

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Manajemen Pemasaran Perbankan Syariah**

Grand Theory (teori besar) dari penelitian ini adalah Manajemen Pemasaran.

##### **1. Manajemen Pemasaran**

Secara etimologi manajemen berasal dari kata *To Manage* yang berarti mengatur.<sup>1</sup> Sedangkan pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen ke konsumen.<sup>2</sup> Philip William J. Shultz mengungkapkan bahwa manajemen pemasaran ialah perencanaan, pengarahan dan pengawasan seluruh kegiatan pemasaran perusahaan ataupun bagian dari perusahaan.

Manajemen pemasaran mengatur mulai dari sumber daya insani sebagai pelaku usaha dalam penciptaan produk yang sebaik mungkin, untuk sampai pada tangan konsumen dalam keadaan yang memuaskan. Serta mengatur kegiatan untuk mengetahui kondisi pasar dan pengenalan atas lingkungan pasar yang berpengaruh pada kemajuan usaha. Atas hal tersebut

---

<sup>1</sup> Anang Firmansyah dan Budi W. Mahardika, *Pengantar Manajemen*, (Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2018), hal. 1.

<sup>2</sup> Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, (Malang: UB Press, 2011), hal.1.

diperoleh strategi untuk menarik sebuah pangsa pasar menjadi konsumen pada bisnis yang dijalankan, dan mengetahui ancaman yang dimungkinkan akan di alami.

Kebutuhan manusia adalah konsep dasar yang melandasi pemasaran. Selain kebutuhan, manusia juga mempunyai keinginan dan permintaan. Perusahaan perlu mempelajarinya, dengan melakukan riset pemasaran, mengamati perilaku konsumen, mencari jawaban produk atau jasa yang mereka sukai dan sebaliknya. Konsumen telah mempunyai kebutuhan yang kompleks, dan menghendaki untuk menemukan atau mencari produk yang dapat memuaskan kebutuhannya.

Banyaknya produk dan kebutuhan yang terus di ekspektasikan konsumen, membuat perusahaan harus mempunyai titik fokus pada pangsa pasar yang ada dengan sefektif mungkin. Tidak menutup kemungkinan pemasaran merambah sampai pasar internasional, yang memiliki budaya masing-masing. Kebutuhan yang dilatar belakangi oleh budaya merupakan keinginan yang tercipta dari kepribadian individual mereka. Perusahaan harus cermat mengetahui perubahan perilaku ini, dan terus sigap melakukan pengenalan pada konsumen dan menentukan kebutuhan di masa sekarang dan yang akan datang.

## **2. Manajemen Pemasaran Bank Syariah**

Dalam konteks perbankan syariah tidak ditemui secara detail kata yang mengandung perbankan dalam al-Qur'an, maupun al-Hadist. Tetapi, beberapa perintah serta larangan al-Qur'an dan al-Hadist memuat mengenai

muamalah, tentang bagaimana cara bertransaksi yang diperbolehkan dalam islam. Seperti, tidak diperbolehkannya transaksi yang mengandung riba, tidak boleh dzolim, serta melakukan transaksi yang bathil.

Pada asalnya, segala transaksi dalam bermuamalah itu diperbolehkan, dalam rangka untuk mencapai tujuan *maslahat* untuk umat manusia, yang tidak diperbolehkan yang mendatangkan *mudharat*, seperti hadist sebagai berikut:

أَلَا صَلُّ فِي الْمُعَامَلَاتِ إِلَّا بِحَاجَةٍ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ.

Artinya: Hukum asal dalam semua bentuk muamalah adalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.

Dilarangnya riba, transaksi dzolim dan batil adalah perintah untuk manusia agar dapat bermuamalah dengan baik, menerapkan keadilan, kesejahteraan, serta kemanusiaan untuk mencapai kedinamisan masyarakat.

Menajemen pemasaran dalam perbankan syariah adalah sebuah usaha dari perbankan syariah itu sendiri untuk menjalan kegiatannya sesuai dasar dan pedoman syariah. Adapun kegiatan yang dimaksud disini berupa memilih sasaran pangsa pasar, mendapatkannya, menjaga serta mengembangkannya Segmentasi pasar dapat diartikan sebagai proses membagi pasar yang heterogen ke dalam kelompok-kelompok yang lebih homogen, yang memiliki kesamaan kebutuhan atau karakteristik dan respons terhadap program pemasaran.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Heri Sudarsono, *Buku Ajar:Manajemen Pemasaran*, (Jember: CV. Pustaka Abadi, 2020), hal. 17.

## B. Generasi Milenial

William Strauss dan Neil Howe telah menyatakan bahwa generasi memiliki arti sebagai agregat dari semua orang yang lahir dalam atau selama waktu sekitar 20 tahun atau sekitar panjang 1 (satu) fase dari masa kanak-kanak, dewasa muda, usia pertengahan, dan usia tua.<sup>4</sup> Nobel dan Schewe juga mengungkapkan bahwa generasi ialah sekelompok individu yang dipengaruhi oleh kejadian bersejarah dan fenomena budaya yang terjadi yang dialami pada fase kelahiran mereka. Kejadian tersebut telah berdampak pada ingatan mereka secara kolektif, sehingga berpengaruh pada kehidupan masing-masing individu.

Twenge menambahkan kriteria yang umum dipakai dan diterima mengenai perbedaan generasi adalah tahun kelahiran, dan peristiwa yang saat itu terjadi secara global. Sama seperti yang diungkapkan oleh Kupperschmidt's yang menyatakan bahwa generasi adalah sekelompok individu yang mengidentifikasi kelompoknya berdasarkan kesamaan tahun kelahiran, umur, lokasi dan kejadian-kejadian dalam kelompok individu tersebut yang memiliki pengaruh signifikan dalam fase pertumbuhan mereka.<sup>5</sup>

Dapat dipahami bahwa terbentuknya generasi ditandai oleh 2 (dua) aspek yakni, aspek tahun kelahiran serta aspek kejadian historis atau bersejarah yang terjadi secara mendunia bersamaan dengan kelahiran mereka bukan secara sosial maupun geografis. Peristiwa besar telah berdampak pada perkembangan

---

<sup>4</sup> Bertha Lubis dan Sunasih Mulianingsih, dalam *Keterkaitan Bonus Demografi dengan Teori Generasi*, dalam Jurnal Registrare Vol. 1, No.1, 2019, hal. 25.

<sup>5</sup> Yanuar Surya Putra, *Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi*, Among Makarti, Vol.9 No. 18, 2016, hal. 124.

hidup mereka, sehingga antara satu generasi dengan generasi lainnya memiliki perbedaan.

Tepatnya setelah perang dunia ke 2 (dua) kelompok demografis (*cohort*) dibedakan menjadi 4 (empat) generasi, yakni generasi *baby boomer*, generasi x, generasi *millennials* dan generasi Z.<sup>6</sup> Di antara empat kelompok demografis tersebut, generasi milenial diperkirakan akan menjadi mayoritas penduduk yang ada di Indonesia pada tahun 2020. Generasi milenial disebut sebagai generasi yang matang, mereka mempunyai karakteristik bersifat membangkitkan yang membedakannya dari generasi sebelumnya, yaitu kepribadian, nilai kerja, sikap dan motivasi. Sebagai generasi yang lahir pasca kemajuan teknologi mereka juga dikenal sebagai pembelanja *online* terbesar di Indonesia.

Generasi Milenial atau generasi Y, merupakan kelompok demografis setelah generasi X yang lahir tahun 1960-1980. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia milenial adalah orang atau generasi yang lahir pada tahun 1980 sampai dengan tahun 1990. Para ahli memiliki pendapat yang berbeda-beda mengenai rentang batasan generasi milenial dalam beberapa kajian. Dalam sebuah penelitian yang berjudul “Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia” telah diambil kesimpulan mengenai tahun lahir generasi milenial ini, yakni mereka yang dilahirkan antara tahun 1980 sampai dengan

---

<sup>6</sup> M. Hariansyah, *Millennials “Bukan Generasi Micin”*, (Jakarta: Guepedia Publisher, 2017), hal. 70.

tahun 2000. Maka generasi milenial saat ini adalah mereka yang berusia 20 tahun sampai dengan 40 tahun.

Mempunyai waktu kelahiran yang sama, telah menciptakan budaya yang sama yang berpengaruh pada setiap aspek. Generasi ini memiliki populasi yang cukup besar diantara generasi lain. Sehingga, perlu dipahami bagaimana kecenderungan mereka guna mengambil peluang saat ini dan manfaat yang akan datang. Setiap generasi memiliki perilaku dan sikap yang berbeda, seperti halnya cara pandang maupun pola pikir seorang anak dengan orang tuanya. Generasi Milenial tergolong generasi muda, yang dapat memberi banyak peluang. Dilihat dari segi jumlahnya yang besar, dan dari segi usia yang produktif, dapat kita mengambil keberkahan di dalamnya.

Dibesarkan pada era kemajuan teknologi, membuat mereka memiliki kreatifitas yang baik, dan bersikap informatif. *Boston Consulting Group (BCG)* bersama University of Berkley telah melakukan studi pada tahun 2011 di Amerika Serikat mengenai generasi milenial USA, sebagai berikut: 1) Minat membaca secara konvensional kini sudah menurun karena Generasi Y lebih memilih membaca lewat smartphone mereka, 2) Millennial wajib memiliki akun sosial media sebagai alat komunikasi dan pusat informasi, 3) Millennial pasti lebih memilih ponsel daripada televisi. Menonton sebuah acara televisi kini sudah tidak lagi menjadi sebuah hiburan karena apapun bisa mereka temukan di telepon genggam, 4) Millennial menjadikan keluarga sebagai pusat pertimbangan dan pengambil keputusan mereka.

Hal yang menonjol dari generasi milenial adalah ketergantungannya pada teknologi dan alat komunikasi modern.<sup>7</sup> Pengaruh revolusi industri 4.0, telah memperluas jaringan internet, smartphone dan jejaring sosial media yang semakin memperkaya perilaku generasi milenial. Teknologi telah membawa perubahan, dan menjadi sebagian dari kehidupan generasi milenial menjadi generasi *gadget*. Mereka menghendaki segala informasi yang mereka peroleh melalui perangkat pintarnya.

Dalam sebuah penelitian Alvara *Research Center* terhadap perilaku keuangan generasi milenial, disebutkan generasi ini adalah generasi yang melek terhadap produk keuangan. Tak hanya itu, mereka juga sudah menerapkan pembelian tanpa menggunakan uang tunai atau *cashless*. Generasi milenial sebagai seorang nasabah lebih mementingkan kenyamanan saat menggunakan produk daripada sisi loyalitas bank penyedia produk. Kenyamanan berupa akses cepat, praktis, efektif dan yang dapat dilakukan dengan mandiri terutama pada segi penggunaannya hanya mengandalkan satu perangkat pintar yang dapat dibawa kemana saja.

### **C. Automated Teller Machine**

Fasilitas layanan Anjungan tunai mandiri merupakan sebuah mesin yang dapat melakukan beberapa pekerjaan pada bank dalam jangka waktu 24 (dua puluh empat) jam / 1 (satu) hari penuh. Fasilitas layanan ATM dapat digunakan dengan kartu ATM (*Automated Teller Machine*). Kartu ATM adalah APMK

---

<sup>7</sup> Subargo Joyosumarto, *B.A.N.K.I.R Kepemimpinan Lembaga Abad ke-21*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2018), hal. 49.

(Alat Pembayaran dengan Menggunakan Kartu) yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran atas kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi, termasuk pembelanjaan dan/atau untuk melakukan penarikan tunai, dimana kewajiban pembayaran pemegang kartu dipenuhi terlebih dahulu oleh *acquirer* atau penerbit, dan pemegang kartu berkewajiban untuk melakukan pembayaran pada waktu yang disepakati baik dengan pelunasan secara sekaligus (*charge card*) ataupun dengan pembayaran secara angsuran.<sup>8</sup>

Untuk mengakses mesin ATM para nasabah akan memiliki kartu dengan pita magnetik atau sebuah chip yang berfungsi sebagai tempat menyimpan data seperti nomor kartu, nomor PIN dan data keamanan lainnya.<sup>9</sup> Selanjutnya, dengan menekan beberapa tombol mesin ATM sesuai identitas nomor PIN (*Personal Identification Number*) serta *password* yang dimiliki, dan memilih layanan yang ingin dituju. Salah satu fungsi fasilitas layanan ATM adalah untuk penarikan tuna, pihak bank biasanya sudah menetapkan jumlah penarikan atau transaksi tunai maksimum perhari.

Pemilihan lokasi yang ramai akan menghindari tindak kejahatan bagi nasabah ataupun perbankan itu sendiri. Hal ini bertujuan agar nasabah tetap terjaga keselamatan dan keamanannya. Penempatan dari fasilitas layanan ATM cenderung mengelompok, dan berada pada pusat keramaian, dan pada lokasi yang mudah ditemukan.

---

<sup>8</sup> PBI No. 11/11/PBI/2009 tentang Penyelenggaraan APMK

<sup>9</sup> John Reimon Batmetan dan Triska Pinatik, *Sistem Keamanan Anjungan Tunai Mandiri*, Universitas Negeri Manado, Prodi pend. Teknologi Informasi dan Komunikasi, t.th, hal. 1.

Jumlah penyebaran ATM bank syariah turut mempengaruhi perilaku nasabah yang menghendaki fleksibilitas dalam transaksi keuangan. Perbankan ikut bergabung bersama dalam jaringan ATM yang menciptakan sistem pembayaran bersifat nasional, dengan jarak dan waktu yang tidak terbatas. Dengan menyuguhkan kualitas layanan yang baik dan tinggi dapat menumbuhkan respon yang baik bagi para nasabah. Salah satu daya saing yang baik adalah kualitas pelayanan yang tinggi, dan monitoring untuk tetap menjaga kualitas layanan tersebut dan seiring waktu merubahnya sesuai perkembangan teknologi.

Dengan menggunakan ATM perbankan juga ikut mengambil peran dalam segi efisiensi penggunaan kertas dan mengurangi limbah, karena pencatatan yang telah disimpan melalui sistem elektronik. Banyak sedikitnya jumlah ATM sangat dipengaruhi oleh karakteristik bank dan karakteristik nasabah.<sup>10</sup> Nasabah menganggap penting fasilitas layanan ATM yang memiliki jaringan yang mudah ditemukan.

#### **D. Mobile Banking**

*Mobile Banking* merupakan sebuah fitur yang memungkinkan nasabah perbankan bertransaksi melalui ponsel atau *smartphone* yang mereka miliki. Layanan *mobile banking* dapat digunakan dengan menggunakan menu yang sudah tersedia pada SIM (*Subscriber Identity Module*) Card UUS (*Unstructured Supplementary Service Data*), atau melalui aplikasi yang dapat

---

<sup>10</sup> Eviliyanto, *Anjungan Tunai Mandiri (Atm) Perbankan Di Kota Surakarta, Jurnal Edukasi*, 2014, Vol. 1, No. 1, Juni

diunduh dan diinstal oleh nasabah.<sup>11</sup> Ikatan Bankir Indonesia mendefinisikan bahwa *mobile banking* adalah layanan melalui saluran distribusi elektronik bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui SMS atau jaringan komunikasi lainnya dengan sarana telepon seluler atau komputer tablet. Hutabarat dalam M. Rosit Sapiil Anam mendefinisikan *mobile banking* adalah fasilitas perbankan melalui komunikasi seperti *handphone* dengan tersedianya fasilitas yang hampir sama dengan ATM kecuali mengambil uang cash.

Dengan menggunakan *mobile banking* para nasabah dapat bertransaksi secara *daring* (jarak jauh). Fasilitas yang disediakan bank pada era modern ini telah ada akibat perubahan teknologi komunikasi yang telah memenuhi ekspektasi masyarakat untuk memperoleh kebutuhan dengan semakin mudah. Kemudahan dari *mobile banking* dapat kita rasakan dari tak terbatasnya waktu dan jarak untuk memanfaatkannya. Serta dapat menghemat biaya, bagi bank maupun nasabah.

Dalam penelitian Nur Inayah *Mobile banking* secara umum digolongkan menjadi 3 (tiga) bagian:

1. *Informasional* (bersifat memberikan informasi), di dalam *mobile banking* telah dimuat semua informasi mengenai produk-produk dan layanan-layanan yang ditawarkan oleh bank.
2. *Communicative* (bersifat komunitif), terjadinya interaksi antara bank dan operasional pada bank, antara lain dapat berupa informasi saldo, laporan

---

<sup>11</sup> OJK, *Bijak Ber-eBanking*, (Jakarta: t.tp, 2015), hal. 14.

transaksi, perubahan data pribadi nasabah, maupun formulir keanggotaan layanan pada bank yang bersangkutan.

3. *Transactional* (dapat melakukan transaksi), nasabah dapat melakukan secara langsung akses untuk *account* nya di bank, yang meliputi informasi saldo, transfer, pembayaran tagihan, isi ulang pulsa, dan sebagainya.

*Mobile banking* sebagai salah satu layanan yang termasuk ke dalam teknologi digital memiliki manfaat utama. Seperti yang dikatakan oleh Shaikh dan Karjaluoto teknologi *mobile banking (m-banking)* merupakan salah satu fasilitas yang dilakukan secara *self service*. Seorang nasabah akan cenderung untuk meminati suatu teknologi yang memberikan manfaat dan mudah digunakan. Manfaat adalah ukuran mengenai nilai yang di dapat setelah menggunakan sesuatu. Kemudahan adalah ukuran dimana seseorang meraskan sebuah cara dengan mudah diapahami dan digunakan.

#### **E. Internet Banking**

*Internet Banking* terdiri dari dua suku kata, yakni *internet* dan *banking*. *Internet* merupakan kepanjangan dari *interconnected network* karena fungsinya yang menghubungkan jaringan dari jaringan-jaringan komputer yang ada di dunia.<sup>12</sup> *Banking* dalam bahasa indonesia berarti perbankan, merupakan sebuah usaha yang kegiatannya menghimpun dana dan menyalurkannya kembali pada masyarakat, dan juga menyediakan jasa-jasa seputar keuangan.

---

<sup>12</sup> Yuhelizar, *10 Jam Menguasai Internet Teknologi dan Aplikasinya*, (Jakarta:PT Elex Media Komputindo, 2008), hal. 1.

*Internet Banking* adalah sebuah fitur layanan untuk melakukan transaksi-transaksi perbankan melalui jaringan internet sebagai media untuk melakukan transaksi dan mendapatkan informasi lainnya. Dengan masuk pada *website* milik bank sebagai perantara atau penghubung antara nasabah dengan bank tanpa harus mendatangi kantor bank. Internet banking termasuk dalam layanan *online* yang bertujuan untuk mempermudah nasabah perbankan untuk melakukan transaksi dengan cepat. *Internet banking* dilakukan tanpa tatap muka antara petugas bank dan nasabah yang bersangkutan. Menurut Martono dalam Muhammad Yusuf teknologi menjajikan perubahan, kemajuan, kemudahan, dan produktifitas. Sehingga teknologi pasti akan mengubah keseharian individu ke dalam banyak kemajuan.

Pada dasarnya *internet banking* memiliki tiga macam pelayanan antara lain informasi, komunikasi, dan transaksi. Pelayanan informasi dapat diakses pada *website* perbankan syariah seputar jasa keuangan mereka. Adapun bentuk informasi ini mengenai produk dan jasa yang ditawarkan oleh perbankan syariah secara mandiri oleh nasabah yang telah terdaftar. *Internet banking* juga memuat mengenai informasi cabang dan ATM terdekat, bagi mereka nasabah yang harus melakukan cara tradisional dengan mendatangi kantor bank dan bertemu dengan pegawai bank. Nasabah juga dapat menerima gambaran mengenai perbankan, mendapatkan informasi dan sejarah berdirinya perbankan, serta kabar terbaru tentang aktivitas perbankan. Komunikasi (*communicational*), dalam *website* milik bank memungkinkan nasabah untuk berinteraksi secara jarak jauh (*daring*) dengan bank. Pelayanan yang terakhir

adalah transaksi antara lain: transfer dana, pengecekan saldo, dan juga berbagai jenis pembelian dan pembayaran.

Salah satu faktor disediakannya *internet banking* adalah untuk menciptakan ketertarikan nasabah untuk mencapai pangsa pasar yang luas. Nasabah cenderung memiliki pandangan positif maupun negatif pada produk yang ditawarkan, akan hal ini perbankan syariah harus pandai untuk menarik minat para calon nasabahnya. Sebagai pihak eksternal dari sisi nasabah, perbankan dapat menarik minat mereka dari segi pemasaran dan memanfaatkan kondisi sosial budaya. Maya Angela Silvia menyebutkan dalam penelitiannya bahwa minat nasabah terhadap penggunaan internet banking dilandasi oleh berbagai faktor antara lain persepsi kemudahan penggunaan, persepsi daya guna, kenyamanan, kepercayaan.

#### **F. Mesin *Electronic Data Capture***

Mesin *Electronic data capture* (EDC) merupakan mesin pembayaran, pembelian dan transfer, secara umum penggunaan mesin EDC dengan ATM sama saja tetapi yang membedakan adalah mesin EDC tidak dapat mengeluarkan uang layaknya mesin ATM (*automatec transfer machine*).<sup>13</sup> Mesin EDC menggunakan teknologi *wireless (GSM)* dan *fixed line (line telepon)*. Mesin EDC memudahkan kita dalam pembayaran pada tempat-tempat perbelanjaan, seperti mall, supermarket, outlet dan tempat lain yang menyediakan transaksi secara gesek tunai.

---

<sup>13</sup> Fauzan Akhmadi, *Determinan Permintaan Uang Elektronik (E-Money), di Indonesia pada Tahun 2009-2018*, (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta: Skripsi diterbitkan), hal. 8.

Tampilan mesin EDC berwujud sebuah alat elektronik yang lebih mirip dengan telepon genggam yang dapat digunakan sebagai alat penerima pembayaran. EDC terdiri dari alat pembaca informasi pada pita magnetis kartu (*card's magnetic stripe*) atau *chip*, tombol menu dan angka untuk memasukkan jenis transaksi, nilai transaksi dan PIN, layar untuk memasukkan jenis dan nilai transaksi dan printer untuk mencetak bukti transaksi.<sup>14</sup> Fasilitas layanan mesin EDC atau sering disebut dengan mesin gesek, adalah suatu alat yang digunakan untuk sebuah transaksi pembayaran dengan menggunakan kartu kredit atau debit pada *merchant*. Umumnya mesin EDC digunakan untuk layanan membayar pembelian (*purchase*), membayar tagihan (*payment*), untuk mentransfer uang, menyetor dan bahkan menarik uang secara tunai.

Dengan sistem transaksi non tunai yang menggunakan media pembayaran berupa kartu elektronik, mesin EDC mendukung masyarakat untuk bertransaksi secara efisien dan efektif melalui *e-banking*. Penggunaan fasilitas layanan mesin EDC memiliki tingkat keamanan yang baik sebab mesin ini sudah di sediakan secara langsung oleh masing-masing perbankan serta termasuk dalam pengawasan OJK.

Fasilitas layanan mesin EDC sering ditemui pada pusat perbelanjaan dengan beberapa syarat dan ketentuan yang berlaku sesuai prinsip yang digunakan bank. Umumnya pada setiap perbankan telah mengajukan permohonan kepemilikan mesin EDC sesuai ciri khas masing-masing bank. Pengaplikasian mesin EDC sebagai alat penerima pembayaran biasa ditempuh

---

<sup>14</sup> OJK, *Bijak Ber-eBanking*, (Jakarta: t.tp, 2015), hal. 9.

dengan permohonan si pelaku usaha kepada pihak bank selaku pemilik mesin EDC (*card issuer*) agar dapat diberi kuasa untuk menjadi *merchant*. Atau juga hasil dari permintaan maupun penawaran dari pihak bank sendiri.

Dalam jurnal Wursan dan Erwin Yulianto disebutkan bahwa mesin EDC sendiri dibedakan menjadi 3 (tiga) jenis: 1) *Fixed Line*, yaitu EDC yang menggunakan kabel telepon dari Telkom dan untuk biaya berlangganan akan dibayarkan ke Telkom. Tipe ini adalah *default* dari jenis mesin EDC, 2) *GPRS*, yaitu EDC yang tergantung pada sinyal selular, tapi sumber powernya menggunakan listrik PLN. Cara kerjanya memakai *SIM Card* seperti *handphone* dan harus selalu tersambung ke sumber listrik sebagai pengganti pemakain baterai, 3) *GPRS Mobile*, yaitu EDC yang memanfaatkan sinyal selular namun tidak harus dicolok ke sumber listrik karena menggunakan baterai sehingga dapat diisi ulang dan praktis dibawa kemanapun.

## G. Religiusitas

Religiusitas menurut bahasa latin berasal dari kata *religio* yang berarti memeriksa lagi, menimbang-nimbang, dan merenungkan keberatan hati nurani. Religiusitas (*religiosity*) dalam bahasa inggris berasal dari “*religious*” yang berarti agama, keimanan dan kesalehan. Manusia yang religius dapat diartikan sebagai manusia yang berhati nurani, saleh dan teliti dalam mempertimbangkan batin.<sup>15</sup> Saleh merupakan ketaatan / kepatuhan dalam menjalankan ibadah, kesungguhan seseorang dalam melaksanakan ajaran

---

<sup>15</sup> Satinem, *Apresiasi Prosa Fiksi: Teori, Metode dan Penerapannya*, (Sleman: Penerbit Deepublish, 2019), hal. 138.

agama yang dianut yang tercermin dalam sikap pada aktivitasnya sehari-hari. Individu yang religius adalah individu yang beragama. Beragama bukan hanya berarti diakui atau telah mengakui bahwa seorang individu memiliki agama. Namun lebih menyeluruh pada aktualisasi kehidupannya sehari-hari.

Ajaran agama telah menitik beratkan hubungan seorang manusia (hamba) kepada Tuhan nya. Manusia pada hakikatnya adalah makhluk yang paling sempurna yang diciptakan di dunia untuk mentaati perintah dan menjauhi segala larangan Tuhan. Aspek religiusitas lebih menekankan kesalehan yang ada dalam hati nurani. Aktualisasi manusia yang religius dapat tercermin pada hubungan seorang hamba terhadap Tuhan, pada sesama dan alam tempat tinggalnya. Seseorang yang mengerti dan rajin melaksanakan ajaran agama dalam kehidupan, akan berperilaku dan berbudi luhur sesuai dengan ajaran agama yang diyakininya.<sup>16</sup>

Menurut pendapat Thouless menyebutkan adanya beberapa faktor yang mempengaruhi religiusitas seseorang, yaitu<sup>17</sup>:

1. Pendidikan dan berbagai tekanan sosial (faktor sosial)

Mencakup pendidikan orang tua, semua pengaruh sosial dalam perkembangan sikap keagamaan dan tradisi-tradisi sosial untuk menyesuaikan dengan berbagai sikap yang disepakati oleh lingkungan.

2. Faktor pengalaman

Berbagai pengalaman individu dalam membentuk sikap keagamaan

---

<sup>16</sup> Sunaryo, *Psikologi Untuk Keperawatan*, (Jakarta: Buku Kedokteran EGC, 2002), hal. 12.

<sup>17</sup> Adi Suprayitno dan Wahid Wahyudi, *Pendidikan Karakter di Era Milenial*, (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2020), hal. 43-44.

Glock dan Stark dalam Atina Rahmi Arba'ati merumuskan lima dimensi religiusitas sebagai berikut:

1) Dimensi keyakinan atau Ideologis

Dimensi keyakinan adalah kualitas sejauh mana seseorang menerima hal-hal dogmatik dalam agamanya, misalnya kepercayaan kepada Tuhan. Salah satu bentuk yang harus ditaati oleh penganut agama ialah dimensi keyakinan yang ada, disertai sifat doktriner yang harus ditaati, dalam agama Islam diwujudkan dalam pengakuan (syahadat).

2) Dimensi praktik agama atau ritualistik

Dimensi praktik agama yaitu tingkatan sejauh mana seseorang mengerjakan kewajiban-kewajiban ritual dalam agamanya, berkomitmen terhadap agama yang di anut. Dimensi praktek dalam agama Islam dapat dilakukan dengan menjalankan ibadah shalat, puasa, zakat, haji ataupun praktek muamalah lainnya.

3) Dimensi pengalaman atau eksperimental

Dimensi pengalaman adalah perasaan-perasaan atau pengalaman yang pernah dialami dan dirasakan. Dalam Islam dimensi ini dapat terwujud dalam perasaan dekat dengan Allah, perasaan bertawakal kepada Allah (pasrah diri dalam hal yang positif).

4) Dimensi pengetahuan agama atau intelektual

Dimensi pengetahuan agama yaitu dimensi yang menerangkan seberapa jauh seseorang mengetahui ajaran-ajaran agamanya, terutama yang terdapat dalam kitab sucinya. Dimensi praktek dalam Islam berupa pengetahuan

tentang isi Al-Quran, pokok-pokok ajaran yang harus diimani dan dilaksanakan.

#### 5) Dimensi konsekuensi

Dimensi konsekuensi adalah dimensi yang mengukur sejauh mana perilaku seseorang dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya dalam kehidupan sosial, misalnya apakah seseorang mengunjungi tetangganya yang sakit, menolong orang yang kesulitan, mendermakan hartanya dan sebagainya.

Agama (religiusitas) merupakan kebutuhan dasar manusia. Agama telah mengatur mengenai hukum, etika, serta moral seorang manusia. Agama berpengaruh pada kehidupan manusia dalam beraktivitas. Dengan agama manusia mempunyai nilai pada suatu keputusan dalam tindakannya. Artinya religiusitas adalah sejauh mana seseorang menaruh kepercayaan atas hidupnya berdasarkan agama dan keyakinan yang mereka anut. Tingkat religiusitas yang tinggi akan memberikan dampak yang baik bagi individu dalam hidupnya. Selalu menerima segala sesuatu dengan pandangan yang positif.

## **H. Minat menjadi Nasabah Bank Syariah**

### **1. Bank Syariah**

Perbankan syariah adalah lembaga intermediasi keuangan yang menjalankan operasionalnya dengan landasan hukum syariah. Sebagai lembaga intermediasi, perbankan syariah memiliki tugas sebagai tempat pengumpulan dana dari nasabah kelebihan dana, kemudian menyalurkannya pada nasabah yang kekurangan dana. Produk-produk perbankan syariah menggunakan prinsip syariah islam.

Di dalamnya mengandung produk yang bebas transaksi magrib (*maysir*, *gharar* dan *riba*) dan transaksi haram lainnya. Dalam memenuhi harapan nasabahnya perbankan syariah ikut hadir memaksimalkan pelayanan dengan teknologi modern mengikuti zaman. Sesuai regulasi yang dikeluarkan OJK kegiatan usaha Bank dalam menerbitkan produk dan melaksanakan aktivitas harus menerapkan prinsip syariah, prinsip kehati-hatian, dan prinsip perlindungan nasabah.

Sesuai Undang-undang nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, dijelaskan pada pasal 4 (empat) bahwa fungsi bank syariah, yakni:

- (1) Bank syariah dan UUS wajib menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat.
- (2) Bank syariah dan UUS dapat menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga *baitul maal*, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infaq, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya yang menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat.
- (3) Bank syariah dan UUS dapat menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf uang dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (*nazhir*) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (wakif).
- (4) Pelaksanaan fungsi sosial sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dan ayat (3) sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

## 2. Minat

Minat berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. <sup>18</sup> Suyanto dalam Agus Sujanto mendefinisikan minat ialah suatu pemusatan perhatian yang tidak disengaja yang terlahir dengan penuh kemauan dan yang tergantung dari bakat dan lingkungan. Seorang individu akan berminat ketika mereka mengetahui sesuatu yang mereka inginkan, sehingga menarik perhatian mereka. Hal ini biasanya memiliki nilai puas yang baik bagi mereka. Bila nilai kepuasan suatu benda tersebut semakin baik, maka minat mereka pun semakin tinggi untuk memilikinya. Individu yang berminat atau meminati suatu obyek akan merasakan kecenderungan hati dan perasaan atas suatu barang atau hal. Munculnya minat biasanya ditandai dengan perasaan yang menyenangkan, dan perasaan-perasaan lainnya yang menggerakkan hati individu untuk sampai pada suatu keputusan

Menurut Sukmadinata faktor-faktor yang mempengaruhi minat, yaitu pengetahuan, pengalaman, dan informasi <sup>19</sup> :

### 1. Pengetahuan (*knowladge*)

Pengetahuan adalah kepandaian, hasil dari suatu proses berupa mempelajari dan mengetahui. Dengan pengetahuan yang dimiliki seseorang dapat menentukan keputusan untuk menggunakan suatu produk.

---

<sup>18</sup> Muhibbin Syah, *Psikologi Pendidikan*, (Bandung: Rosdakarya, 2009), hal. 133.

<sup>19</sup> Fahmi Gunawan dan Heksa Biopi, *Senerai Penelitian Pendidikan, Hukum dan Ekonomi di Sulawesi Tenggara*, (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2018), hal. 5.

## 2. Pengalaman

Pengalaman adalah proses pembelajaran dan penambahan perkembangan potensi. Seseorang dapat mengetahui sebuah kebenaran apakah pengetahuannya selama ini dapat memecahkan masalah.

## 3. Informasi

Informasi adalah penerangan dan pemberitahuan mengenai fakta. Informasi didefinisikan berupa hasil dari pengolahan sebuah data menjadi sebuah hal yang lebih memiliki guna.

Minat merupakan pendorong individu untuk mencapai sesuatu memiliki pengaruh besar dalam pencapaiannya diluar diri. Seorang individu yang memiliki minat akan objek tertentu akan memberikan perhatian yang baik dan memberi keputusan yang positif tanpa perlu perintah atau suruhan dari orang lain. Individu yang berminat akan menerima dengan perasaan yang senang. Adapun 3 (tiga) faktor yang menjadi timbulnya minat menurut Crow dan Crown yaitu:

### 1) Dorongan dari dalam diri individu

Dorongan dari dalam individu tanpa sadar menumbuhkan rasa keingintahuan mereka dan membangkitkan minatnya. Seperti halnya motivasi maupun kekuatan, motivasi yang baik adalah motivasi yang muncul dari diri individu sendiri (intristik) dan bukan dorongan / motivasi yang dipengaruhi oleh lingkungan dan kondisi sekitar.

## 2) Motif sosial

Motif sosial juga dapat menjadi penyebab munculnya minat. Menurut ahmadi motif adalah sesuatu yang ada dalam diri individu yang menggerakkan atau membangkitkan sehingga individu itu berbuat sesuatu. Motif terdiri dua aspek yakni daya dorong untuk berbuat dan sasaran maupun tujuan yang ingin dicapai. Artinya, dorongan kebutuhan sosial (umum) yakni berupa pengakuan dari lingkungan yang menimbulkan munculnya minat seseorang.

## 3) Faktor emosional

Emosional atau perasaan seseorang yang bersifat positif akan memberikan dorongan yang baik. Seperti halnya keberhasilan dalam beraktivitas yang didorong oleh minat akan membawa perasaan senang dan memperkuat minat yang sudah ada, sebaliknya kegagalan akan mengurangi minat individu tersebut.<sup>20</sup>

### **3. Minat Menjadi Nasabah Perbankan Syariah**

Dalam istilah perbankan nasabah adalah orang atau badan usaha yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada bank.<sup>21</sup> Salah satu orang yang paling penting dalam perbankan, dimana perbankan syariah yang maju juga dipengaruhi oleh nasabahnya. Bank syariah yang dapat menarik minat nasabah, memiliki peluang besar untuk memperoleh keuntungan.

---

<sup>20</sup> *Ibid.*, hal. 5.

<sup>21</sup> OJK, dalam *Apa Saja Hak Kamu Sebagai Konsumen Keuangan (2)* dalam <https://sikapiuangmu.ojk.id/FrontEnd/CMS/article/10438>

Minat nasabah adalah gejala psikologis dari pelanggan yang menunjukkan pemusatan perhatian terhadap suatu objek sebab ada perasaan senang.<sup>22</sup> Minat nasabah disini diasumsikan sebagai minat beli seorang konsumen, terhadap segala produk yang ditawarkan bank syariah. Minat nasabah muncul dari pengaruh eksternal berawal dari kesadaran akan pemenuhan kebutuhan, dan pengenalan pemenuhan kebutuhan yang diiringi dengan keinginan untuk memiliki. Salah satunya dipengaruhi oleh stimulus seperti dari sisi pemasaran produk maupun dari lingkungan sekitar.

Kotler mengemukakan bahwa minat beli konsumen adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari hal tersebut timbulah ketertarikan untuk mencoba produk hingga muncul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya.

Nasabah yang memiliki minat pada perbankan syariah maka memiliki ketertarikan, keinginan dan keyakinan yang memberikan pengaruh dalam cara nasabah berperilaku. Kesadaran nasabah akan kebutuhannya, menimbulkan keinginan untuk memakai atau menggunakannya. Nasabah cenderung memerhatikan atas dorongan kenginan, dan memiliki tujuan yang dikehendaki dapat di capai. Nasabah akan dengan senang hati untuk mendapatkan produk tersebut dalam perbankan.

Adapun beberapa tahapan minat yaitu dalam Atik Masruroh, sebagai berikut:

---

<sup>22</sup> Mislah Hayati Nasution, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking*, Jurnal Nisbah Vol. 1, 2015, hal. 64.

1. Informasi yang jelas sebelum memilih
2. Pertimbangan yang matang sebelum memilih
3. Keputusan memilih

Esthi dwiyanti menyebutkan dalam terdapat beberapa indikator tentang minat, yaitu sebagai berikut: 1) Minat transaksional, yakni kecenderungan untuk membeli atau menggunakan suatu produk 2) Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain, 3) Minat eksploratif, ialah minat yang menggambarkan perilaku seseorang mencari informasi mengenai suatu produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

#### **I. Hubungan *Automated Teller Machine* terhadap Minat Generasi Milenial menjadi nasabah Perbankan Syariah**

Melalui teori hubungan ini, peneliti mencoba menjelaskan hubungan antara fasilitas layanan ATM terhadap minat generasi milenial menjadi nasabah perbankan syariah. Minat menurut Tampubolon adalah suatu perpaduan keinginan dan kemampuan yang dapat berkembang jika ada motivasi. Saat nasabah memiliki sebuah minat, akan muncul dalam diri mereka sebuah dorongan untuk mencari informasi mengenai hal baru / inovasi tersebut.

Wahyudi dan Amin juga mengungkapkan bahwa perkembangan teknologi dapat memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi online serta dapat menciptakan jenis-jenis dan peluang bisnis yang baru. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rismawati dan Santi Arafah menyebutkan

bahwa fasilitas ATM memiliki pengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah, hal ini dipengaruhi oleh aspek kemudahan dan kepercayaan nasabah saat bertransaksi menggunakan fasilitas layanan ATM. Hal ini di dukung oleh teori Rika Dewi Mastura bahwa konsumen cenderung menggunakan produk yang sederhana, praktis dan mudah digunakan. Sehingga dengan adanya ATM dalam fasilitas jasa keuangan, maka akan menarik minat nasabah untuk menggunakan fasilitas tersebut (Meiana Trianawati).

#### **J. Hubungan *Mobile Banking* terhadap Minat Generasi Milenial menjadi nasabah Perbankan Syariah**

Adapun teori hubungan antara *mobile banking* dengan minat generasi milenial menjadi nasabah bank syariah seperti yang diungkapkan oleh Wiji Nurastuti bahwa *mobile banking* merupakan salah satu hasil layanan bank yang banyak diminati oleh para nasabah karena layanan ini membuat nasabah suatu bank mampu melakukan transaksi perbankan serta melihat informasi tentang rekeningnya dengan menggunakan *handphone* jenis apapun. Indikator untuk mengetahui minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* yaitu keinginan seseorang menggunakan teknologi tersebut dan akan terus menggunakannya untuk masa depan.<sup>23</sup>

*Mobile banking* di ciptakan untuk mempermudah transaksi keuangan mereka dan mengetahui informasi perbankan tanpa harus mengunjungi kantor bank. Artinya dengan disediakan layanan *mobile banking* dapat menarik minat

---

<sup>23</sup> Dwi Mastia Harlan, *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi menggunakan E-Banking*, (Skripsi diterbitkan: 2014), hal. 42.

seseorang untuk menjadi nasabah pada perbankan syariah. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Rian, Iskanda dan Masrura, minat bertransaksi menggunakan *mobile banking* dipengaruhi oleh persepsi kegunaan penggunaan *mobile banking*. Hal ini berarti, fasilitas layanan *mobile banking* diminati karena memiliki kegunaan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.

#### **K. Hubungan *Internet Banking* terhadap Minat Generasi Milenial menjadi nasabah Perbankan Syariah**

Saat ini harapan-harapan nasabah dalam pelayanan jasa bank adalah kecepatan dan keakuratannya, sehingga bank berlomba-lomba untuk selalu berinovasi dalam memberikan produk layanan jasanya.<sup>24</sup> Menurut Maya Silvia keberadaan *internet banking*, dapat menjadikan nasabah akan semakin merasa terbantu dalam kegiatan perbankan maupun transaksi karena layanan ini dapat diakses secara langsung oleh nasabah sesuai dengan keinginannya tanpa harus datang ke bank yang dituju.

Generasi Milenial memiliki identitas dalam tahun kelahiran yang dikenal sebagai masa perkembangan teknologi. Sehingga perilaku dan sikap mereka banyak dipengaruhi oleh gadget dan internet.<sup>25</sup> Semakin baik fasilitas layanan *internet banking* maka dapat mempengaruhi minat generasi milenial.

---

<sup>24</sup> Ismail, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Kencana Prenamedia Group, 2010), hal. 6.

<sup>25</sup> Badan Pusat Statistik, *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia*, (Kementerian Pemberdayaan dan Perlindungan Anak, 2018), hal. 25.

## **L. Hubungan Mesin *Electronic Data Capture* terhadap Minat Generasi Milenial menjadi nasabah Perbankan Syariah**

Adapun keterkaitan antara fasilitas layanan mesin *Electronic Data Capture* dengan minat Generasi Milenial menjadi nasabah Perbankan syariah yakni sejauh mana sistem teknologi informasi dan kemudahan yang akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang di dalam mempelajari sistem EDC, pengguna sistem EDC mempercayai bahwa sistem EDC yang fleksibel, mudah dipahami dan mudah pengoperasiannya (*compatible*) akan memberi dorongan untuk menggunakan sistem tersebut.<sup>26</sup>

Menurut Arius Juliansya minat merupakan hal penting dalam keterkaitan menarik perhatian antara keinginan dan kemauan, sehingga terbentuk suatu keinginan yang besar. Generasi milenial adalah generasi yang dekat dengan teknologi yang bersifat fleksibel. Generasi ini mempunyai karakteristik kehidupan yang sangat terpengaruh dengan perkembangan teknologi. Semakin baik mesin EDC yang dirasakan oleh nasabah milenial maka semakin tinggi juga minat mereka untuk menggunakannya. Hal ini di dukung oleh penelitian dari Rizki Rian Fauzi bahwa tingkat besarnya kualitas pelayanan EDC terhadap kepuasan pelanggan dan implikasinya terhadap kepercayaan pelanggan memiliki pengaruh yang positif.

---

<sup>26</sup> I Gusti Ngurah Mayun Prabawalingga dan I Ketut Yadnyana, *Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan dengan Minat Penggunaan sebagai Variabel Intervening terhadap Perilaku Penggunaan Sistem*, E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 5.10 (2016), hal. 3384.

#### **M. Hubungan Religiusitas terhadap Minat Generasi Milenial menjadi nasabah Perbankan Syariah**

Untuk menggambarkan hubungan antara religiusitas terhadap minat generasi milenial menjadi nasabah perbankan syariah sesuai pernyataan dalam Atina Rahmi Arba'ati bahwa kualitas spiritual yang meliputi keyakinan agama menentukan dasar perilaku ekonomi. Menurut Sukanto dalam Adindara Padmaninggar, minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih, setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan.

Diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Khan dalam Adindara Padmaninggar mengenai *The Influence of Religious Belief on Depositor Behavior in an Emerging Market*, bahwa keyakinan agama dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap pilihan individu dalam memilih jasa perbankan. Artinya religiusitas memiliki pengaruh dalam timbulnya minat seseorang pada aktivitas ekonominya.

#### **N. Perbedaan Hubungan dan Pengaruh**

Hubungan dalam bahasa statistic adalah korelasi dan dalam bahasa inggrisnya adalah *correlation*. Korelasi adalah hubungan keeratan antara dua variabel atau lebih dan hubungan tersebut dijelaskan oleh sebuah teori oleh salah seorang pakar atau peneliti yang telah meneliti hubungan dua variabel tersebut. Korelasi merupakan hubungan reciprokak antara dua (2) variable yang

berkedudukan sama.<sup>27</sup> Resiprokal yaitu hubungan antar variabel yang terjadi bersifat saling memengaruhi (kausalitas bolak –balik).<sup>28</sup>

Untuk mengukur hubungan antara dua variabel dengan menggunakan rumus korelasi product moment yang ditemukan oleh Carl Pearson. Besaran korelasi pearson nilainya antara -1 sampai dengan 1. Hubungan menurut arah ada 2 (dua) yaitu, hubungan positif dan hubungan negatif. Analisis korelasi hanya mengukur hubungan dua arah. Berbeda dengan mengukur sebuah pengaruh yang bersifat aditif dan bersifat searah. Untuk mengukur sebuah pengaruh dengan menggunakan regresi. Analisis dengan menggunakan regresi lebih detail dan tajam dibandingkan analisis korelasi<sup>29</sup>.

## **O. Automated Teller Machine, Mobile Banking, Internet Banking, Mesin Electronic Data Capture, Religiusitas dan Minat dalam Prespektif Islam.**

### **1. Automated Teller Machine**

Fasilitas layanan Anjungan tunai mandiri atau *automated teller machine* dikenal sebagai terminal uang berbentuk mesin yang memberikan kemudahan, keamanan serta kenyamanan bagi nasabah. Jenis alat yang digunakan untuk transaksi pembayarannya sendiri pun sudah fleksibel yakni dengan menggunakan kartu (APMK), meliputi kartu debit, kartu kredit dan kartu atm sendiri.

---

<sup>27</sup> Ali Mauludi, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah (studi di Bank Mandiri Cabang Tulungagung)*, (Surabaya: Disertasi diterbitkan, 2018), hal. 34.

<sup>28</sup> Solimun, Adji Achmad R. F dan Nurjannah, *Metode Statistika Multivariat Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) Pendekatan WarpPLS*, (Malang: UB Press, 2017), hal. 9.

<sup>29</sup> Ali Mauludi, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah (studi di Bank Mandiri Cabang Tulungagung)*, (Surabaya: Disertasi diterbitkan, 2018), hal. 35.

Dengan hanya menggunakan alat pembayaran berupa kartu, nasabah dapat dengan mudah untuk menjaga hartanya. Beberapa manfaatnya selain itu, menawarkan pengalaman bebas transaksi tarik tunai dengan keamanan yang baik. Seperti yang dijelaskan dalam Q.S an-Nisa' ayat 6 mengenai pentingnya menjaga harta dibawah ini:

وَابْتَأُوا الْيَتَامَىٰ حَتَّىٰ إِذَا بَلَغُوا النِّكَاحَ فَإِنْ آنَسْتُمْ مِّنْهُمْ رُّشْدًا فَادْفَعُوا إِلَيْهِمْ أَمْوَالَهُمْ ۖ وَلَا تَأْكُلُوهَا إِسْرَافًا وَبِدَارًا أَن يَكْبَرُوا ۗ وَمَنْ كَانَ غَنِيًّا فَلْيَسْتَعْفِفْ ۖ وَمَنْ كَانَ فَقِيرًا فَلْيَأْكُلْ بِالْمَعْرُوفِ ۗ فَإِذَا دَفَعْتُمْ إِلَيْهِمْ أَمْوَالَهُمْ فَأَشْهِدُوا عَلَيْهِمْ ۗ وَكَفَىٰ بِاللَّهِ حَسِيبًا (٦)

Artinya: “Dan ujilah anak-anak yatim itu sampai mereka cukup umur untuk menikah. Kemudian jika menurut pendapatmu mereka telah cerdas (pandai memelihara harta), maka serahkanlah kepada mereka hartanya. Dan janganlah kamu memakannya (harta anak yatim) melebihi batas kepatutan dan (janganlah kamu) tergesa-gesa (menyerahkannya) sebelum mereka dewasa. Barang siapa (di antara pemelihara itu) mampu, maka hendaklah dia menahan diri (dari memakan harta anak yatim itu) dan barang siapa miskin, maka bolehlah dia makan harta itu menurut cara yang patut. Kemudian, apabila kamu menyerahkan harta itu kepada mereka, maka hendaklah kamu adakan saksi-saksi. Dan cukuplah Allah sebagai pengawas” (Q.S An-Nisa ayat 6)

Allah SWT sebagai pemilik mutlak harta kekayaan yang ada di dunia ini, telah menetapkan dalam Al-Qur'an untuk menjaga dan memelihara harta sesuai syariah yang kemudian memberikan manfaat serta dapat mewujudkan kemaslahatan umat. Dengan teknologi pada zaman modern ini adanya teknologi ATM nasabah dapat menjaga uangnya dengan baik pada mesin ATM.

## 2. Mobile Banking

Fasilitas layanan *mobile banking* ialah teknologi yang berbasis seluler, *mobile*, telah memberikan kemudahan untuk nasabahnya dalam setiap transaksi dengan perbankan syariah. Teknologi perbankan syariah yang dikenal dengan kemudahan penggunaannya memberikan banyak manfaat, antara lain membuat sesuatu menjadi lebih mudah, dan juga memberikan nilai produktifitas. Manfaat yang diyakini individu dapat diperoleh apabila menggunakan teknologi informasi.<sup>30</sup> Sesuai firman Allah SWT dalam Q.S Al-Insyirah ayat 5-6 yang berbunyi sebagai berikut:

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

Artinya:“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan” (Q.S. Al-Insyirah ayat 5-6)

Ayat diatas merupakan firman Allah SWT yang menjelaskan bahwa dalam setiap kesulitan dan kesempatan yang ada di dunia ini pasti terdapat kemudahan. Pada setiap kekurangan yang ada pasti ada cara maupun sarana yang dapat menghantarkan kepada jalan keluar. Manusia sebagai khalifah di bumi harus memiliki sifat dan jiwa yang bersemangat untuk memperoleh jalan keluar dari proses pemecahan masalah. Perkembangan zaman melahirkan budaya baru, yang mengharuskan beberapa aspek untuk bergerak cepat, menghendaki kemudahan dan berbaur dengan teknologi.

---

<sup>30</sup> Davis, *Preceived Usefulness, Preceived Ease Of Use, and User Acceptance of Information Tecnology*, Jurnal Management Information System (online), vol. 13, no. 3, hal. 320.

### 3. Internet Banking

Sesuai namanya, fasilitas layanan *internet banking* dilakukan melalui sistem jaringan internet. Tidak adanya kontak fisik dalam interaksi yang dilakukan antara pihak perbankan maupun nasabahnya, merupakan kelebihan internet banking berupa fitur yang digunakan tidak terbatas ruang dan waktu. Adapun pelaksanaan mengenai transaksi yang dilakukan secara tidak tunai telah dijelaskan dalam Q.S al-Baqarah ayat 282 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَّيْتُمْ بَدَلِي إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَآكْتُبُوهُ ...

Artinya: “Hai orang-orang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, maka tuliskanlah”. (Q.S Al-Baqarah ayat 282)

Al-Qur’an telah memuat seluk beluk mengenai muamalah, termasuk lingkup perekonomian serta sarana dan prasarananya. Perbankan modern termasuk perbankan syariah memiliki fungsi utama sebagai lembaga intermediasi berlandaskan Al-Qur’an dan Al-Hadist. Dengan kemajuan teknologi saat ini, seperti internet banking yang terhubung dengan jaringan internet.

### 4. Mesin Electronic Data Capture

Fasilitas layanan mesin EDC hampir sama dengan fasilitas layanan mesin Anjungan Tunai Mandiri, yang juga lebih praktis aman dan efisien. Dibawah ini dijelaskan dalam kaidah fiqh bahwa hukum asal muamalah adalah halal kecuali ada dalil yang melarangnya.

أَلَّا صُلِّ فِي الشَّرْطِ فِي الْمَعَامَلَاتِ الْحِلِّ وَالْإِبَاحَةِ إِلَّا بِحُجَّةٍ الْإِبْدِلِ

Artinya : “Hukum asal menetapkan syarat dalam muamalah adalah halal dan diperbolehkan kecuali ada dalil yang melarangnya”.

Selain itu didukung juga oleh fatwa Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia No: 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang elektronik Syariah. Sebagaimana namanya yakni dengan tetap menggunakan dan sesuai prinsip-prinsip syariah.

## 5. Religiusitas

Religiusitas merupakan tingkat keimanan seseorang dalam memeluk agamanya. Religiusitas dapat dilihat dari setiap perilaku dalam kehidupan manusia, termasuk dari sisi muamalah. Di dalam Al-Qur’an juga dijelaskan bahwa umat islam haruslah beragama secara menyeluruh.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا  
خُطُوتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ (٢,٨)

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam islam secara keseluruhannya, dan janganlah kamu turut langkah-langkah setan. Sesungguhnya setan itu musuh yang nyata bagimu”. (Q.S Al-Baqarah ayat 208)

Religiusitas di dapat dari beragam unsur komprehensif manusia dalam menjalani kehidupan. Bukan hanya sekedar pengakuan atau dikau bahwa seseorang memiliki agama, memiliki ritual agama maupun lebih luas lagi pada sikap dan perilaku saat melakukan sosial keagamaan. Namun lebih kepada aktualisasi pada keyakinan iman kepada Tuhan (*habbluminallah*), serta sesama (*habbluminannas*). Dengan tetap

menjaga apa yang ada pada seseorang individu, yakni takwa dan akhlaknya.

## 6. Minat menjadi Nasabah Perbankan Syariah

Minat adalah ketertarikan individu terhadap sesuatu. Salah satu yang melekat pada perbankan syariah adalah dilarangnya transaksi yang mengandung *riba* (bunga) sesuai perintah Allah SWT yang dinyatakan di dalam Al-Qur'an pada surat Al-Baqarah ayat 276 sebagai berikut:

يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُرْبِي الصَّدَقَاتِ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ  
كَفَّارٍ آثِيمٍ (٢٧٦)

Artinya: “Allah memusnahkan riba dan menyuburkan sedekah. Allah tidak menyukai setiap orang yang tetap dalam kekafiran dan bergelimang dosa”. (Q.S Al-Baqarah ayat 276)

Dengan melihat perkembangan zaman, mengharuskan perbankan syariah juga ikut beradaptasi dengan gaya-gaya industri sekarang ini. Dengan tumbuhnya minat masyarakat luas terhadap bank syariah, akan memengaruhi perkembangannya sebagai lembaga keuangan yang memakai prinsip syariah semakin pesat, sehingga memberikan dampak yang lebih komprehensif bagi masyarakat yakni yang adil serta tanpa riba, menghantarkan umat kepada kemaslahatan.

## **P. Penelitian Terdahulu**

Thesis oleh Niken Febria Larasati<sup>31</sup> yang berjudul Analisis Perilaku Generasi Milenial Terhadap Niat Menjadi Nasabah Bank Syariah. Hasilnya menunjukkan bahwa perilaku Generasi Milenial secara signifikan berpengaruh terhadap niat menjadi nasabah bank syariah. Untuk perilaku yang mempunyai nilai pengaruh yang paling besar terhadap niat menjadi nasabah bank syariah yaitu kewajiban memiliki media sosial dan pemanfaatan teknologi dan informasi.

Perbedaannya terletak pada topik analisis yang dilakukan terhadap generasi milenial. Dalam skripsi Niken Febria Larasati menganalisis mengenai perilaku yang berpengaruh pada niat generasi milenial menjadi nasabah bank syariah. Dimana terdapat 7 (tujuh) variabel independen yang diteliti pengaruhnya terhadap variabel dependen yakni niat menjadi nasabah bank syariah. Kesamaan dalam penelitian ini terletak pada objeknya yakni generasi milenial dan juga pada tema yakni menjadi nasabah perbankan syariah.

Skripsi oleh Rahayu Istiqomah<sup>32</sup> yang berjudul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Perbankan Syariah STAIN Salatiga Untuk Menjadi Nasabah Perbankan Syariah. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan merupakan variabel utama yang memberikan kontribusi paling besar pengaruhnya terhadap keputusan

---

<sup>31</sup> Niken Febria Larasati, *Analisis Perilaku Generasi Milenial Terhadap Niat Menjadi Nasabah Bank Syariah*, (Jakarta: Tesis diterbitkan, 2019).

<sup>32</sup> Rahayu Istiqomah, *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Perbankan Syariah STAIN Salatiga Untuk menjadi Nasabah Perbankan Syariah*, (Salatiga: Skripsi diterbitkan, 2015).

mahasiswa perbankan syariah STAIN Salatiga untuk menjadi nasabah perbankan syariah.

Perbedaannya yaitu, pada penelitian Rahayu Istiqomah variabel independen yang diteliti adalah nilai syariah, produk, promosi dan pelayanan sedangkan variabel dependennya ialah keputusan menjadi nasabah. Kemudian letak kesamaan dalam skripsi ini pada subjek yang dipih yakni mahasiswa perbankan syariah, serta memiliki tema yang sama yakni faktor-faktor yang berpengaruh untuk menjadi nasabah perbankan syariah.

Skripsi oleh Pamade Hatta<sup>33</sup> Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money Berbasis Mobile (Go-pay) Oleh Generasi Milenial Dan Generasi Z. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *Go-pay* oleh generasi milenial dan Generasi Z.

Perbedaannya yakni, di dalam penelitian oleh Pamade Hatta menggunakan variabel independen diantaranya pengaruh pengetahuan produk, kemudahan penggunaan produk, promosi produk, serta kemanfaatan dan kelemahan produk, yang berbeda dengan variabel yang dianalisis peneliti. Untuk kesamaannya terletak pada subjek yang dipilih yakni salah satunya generasi milenial atau generasi Z. Selain itu juga memiliki tema yang sama yakni mengenai minat.

---

<sup>33</sup> Pamade Hatta, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money Berbasis Mobile (Go-pay) Oleh Generasi Milenial Dan Generasi Z*, (Yogyakarta: Skripsi diterbitkan, 2019).

Skripsi oleh Nur Fadhilah Safrillah<sup>34</sup> yang berjudul Analisis Tentang Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Menjadi Nasabah Pada PT. BNI Syari'ah (Persero) TBK. Cabang Makassar. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa faktor bagi hasil, penegakan terhadap prinsip syariah dan kualitas pelayanan menjadi faktor yang paling dominan mengapa seseorang atau masyarakat menjadi nasabah pada PT. BNI Syariah Cabang Makassar.

Pembedaannya yakni, di dalam penelitian milik Nur Fadhilah Safrillah menggunakan variabel independen dan juga dependen yang berbeda. Kesamaannya yakni pada objek yang diteliti dan juga tema yang diambil, yakni faktor yang mempengaruhi untuk menjadi nasabah perbankan syariah.

Skripsi oleh Marwa Farida Annur<sup>35</sup> yang berjudul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan *Mobile Banking* Pada Generasi *Milenialls* (Studi Kasus Pengguna Bank Syariah Di Yogyakarta). Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap minat untuk menggunakan mobile banking.

Perbedaannya yakni, terletak pada keseluruhan variabel independen dan dependen. Letak kesamaannya yakni pada salah satu variabel yang diteliti yakni mobile banking, serta subjek yang diteliti yakni Generasi Milenial, dan objek yang diteliti pada perbankan syariah.

---

<sup>34</sup> Nur Fadhilah Safrillah, *Analisis Tentang Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Menjadi Nasabah Pada PT.BNI Syari'ah (Persero) TBK. Cabang Makasar*, (Makasar: Skripsi diterbitkan, 2010).

<sup>35</sup> Marwa Farida Annur, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mmpengaruhi Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Generasi Millenials (Studi Pengguna Bank Syariah Di Yogyakarta)*, (Yogyakarta: Skripsi diterbitkan, 2019).

Skripsi oleh Rizky Eko Widodo<sup>36</sup> yang berjudul Pengaruh Gaya Hidup Halal, Harga, Dan Teknologi Informasi terhadap Keputusan Generasi Milenial Di Yogyakarta Menggunakan Jasa BNI Syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel gaya hidup halal dan variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan generasi milenial di Yogyakarta menggunakan BNI Syariah.

Perbedaannya yakni, pada penelitian milik Rizky Eko Widodo menggunakan variabel independen yang secara keseluruhan berbeda dengan peneliti. Persamaannya, terletak pada subjek yakni generasi milenial dan subjek yang dipilih yakni perbankan syariah.

Skripsi oleh Arifah Ayu Nur Aidar<sup>37</sup> yang berjudul Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan *Mobile Banking* (Studi Pada Dosen IAIN Surakarta Pengguna Layanan *Mobile Banking*). Hasil penelitian menunjukkan pengaruh positif dan signifikan antara kemudahan penggunaan dengan sikap penggunaan layanan mobile banking.

Perbedaannya yakni, dalam penelitian Arifah Ayu Nur Aidar menggunakan variabel independen berupa persepsi manfaat, kemudahan, penggunaan, kepercayaan serta untuk variabel dependennya yakni sikap

---

<sup>36</sup> Rizky Eko Widodo, *Pengaruh Gaya Hidup Halal, Harga Dan Teknologi Informasi Terhadap Keputusan Generasi Milenial Di Yogyakarta Menggunakan Jasa BNI Syariah*, (Yogyakarta: Skripsi diterbitkan, 2019).

<sup>37</sup> Arifah Ayu Nur Aidar, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan Mobile Banking (Studi Pada Dosen IAIN Surakarta Pengguna Layanan Mobile Banking)*, (Surakarta: Skripsi diterbitkan, 2018).

penggunaan. Adapun persamaannya terletak pada objek yang diteliti yakni layanan mobile banking.

Skripsi oleh Atina Rahmi Arba'ati<sup>38</sup> yang berjudul Pengaruh Religiusitas, Motivasi Dan Persepsi Nilai Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Produk Bank Syariah. Hasil dari penelitian ini menunjukkan variabel religiusitas, motivasi dan persepsi nilai secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan secara parsial variabel motivasi dan persepsi nilai memiliki pengaruh positif signifikan, untuk variabel religiusitas memiliki pengaruh negatif signifikan. Hal ini dikarenakan kurangnya peranan pemerintah, ulama,serta praktisi muslim dalam mendukung perkembangan perbankan syariah.

Perbedaannya yakni, penelitian yang dilakukan oleh Atina Rahmi Arba'ati memiliki variabel yang berbeda dari variabel yang diteliti peneliti yakni motivasi, persepsi nilai dan loyalitas. Untuk persamaannya terletak pada salah satu variabel independen yakni religiusitas.

Skripsi oleh Arius Juliansya<sup>39</sup> yang berjudul Pengaruh Teknologi Informasi Kemudahan, Risiko, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan nasabah terhadap internet banking, secara signifikan dominan dipengaruhi oleh kemudahan fitur layanan, secara tidak langsung teknologi

---

<sup>38</sup> Atina Rahmi Arba'ati, *Pengaruh Religiusitas, Motivasi Dan Persepsi Nilai Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Produk Bank Syariah*, (Salatiga: Skripsi diterbitkan: 2016).

<sup>39</sup> Arius Juliansya, *Pengaruh Teknologi Informasi Kemudahan, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking*, (Jakarta: Skripsi diterbitkan, 2018).

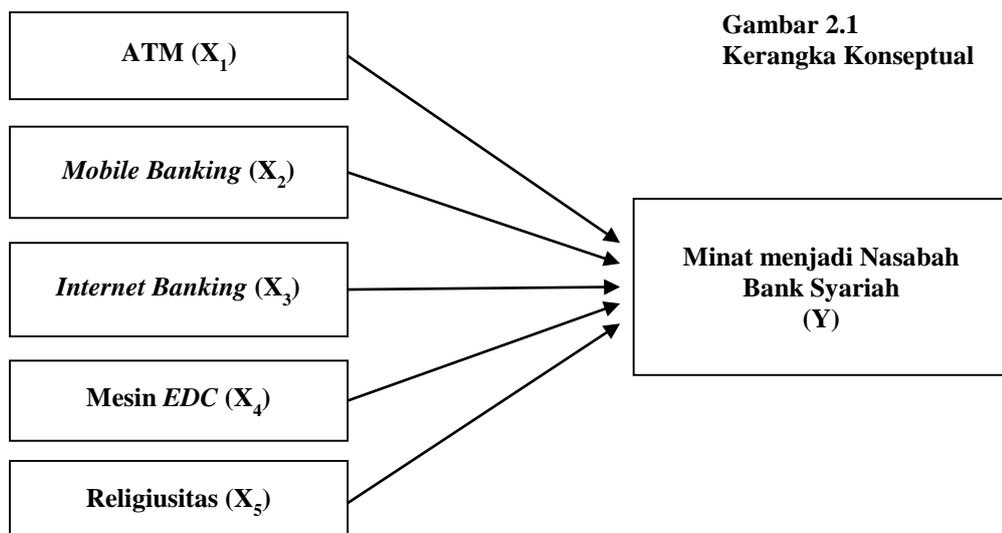
informasi dan risiko juga memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan internet banking.

Perbedaannya yakni, pada penelitian yang dilakukan oleh Arius Juliansya menggunakan variabel independen yang secara keseluruhan berbeda dengan variabel independen yang peneliti teliti. Untuk persamaannya terletak pada variabel dependen yang diteliti, yakni Internet banking.

### Q. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual atau bisa disebut juga kerangka penelitian telah dijabarkan oleh Hamid sebagai sintesa dari serangkaian teori yang tertuang dalam tinjauan pustaka, yang pada dasarnya merupakan gambaran sistematis dari kinerja teori dalam memberikan solusi atau alternatif solusi dari serangkaian masalah yang ditetapkan.

Adapun dari penjabaran teori mengenai masing-masing variabel dapat dirumuskan suatu kerangka penelitian yang dapat dijabarkan dalam bentuk gambar sebagai berikut:



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Konseptual**

Keterangan:

Model diatas dapat diartikan sebagai berikut: 1) ATM, *Mobile Banking*, *Internet Banking*, Mesin EDC, dan Religiusitas merupakan variabel bebas yang memiliki sifat resiprokal serta tidak bisa dianalisis dikarenakan posisi ke empat variabel tersebut adalah sejajar. 2) fasilitas layanan ATM berpengaruh langsung terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. 3) fasilitas layanan *Mobile Banking* berpengaruh langsung terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. 4) fasilitas layanan *Internet Banking* berpengaruh langsung terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. 5) fasilitas layanan Mesin EDC berpengaruh langsung terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. 6) Religiusitas berpengaruh langsung terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. 7) faktor berpengaruh yang paling dominan diantara fasilitas layanan ATM, *Mobile Banking*, *Internet Banking*, Mesin EDC dan Religiusitas terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

$X_1$  terhadap Y: didasarkan pada teori hubungan Enny Savitri<sup>40</sup>, dan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rismawati dan Santi Arafah pada PT. Bank SUMUT Syariah KCP Kota Baru Marelan.<sup>41</sup>

---

<sup>40</sup> Enny Savitri, *Kriteria Pemilihan Penggunaa Jasa Bank Preferensi Nasabah Aktif Bank Syariah dan Bank Konvensional (Dual Banking)*, Universitas Pamulang Banten, Vol. 17, No. 2, hal. 115.

<sup>41</sup> Rismawati dan Santi Arafah, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Penggunaan Layanan ATM Di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Kota Baru Marelan*, Jurnal FEB, Vol. 1, No. 1, hal. 725.

X<sub>2</sub> terhadap Y: didasarkan pada teori hubungan Wiji Nurastuti<sup>42</sup>, dan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Imam Sugih Rahayu<sup>43</sup> pada Studi kasus PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta.

X<sub>3</sub> terhadap Y: didasarkan pada teori hubungan Maya Angela Silvia<sup>44</sup>, dan penelitian terdahulu oleh Arius Juliansya<sup>45</sup> yang dilakukan pada nasabah BNI Syariah Palembang.

X<sub>4</sub> terhadap Y: didasarkan pada teori hubungan I Gusti Ngurah Mayun Prabawalingga dan I Ketut Yadnyana<sup>46</sup>, dan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rizky Rian Fauzi<sup>47</sup> pada PT Mitra Usaha Jaya Utama.

X<sub>5</sub> terhadap Y: didasarkan pada teori hubungan Khan<sup>48</sup> dan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Atina Rahmi Arba'ati<sup>49</sup> dalam menggunakan bank syariah.

---

<sup>42</sup> Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hal. 130.

<sup>43</sup> Imam Sugih Rahayu, *Minat Nasabah menggunakan M-Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (ATM) (Studi Kasus PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta)*, Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, Vol. 5, No. 2, hal. 137.

<sup>44</sup> Maya Angela Silvia, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada PT. BRI Cabang Ahmad Yani Makassar*, (Makassar: Skripsi diterbitkan, 2014).

<sup>45</sup> Arius Juliansya, *Pengaruh Teknologi Informasi Kenudahan, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking*, (Jakarta: Skripsi diterbitkan, 2018).

<sup>46</sup> I Gusti Ngurah Mayun Prabawalingga dan I Ketut Yadnyana, *Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemudahan dengan Minat Penggunaan sebagai Variabel Intervening terhadap Perilaku Penggunaan Sistem*, E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 5.10 (2016).

<sup>47</sup> Rizky Rian Fauzi, *Pengaruh Kualitas Layanan Pada Unit EDC Terhadap Kepuasan dan Implikasinya Terhadap Kepercayaan Pelanggan*, (t.t, t.tp, t.th), hal. 1.

<sup>48</sup> Adindara Padmaninggar, *Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan Dan Jumlah Uang Saku Terhadap Minat Menabung di Bank Umum Syariah*, (Malang: Skripsi diterbitkan, 2016)

<sup>49</sup> Atina Rahmi Arba'ati, *Pengaruh Religiusitas, Motivasi Dan Persepsi Nilai Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Produk Bank Syariah*, (Salatiga: Skripsi diterbitkan: 2016).

## R. Mapping Variabel, Teori dan Indikator

Peneliti menetapkan secara teoritis mengenai variabel penelitian dan indikator yang akan diteliti dan yang telah dikemukakan oleh para pakar sebagai berikut:

1. *Automated Teller Machine* menggunakan teori Delima Sari Lubis, yang meliputi kemudahan (*easy of use*), resiko (*risk*), dan Kepercayaan (*trust*).

Dari teori yang dijabarkan diatas dapat di mapping sebagai berikut:

### *Automated Teller Machine (X<sub>1</sub>)*

<b>Variabel</b>	<b>Teori Delima Sari Lubis</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>	<b>No. Item</b>
<i>Automated teller machine</i>	Kemudahan ( <i>easy of use</i> )	a. Kemudahan karena beragamnya transaksi saat menggunakan fasilitas ATM. b. Kemudahan melakukan transaksi dengan ATM karena, mudah dijangkau dan ditemukan.	Likert	1,2
	Resiko ( <i>risk</i> )	a. Adanya sistem perlindungan saat transaksi menggunakan ATM. b. Adanya keamanan privasi data, seperti PIN pada ATM	Likert	3,4
	Kepercayaan ( <i>trust</i> )	a. ATM memberikan bukti transaksi yang sesuai b. ATM memberikan layanan yang berkualitas	Likert	5,6

2. *Mobile Banking* menggunakan teori Imam Sugih Rahayu, yang meliputi Persepsi manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kredibilitas sebagai berikut:

*Mobile Banking (X<sub>2</sub>)*

<b>Variabel</b>	<b>Teori Imam Sugih Rahayu</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>	<b>No. Item</b>
<i>Mobile Banking</i>	Manfaat	a. Memberikan banyak informasi yang sesuai dan akurat seputar transaksi perbankan nasabah b. Menawarkan banyak layanan dengan lebih efektif dan efisien	Likert	7,8
	Kemudahan Penggunaan	a. Layanan dapat digunakan diberbagai tempat dan waktu b. Mudah dioperasikan oleh pemula	Likert	9,10
	Kredibilitas	a. adanya sistem yang melindungi data pribadi nasabah b. <i>Mobile Banking</i> aman untuk digunakan	Likert	11,12

3. *Internet Banking* menggunakan teori Maya Silvia Angela, yang meliputi Kemudahan Penggunaan, Daya Guna, Kenyamanan, dan Kepercayaan sebagai berikut:

*Internet Banking (X<sub>3</sub>)*

<b>Variabel</b>	<b>Teori Maya Silvia Angela</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>	<b>No. Item</b>
<i>Internet Banking</i>	Kemudahan penggunaan	a. Mudah dipelajari dan mudah	Likert	13,14

		dioperasikan oleh nasabah pemula b. Lebih praktis saat digunakan untuk transaksi		
	Daya guna	a. Memberikan efektifitas tenaga dan efisiensi biaya b. Dapat di gunakan real time 24 jam dimana dan kapan saja	Likert	15,16
	Kenyamanan	a. Lebih nyaman saat transaksi secara mandiri b. Tidak perlu antri	Likert	17,18
	Kepercayaan	a. Transaksi dipercayai tingkat kualitasnya yang fleksibel b. Transaksi dilengkapi sistem yang aman	Likert	19,20

4. Mesin *Electronic Data Capture* menggunakan teori Delima Sari Lubis, yang meliputi kemudahan (*easy of use*), resiko (*risk*), dan Kepercayaan (*trust*). Dari teori yang dijabarkan diatas dapat di mapping sebagai berikut:

Mesin Electronic Data Capture (X<sub>4</sub>)

Variabel	Teori Delima Sari Lubis	Indikator	Skala	No. Item
Mesin EDC	Kemudahan ( <i>easy of use</i> )	a. Kemudahan melakukan transaksi dengan mesin edc karena mudah ditemui b. Kemudahan karena beragamnya transaksi saat menggunakan mesin edc	Likert	21,22

	Resiko ( <i>risk</i> )	a. Adanya sistem perlindungan saat transaksi b. Adanya keamanan privasi data	Likert	23,24
	Kepercayaan ( <i>trust</i> )	a. Mesin edc memiliki bukti transaksi yang sesuai b. Mesin edc memberikan layanan yang berkualitas	Likert	25,26

5. Religiusitas menggunakan teori Glock dan Stark, yang meliputi Keyakinan dan Ideologis, Praktik Agama dan Ritualistik, Pengalaman dan Eksperimental, Pengetahuan Agama dan Intelektual, serta Konsekuensi sebagai berikut:

Religiusitas (X<sub>5</sub>)

Variabel	Teori Glock dan Stark	Indikator	Skala	No. Item
Religiusitas	Keyakinan dan Ideologis	a. Yakin atas agama islam dan kepada Allah Swt b. Yakin atas kebenaran dan kebaikan hukum al-Qur'an dan al-Hadist	Likert	27,28
	Praktik Agama dan Ritualistik	a. Menggunakan produk bank syariah sesuai yang dianjurkan agama b. Menggunakan produk bank syariah sebagai wujud ibadah	Likert	29,30
	Pengalaman dan Eksperimental	a. Menggunakan produk bank syariah dengan	Likert	32,33

		perasaan senang, dan nyaman b. Memilih bank syariah untuk kebaikan bersama		
	Pengetahuan Agama dan Intelektual	a. Menggunakan produk bank syariah karena mengetahui hukumnya yang halal b. Memilih bank syariah karena sesuai dengan hukum islam	Likert	33,34
	Konsekuensi	a. Menggunakan produk bank syariah dan mengetahui manfaat yang akan diperoleh b. Memilih bank syariah karena mengetahui transaksinya yang adil dan berkah	Likert	35,36

6. Minat menjadi nasabah menggunakan teori Esthi dwiyanti , yang meliputi Minat Transaksional, Minat Referensial dan Eksploratif sebagai berikut:

Minat ( $X_6$ )

Variabel	Teori Esthi Dwiyanti	Indikator	Skala	No. Item
Minat menjadi nasabah	Minat Transaksional	a. Menggunakan produk bank syariah sesuai kebutuhan transaksi saya b. Menjadi nasabah bank syariah dan menggunakan beberapa produknya	Likert	37,38
	Minat Referensial	a. Mencari referensi kepada orang lain	Likert	39,40

		mengenai produk bank syariah yang cocok untuk saya b. Ikut mereferensikan produk bank syariah kepada orang lain		
	Minat Eksploratif	a. Mencari informasi mengenai produk bank syariah yang belum diketahui kepada orang lain b. Mencari review mengenai produk-produk perbankan syariah yang sedang dibutuhkan dari orang lain	Likert	41,42

## S. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan sementara pada rumusan masalah dalam penelitian. Rumusan masalah adalah sebuah kalimat yang berbentuk pertanyaan, yang nantinya akan di teliti. Dikatakan sebagai dugaan sementara, sebab hasil yang diperkirakan akibat dari teori-teori yang ada, bukan dari fakta yang diperoleh melalui pengumpulan data. Hipotesis ini juga diartikan sebagai suatu gambaran yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data yang terkumpul.<sup>50</sup>

Hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh fasilitas layanan ATM terhadap minat Generasi Milenial menjadi Nasabah Perbankan Syariah

---

<sup>50</sup> Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Akuantitatif Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), hal. 76.

$H_0$  : di duga tidak ada pengaruh positif signifikan dari fasilitas layanan ATM terhadap minat Generasi Milenial menjadi Nasabah Perbankan Syariah

$H_a$  : di duga ada pengaruh positif signifikan dari fasilitas layanan ATM terhadap minat Generasi Milenial menjadi Nasabah Perbankan Syariah

2. Pengaruh fasilitas layanan *Mobile Banking* terhadap minat Generasi Milenial menjadi Nasabah Perbankan Syariah

$H_0$  : di duga tidak ada pengaruh positif signifikan dari fasilitas layanan *Mobile Banking* terhadap minat Generasi Milenial menjadi Nasabah Perbankan Syariah

$H_a$  : di duga ada pengaruh positif signifikan dari fasilitas layanan *Mobile Banking* terhadap minat Generasi Milenial menjadi Nasabah Perbankan Syariah

3. Pengaruh fasilitas layanan *Internet Banking* terhadap minat Generasi Milenial menjadi Nasabah Perbankan Syariah

$H_0$  : di duga tidak ada pengaruh positif signifikan dari fasilitas layanan *Internet Banking* terhadap minat Generasi Milenial menjadi Nasabah Perbankan Syariah

$H_a$  : di duga ada pengaruh positif signifikan dari fasilitas layanan *Internet Banking* terhadap minat Generasi Milenial menjadi Nasabah Perbankan Syariah

4. Pengaruh fasilitas layanan Mesin *Electronic Data Capture* terhadap minat Generasi Milenial menjadi Nasabah Perbankan Syariah

H<sub>0</sub> : di duga tidak ada pengaruh positif signifikan dari fasilitas layanan Mesin *Electronic Data Capture* terhadap minat Generasi Milenial menjadi Nasabah Perbankan Syariah

H<sub>a</sub> : di duga ada pengaruh positif signifikan dari fasilitas layanan Mesin *Electronic Data Capture* terhadap minat Generasi Milenial menjadi Nasabah Perbankan Syariah

5. Pengaruh Religiusitas terhadap minat Generasi Milenial menjadi Nasabah Perbankan Syariah

H<sub>0</sub> : di duga tidak ada pengaruh positif signifikan dari Religiusitas terhadap minat Generasi Milenial menjadi Nasabah Perbankan Syariah

H<sub>a</sub> : di duga ada pengaruh positif signifikan dari Religiusitas terhadap minat Generasi Milenial menjadi Nasabah Perbankan Syariah

6. Faktor yang paling dominan berpengaruh antara fasilitas layanan ATM, *Mobile Banking*, *Internet Banking*, Mesin EDC, serta Religiusitas terhadap minat Generasi Milenial menjadi Nasabah Perbankan Syariah

H<sub>0</sub> : di duga ada faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap minat Generasi Milenial menjadi Nasabah Perbankan Syariah

H<sub>a</sub> : di duga tidak ada faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap minat Generasi Milenial menjadi Nasabah Perbankan Syariah.