakukan keputusan pengguna biasanya mengumpulkan banyak informasi terlebih dahulu tentang produk yang akan digunakan sehingga dapat memunculkan tingkat kepercayaan terhadap konsumen. Serta tergantung dengan kebutuhan dasar konsumen yang dapat mendorong mereka menentukan suatu pilihan yang dirasakan oleh konsumen adalah pilihan yang tepat.¹⁵

¹⁴Siagian and Tambunan, 1055-1056.

¹⁵Reza Nurzanita and Novi Marlana, 'Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan Gopay Di Surabaya Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening', *Akuntabel: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 17.2 (2020), 278.

b. Indikator Keputusan Penggunaan.

Menurut Ajzen dan Fishbein terdapat beberapa indikator dalam proses pengambilan keputusan diantara yaitu :

- 1) Memberikan sikap yang positif.
- 2) Memberikan kepercayaan atau keyakinan.
- 3) Adanya Motivasi.¹⁶

5. Kepercayaan.

a. Pengertian Kepercayaan.

Pada umumnya penggunaan sebuah produk didasari oleh kepercayaan konsumen. Untuk itu setiap memasarkan produk harus memperhatikan kepercayaan terhadap produk tersebut, karena kepercayaan merupakan alat yang dapat digunakan untuk mendorong konsumen dalam menggunakan produk.

Hal tersebut merupakan salah satu faktor terpenting karena setiap orang memiliki cara pandang yang berbeda. Seperti halnya apabila konsumen memandang produk tersebut dapat memberikan dampak positif secara tidak langsung akan memberikan pengaruh yang baik terhadap kepercayaan konsumen. Sebaliknya, apabila produk tersebut memberikan dampak yang negatif, maka memberikan dampak yang buruk terhadap kepercayaan konsumen. Sejalan dengan pendapat menurut Sidharta yang mengatakan bahwa kepercayaan konsumen terhadap sebuah produk memiliki peran penting dalam mengambil keputusan.

Konsumen akan percaya jika sebuah produk memiliki spesifikasi yang baik, maka dapat menjamin kualitas produk tersebut. Yang pada akhirnya dapat menarik konsumen menggunakan produk tersebut untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya selama konsumen yakin. Karena setiap

¹⁶Widya Wulandari and others, 'Penerapan *Technology Acceptance Model* (Tam) Dalam ', 16.2 (2022), 128.

keputusan dan keyakinan memiliki keterkaitan satu sama lain.

Menurut Lau dan Lee kepercayaan adalah perilaku konsumen yang bergantung pada sebuah produk untuk memenuhi kebutuhannya. Definisi tersebut sejalan dengan peneliti menurut Ballester & Aleman kepercayaan adalah rasa aman yang dirasakan konsumen terhadap penggunaan sebuah produk tertentu yang dapat membantu dan melengkapi kebutuhannya.¹⁷

Berdasarkan penjelasan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepercayaan penggunaan sebuah produk memiliki dua komponen yakni keunggulan produk dan intensi produk. Yang artinya kepercayaan suatu produk merupakan salah satu kunci awal bahwa produk tersebut memiliki keunggulan baik. Karena bagi konsumen, apabila produk tersebut memiliki spesifikasi dan keunggulan yang baik, maka dapat dipastikan akan muncul niat atau intensi dari konsumen untuk menggunakannya.

b. Indikator Kepercayaan.

Terdapat beberapa indikator dalam mengukur kepercayaan penggunaan mobile banking diantaranya :

- 1) Layanan transaksi *mobile banking* dapat dipercaya.
- 2) Lebih mengutamakan kepentingan konsumen.
- 3) Layanan *mobile banking* dapat menjaga segala macam bentuk transaksi tanpa adanya pengawasan.

¹⁷ Mohammad Andika Tobuhu, Rizan Machmud, and Endi Rahman, 'Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan *M-Banking* (Studi Pada Bank BNI Cabang Gorontalo)', *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5.2 (2022), 687..

- 4) Adanya rasa keyakinan terhadap penggunaan *mobile banking* dapat memberikan banyak manfaat.¹⁸

6. Kemudahan

a. Definisi Kemudahan.

Menurut Venkatesh dan Davis, kemudahan penggunaan merupakan seberapa yakin rasa percaya seseorang terhadap penggunaan layanan *mobile banking* yang tidak memerlukan banyak tindakan. Yang artinya seseorang akan lebih sering menggunakan suatu sistem tersebut tanpa harus melakukan banyak tindakan. Dari kemudahan itulah secara tidak langsung dapat memberikan pengaruh positif, karena sangat berguna bagi mereka. Hal tersebut menjadi bahan pertimbangan konsumen sebelum menggunakan layanan. Meskipun memiliki kegunaan yang banyak, akan tetapi terkadang masih terdapat beberapa orang yang kesulitan menggunakannya, mengakibatkan membuat mereka menjadi ragu untuk menggunakannya.

Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa kemudahan bisa memberikan pengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*. Yang mana kemudahan penggunaan aplikasi sangat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen. Jika konsumen yakin dengan layanan *mobile banking* dan merasakan banyak kemudahan yang didapat maka konsumen akan sering menggunakan layanan *mobile banking* tersebut. Sebaliknya apabila konsumen merasakan kesulitan di dalam menjalankan sistem layanan *mobile banking* dan tidak yakin, maka konsumen tidak akan tertarik menggunakan *mobile banking* tersebut.

Hal tersebut sesuai dengan perkataan Jugiyanto bahwa kemudahan merupakan seberapa besar rasa percaya seseorang terhadap penggunaan teknologi

¹⁸ Jeffry Z.C Nelwan, Ni Nyoman Kerti Yasa, I Putu Gde Sukaatmadja, 51.

yang bebas dari usaha atau tindakan.¹⁹ Sama halnya dengan pernyataan yang dikatakan oleh Widjana dalam Erik bahwa kemudahan adalah suatu tingkat keyakinan yang ada pada diri seseorang atau individu terhadap penggunaan sistem teknologi yang dapat memberikan kemudahan bagi mereka di masa mendatang.

Dari beberapa penjelasan diatas disimpulkan bahwa kemudahan merupakan tingkat keyakinan dari penggunaan sistem teknologi yang dapat memberikan kemudahan kepada seseorang tanpa melakukan banyak tindakan, baik itu waktu maupun tenaga.

b. Indikator Kemudahan

Menurut Davis terdapat beberapa indikator yang dapat mempengaruhi tingkat kemudaan penggunaan teknologi diantaranya yakni :

- 1) Penggunaan sistem dapat dioperasikan dengan mudah.
- 2) Fleksibel.
- 3) Penggunaan sistem tidak memerlukan banyak banyak usaha.
- 4) Dapat dilakukan secara individu.²⁰

7. Intensitas Penggunaan.

a. Definisi Intensitas Penggunaan.

Menurut Ajzen, intensitas penggunaan merupakan suatu usaha atau tindakan tertentu yang dilakukan oleh seseorang atau individu. Usaha atau tindakan tersebut dilakukan secara berulang-ulang, guna untuk mendapatkan kemudahan dan

¹⁹ Nopy Ernawati and Lina Noersanti, 'Jurnal Manajemen STEI Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi OVO', *Jurnal Manajemen STEI*, 3 (2).02 (2020), 30.

²⁰ Humaidi Humaidi, Setio Utomo, and Dinda Lestari, 'Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa FISIP ULM Di Kota Banjarmasin)', *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 11.1 (2022), 26.

kepuasan dalam memenuhi kebutuhannya. Segala sesuatu yang berhubungan dengan suatu tindakan atau usaha yang dilakukan secara berulang berturut-turut dalam rentang waktu tertentu dapat dikatakan memiliki tingkat intensitas.²¹ Hal tersebut sejalan dengan pendapat yang dinyatakan menurut Pierewan mendefinisikan bahwa intensitas merupakan besar dan kekuatan terhadap suatu tingkah laku maupun pengalaman seseorang atau individu yang dapat mendukung pendapat maupun sikap.²²

Kata “*intensity*” yang berarti kemampuan atau kekuatan perilaku. Sedangkan menurut KBBI intensitas merupakan ukuran atau tingkat keadaan keseringan seorang individu dalam melakukan suatu tindakan yang didorong dengan rasa keinginan yang ada dalam dirinya. Segala sesuatu yang berhubungan dengan suatu tindakan atau usaha yang dilakukan secara berulang berturut-turut dalam rentang waktu tertentu dapat dikatakan memiliki tingkat intensitas

Pengguna suatu teknologi merupakan seseorang atau individu yang aktif dalam penggunaan suatu produk baik itu barang maupun layanan media social dengan cara memanfaatkan inovasi atau teknologi tersebut guna untuk memenuhi keperluan baik individu maupun masyarakat umum, termasuk *BSI Mobile*.

Dari pernyataan diatas disimpulkan bahwa intensitas penggunaan adalah suatu ukuran dari seberapa sering individu mengakses dan

²¹ Ovie Nita, ‘Hubungan Pembelajaran Mandiri Dengan Intensitas Penggunaan Ponsel Pintar Pada Siswa’, *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7.4 (2019), 653.

²² Lismaini Agustin, Marliyah Marliyah, and Wahyu Syarvina, ‘Pengaruh Intensitas Penggunaan Kartu Plastik Dan Mobile Payment Terhadap Consumer Behavior: Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam’, *Sci-Tech Journal*, 2.2 (2022), 171.

menggunakan suatu aplikasi yaitu mobile banking bank syariah Indonesia dalam sehari-hari.²³

b. Indikator Intensitas Penggunaan.

Menurut Nuraini menyatakan bahwa terdapat beberapa indikator yang dapat mempengaruhi tingkat intensitas penggunaan diantaranya yakni :

- 1) Motivasi.
- 2) Durasi.
- 3) Frekuensi.
- 4) Sikap.²⁴

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah uraian dari perbandingan hasil penelitian sebelumnya, yang akan menjadi korelasi dengan penelitian yang akan dilakukan serta digunakan untuk referensi. Berikut ini merupakan penelitian terdahulu mengenai Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Intensitas Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan *BSI Mobile* Dalam Bertransaksi Pada Mahasiswa IAIN Kudus.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Penelitian, Tahun, dan Judul Penelitian	Variabel	Hasil
1	Peneliti: Muhammad Bagas Wicaksono, Diana	Metode Penelitian: Kuantitatif Dependen:	Hasil Penelitian: menunjukkan bahwa variable kepercayaan dan variable kualitas layanan memberikan

²³ Noval Achmad and Damajanti Kusuma Dewi, 'Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Prokrastinasi Akademik Pada Mahasiswa Yang Menyelesaikan Skripsi Noval Achmad Damajanti Kusuma Dewi', *Jurusan Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan*, 7 (2022), 97.

²⁴ Slamet Riyadi, *Peran Motivasi Kerja, Stres Kerja Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Guru*, (Yogyakarta: Jejak Pustaka, 2022)115-117.

	<p>Triwardhani Henri Nastiti²⁵</p> <p>Tahun: 2021</p> <p>Judul: Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan M-Banking Mandiri di Jakarta Selatan</p> <p>Jurnal: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi</p>	<p>Keputusan</p> <p>Independen: Kepercayaan, Kualitas Layanan</p>	<p>pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan m-banking.</p>
2	<p>Peneliti: Salsabillah Ainun Aini, Bayu Wijayanti, Rusdiyanto²⁶</p> <p>Tahun: 2022</p> <p>Judul: Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Fitur Layanan Islami</p>	<p>Metode Penelitian: Kuantitatif</p> <p>Dependen: Keputusan</p> <p>Independen: Persepsi Kemudahan, Persepsi Fitur Layanan Islami</p>	<p>Hasil Penelitian: menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi fitur layanan Islami memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan mobile banking Bank Syariah Indonesia cabang Jember.</p>

²⁵ Pengaruh Kepercayaan and others, ‘Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan *M- Banking* Mandiri Di Jakarta Selatan’, 2 (2021), 1090–1103.

²⁶ Aini, Wijyantini, and Rusdiyanto.

	<p>Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Cabang Jember</p> <p>Jurnal: National Multidisciplinary Sciences</p>		
3	<p>Peneliti: Dandy Kurnia²⁷</p> <p>Tahun: 2020</p> <p>Judul: Pengaruh Fitur, Kemudahan Penggunaan, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Digital Banking Jenius PT. Bank Tabungan Pensiun Nasional</p> <p>Jurnal:UG Jurnal</p>	<p>Metode Penelitian: Kuantitatif</p> <p>Dependen: Keputusan</p> <p>Independen: Fitur, Kemudahan Pengguna, Keamanan, dan Promosi.</p>	<p>Hasil Penelitian: menunjukkan bahwa semua variable yang terdiri dari fitur, kemudahan pengguna, keamanan, dan promosi memberikan pengaruh positif yang baik secara parsial dan setimulan terhadap kepuusan penggunaan</p>
4	<p>Peneliti: Sionly</p>	<p>Metode</p>	<p>Hasil Penelitian:</p>

²⁷ Dandy Kurnia, 'Pengaruh Fitur, Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Dan Promosi, Terhadap Keputusan Penggunaan *Digital Banking Jenius* PT Bank Tabungan Pensiun Nasional', *UG Jurnal*, 14 (2020), 1–10.

	<p>Octa Frisca Sibarani²⁸</p> <p>Tahun: 2022</p> <p>Judul: Pengaruh E-WOM Pada Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sayuran Di Bos Sayur Malang Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Konsumen</p> <p>Jurnal: Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis.</p>	<p>Penelitian: Kuantitatif</p> <p>Dependen: Keputusan Konsumen.</p> <p>Independen: Intensitas pengguna media sosial, Pendapat Konsumen, dan Konten Instagram.</p>	<p>menunjukkan bahwa ketiga variable yang terdiri dari intensitas pengguna media sosial, pendapat konsumen, dan konten instagram memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dengan melalui kepercayaan konsumen</p>
5	<p>Peneliti: Ika Susilowati, Siti Solehatun²⁹</p> <p>Tahun: 2023</p> <p>Judul: Pengaruh E-Service</p>	<p>Metode Penelitian: Kuantitatif</p> <p>Dependen: Keputusan</p> <p>Independen: E-</p>	<p>Hasil Penelitian: menunjukkan bahwa variable e-quality dan kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan, akan tetapi variable kepercayaan</p>

²⁸ Sibarani, Ambayo, and Prasetyo.

²⁹ Ika Susilowati and Siti Solehatun, 'Pengaruh E-Service Quality, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan *Bri Mobile* (Brimo) Pada Nasabah Bri Kebumen', *Journal of Digital Business and Management*, 2.1 (2023), 13–19.

<p>Quality, Kepercayaan, dan Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan BRI Mobile (Brimo) Pada Nasabah BRI Kebumen</p> <p>Jurnal: Jurnal of Digital Business and Management</p>	<p>Service Quality, Kepercayaan, dan Kemudahan</p>	<p>tidak berpengaruh terhadap keputusan</p>
--	--	---

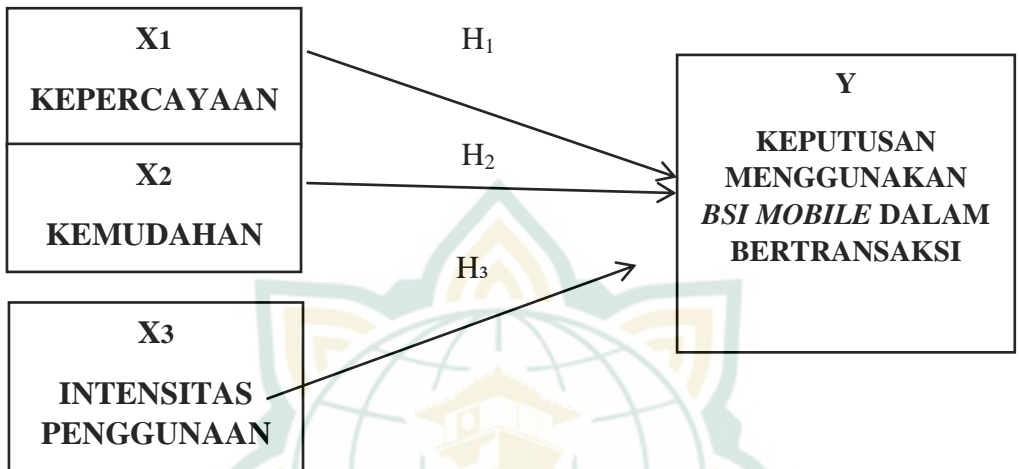
C. Kerangka Berfikir

Berdasarkan teori Keputusan Menggunakan, Keputusan sebagai variabel (Y) atau variabel dependen dipengaruhi oleh variabel (X) atau variabel independen antara lain, X_1 Dimensi Kepercayaan, X_2 Dimensi Kemudahan, X_3 Dimensi Intensitas Penggunaan.

Melihat penelitian terdahulu terkait hasil analisis yang ditemukan, peneliti mengangkat dan mengkombinasikan dari penelitian yang sudah ada, serta peneliti secara langsung mendatangi mahasiswa IAIN Kudus yang memutuskan untuk menggunakan *BSI Mobile* untuk bertransaksi.

Adapun kerangka berfikir adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Berfikir



Sumber Data: Data diolah peneliti (2023)

Keterangan:

1. H_1 : Garis yang menghubungkan antara variabel Kepercayaan (X_1) ke variabel Keputusan Menggunakan (Y) merupakan garis parsial
2. H_2 : Garis yang menghubungkan antara variabel Kemudahan (X_2) ke variabel Keputusan Menggunakan (Y) merupakan garis parsial
3. H_3 : Garis yang menghubungkan antara variabel intensitas penggunaan (X_3) ke variabel Keputusan Menggunakan (Y) merupakan garis parsial

D. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu dugaan atau hasil sementara yang mungkin benar terjadi maupun tidak. Yang mana dugaan tersebut muncul dari hasil hubungan antara beberapa variable satu dengan variable lainnya. Dugaan sementara yang di hasilkan bukanlah hasil asal menduga, akan tetapi dugaan tersebut didasarkan hasil penelitian

terdahulu. Oleh karena itulah sifat hipotesis dapat dikatakan masih dugaan.³⁰

Terkait dengan judul penelitian diatas, maka peneliti mangajukan hepotesis sebagai berikut :

1. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan *BSI Mobile* Dalam Bertransaksi.

Kepercayaan menggunakan sebuah produk didasari oleh kepercayaan konsumen terhadap produk yang telah ditawarkan oleh sebuah perusahaan. Yang mana setiap perusahaan dalam memasarkan produknya harus memperhatikan kepercayaan terhadap produk tersebut, karena kepercayaan merupakan alat yang dapat digunakan untuk mendorong produk tersebut agar dapat dipercaya oleh konsumen. Hal tersebut merupakan salah satu faktor terpenting karenasetiap orang memiliki cara pandang yang berbeda-beda. Karena pada dasarnya kepercayaan penggunaan sebuah produk memiliki dua komponen yakni keunggulan produk dan intensi produk. Yang artinya kepercayaan suatu produk merupakan salah satu kunci awal bahwa suatu produk yang ditawarkan oleh perusahaan memiliki keunggulan yang baik. Karena bagi konsumen, apabila produk tersebut memiliki spesifikasi dan keunggulan yang baik, maka dapat dipastikan akan muncul niat atau intensi dari konsumen untuk menggunakannya.³¹

Dari hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Muhammad Bagus Wicaksono, dkk dalam penelitiannya mengungkap bahwa variable kepercayaan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan *M-Banking*. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan oleh peneliti dalam penelitian ini sebagai berikut :

H_0 : Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *BSI Mobile* dalam bertransaksi.

³⁰ A E Wibowo,dkk, *Metodologi Penelitian Pegangan Untuk Menulis Karya Ilmiah* (Penerbit Insania, 2021) 75.

³¹ Rismalia and Sugiyanto.

H₁: Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan *BSI Mobile* dalam bertransaksi.

2. Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Menggunakan *BSI Mobile* Dalam Bertransaksi.

Menurut Venkatesh dan Davis, kemudahan menggunakan merupakan seberapa yakin rasa percaya seseorang terhadap penggunaan layanan *mobile banking* yang tidak memerlukan banyak tindakan. Yang artinya seseorang akan lebih sering menggunakan suatu sistem tersebut tanpa harus melakukan banyak tindakan. Dari kemudahan itulah secara tidak langsung dapat memberikan pengaruh positif, karena sangat berguna bagi mereka.³²

Oleh karena itu kemudahan penggunaan layanan *mobile banking* dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan bagi konsumen sebelum mereka menggunakan layanan tersebut.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Salsabilah Ainun Aini, Bayu Wijayanti, dan Rusdiyato dalam penelitiannya menganggap bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam penggunaan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan oleh peneliti dalam penelitian ini sebagai berikut :

H₀: Kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *BSI Mobile* dalam bertransaksi.

H₂: Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan *BSI Mobile* dalam bertransaksi.

³² Humaidi Humaidi, Setio Utomo, and Dinda Lestari, 'Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa FISIP ULM Di Kota Banjarmasin)', *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 11.1 (2022), 23.

3. Pengaruh Intensitas Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan *BSI Mobile* Dalam Bertransaksi.

Intensitas merupakan suatu usaha atau tindakan tertentu yang dilakukan oleh seseorang atau individu. Yang mana usaha atau tindakan tersebut dilakukan secara berulang-ulang, guna untuk mendapatkan kemudahan dan kepuasan dalam memenuhi kebutuhannya.³³

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Sionly Octa Frisca Sibaranidalam penelitiannya mengungkapkan bahwa variabel intensitas penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan oleh peneliti dalam penelitian ini sebagai berikut :

H₀: Intensitas penggunaan tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *BSI Mobile* dalam bertransaksi.

H₃ : Intensitas penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan *BSI Mobile* dalam bertransaksi.

4. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Intensitas Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan *BSI Mobile* Dalam Bertransaksi.

H₀: Kepercayaan, Kemudahan, dan Intensitas Penggunaan tidak berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menggunakan *BSI Mobile* dalam bertransaksi.

H₄: Kepercayaan, Kemudahan, dan Intensitas Penggunaan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menggunakan *BSI Mobile* dalam bertransaksi.

³³ Ovie Nita, 'Hubungan Pembelajaran Mandiri Dengan Intensitas Penggunaan Ponsel Pintar Pada Siswa', *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7.4 (2019), 651–56.