

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era kehidupan modern saat ini yang sangat dinamis dengan mobilitas yang tinggi, menuntut masyarakat untuk lebih efektif dan efisien dalam menggunakan waktu yang dimiliki dengan memanfaatkan teknologi modern. Penerapan sistem informasi sangat berpengaruh terhadap industri perbankan, hal tersebut akan berdampak pada industri perbankan, karena industri perbankan merupakan salah satu yang paling tinggi tingkat kecenderungannya. Sistem informasi digunakan untuk analisa, pengumpulan, pemrosesan, dan penyampaian laporan yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan para nasabah.²

Teknologi informasi internet saat ini menjadi inovasi yang memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun, maka sangat cocok dengan perkembangan masyarakat saat ini yang dikenal sangat sibuk sehingga mereka tidak perlu datang ke bank dan mengantri untuk melakukan transaksi non-cash. Contoh layanan yang berbasis teknologi informasi di antaranya yaitu *Automatic Teller Machine*

² Aeini dan Purwantini, *Eksplorasi Penggunaan Mobile Banking: Pendekatan Technology Acceptance Model*, (Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi, 2017) hal. 87

(ATM), *Banking Application System*, *Mobile Banking*, *Sistem Kliring Elektronik*, *Credit Card*, *Internet Banking* dan sebagainya.³

Teknologi informasi juga mendorong dunia perbankan untuk ikut andil dalam memanfaatkan internet, hal ini merupakan kesempatan bagi dunia perbankan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para nasabah yang tidak hanya menawarkan kecepatan dalam melakukan transaksi tetapi juga memberikan kenyamanan, kepercayaan, dan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan transaksi keuangan secara online.

Sri Maharsi dan Fenny (2006) berpendapat bahwa penggunaan internet banking memberikan keuntungan bagi nasabah dan bank. Bagi nasabah, internet banking menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam transaksi perbankan. Keuntungan bagi bank adalah internet banking dapat menjadi solusi pengembangan infrastruktur dibandingkan dengan membuka outlet ATM.⁴

Saat ini banyak bank yang menyediakan akses layanan *M-Banking* atau *Mobile Banking* guna memudahkan dalam hal mengetahui informasi keuangan, tidak terkecuali dengan bank syariah juga menyediakan akses tersebut. Kondisi ini merupakan perbaikan dari layanan untuk para nasabah. *Mobile Banking* adalah suatu layanan yang disediakan oleh perbankan untuk melakukan transaksi melalui berbagai fitur yang ada pada smartphone. Layanan *Mobile Banking* ini serupa dengan sms banking, akan tetapi *mobile banking* memiliki lebih banyak fitur.

³ Ibid, hal.88

⁴ Abi F dan Rizki Y, *Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (M-Banking)* Malang, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 65, No. 1, September 2018, hal. 83

Menurut peraturan Bank Indonesia nomor 9/15/PBI/2007, pengertian *mobile banking* adalah,

Suatu layanan perbankan yang melalui media elektronik (*electronic banking*) yaitu suatu layanan yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi melalui media elektronik, seperti ATM, *phone banking*, internet banking, dll.

Mobile Banking memberikan kemudahan kepada setiap orang untuk sekedar mengecek saldo tabungan, membayar tagihan ataupun mentransfer dana ke rekening lain. Artinya, kegiatan yang beberapa harus dilakukan di depan teller, kini bisa dilakukan kapanpun, dimanapun, tanpa harus datang ke kantor cabang bank atau Anjungan Tunai Mandiri (ATM) hanya melalui smartphone. M-Banking sangat tepat diperuntukkan bagi mereka yang mempunyai jadwal padat, sibuk atau akibat tidak adanya pilihan lain.⁵

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengungkapkan berdasarkan data jumlah pengguna e-banking cukup mengalami perubahan yang besar (*mobile banking*, internet banking, *phone banking*) meningkat 270% dari 1,36 juta nasabah pada tahun 2012 menjadi 50,4 juta nasabah pada tahun 2016. Pada tahun 2012 frekuensi pengguna e-banking mengalami peningkatan 169% dari 150,8 juta transaksi menjadi 405,4 juta transaksi pada tahun 2016.⁶

⁵ Syamsul R. dan Munawir, *Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Menggunakan Mobile Banking (M-Banking) Pada Bank BCA Cabang Banda Aceh*, Jurnal Ekonomi dan Manajemen teknologi, Vol. 1, No. 2, Oktober 2017, hal. 69

⁶ Otoritas Jasa Keuangan, “*Siaran Pers OJK Terbitkan Penyelenggaraan Kantor Digital Wujudkan Perbankan Digital di Indonesia*” dalam <http://www.ojk.go.id/> diakses pada 4 Desember 2019

Bank Indonesia (BI) mencatat sepanjang tahun 2020 transaksi non tunai mengalami peningkatan seiring dengan perkembangan digitalisasi. Adapun, nilai transaksi digital banking meningkat mencapai 13,91% secara tahunan. Gubernur BI Perry Warjio mengungkapkan, transaksi ekonomi dan keuangan digital terus tumbuh sejalan dengan penggunaan *platform e-commerce* dan instrumen digital di masa pandemi, serta kuatnya preferensi dan aseptasi masyarakat akan transaksi digital. Di tengah tantangan pandemi perseroan terus mendorong nasabah untuk mengoptimalkan penggunaan digital *banking* yang tercatat mengalami pertumbuhan sebesar 28% (www.investor.id).

Persepsi kenyamanan adalah salah satu komponen yang harus diperhatikan dalam suatu bisnis, karena kenyamanan timbul adanya kepuasan.

Menurut Davis (1992) “persepsi kenyamanan adalah dimana individu mempercayai bahwa kegiatan penggunaan sistem menganggap menyenangkan baginya dan menggunakan sebuah sistem termasuk konsekuensi kinerja yang disebabkan karena penggunaan sistem”⁷

Persepsi kepercayaan menggambarkan suatu pengakuan antara dua belah pihak yang akan melakukan transaksi, dan apabila diabaikan merupakan suatu faktor yang akan memperlambat transaksi yang akan dilakukan.

Pavluo (2002), mendefinisikan kepercayaan sebagai suatu penilaian hubungan dengan orang lain yang melakukan transaksi tertentu

⁷ Mia Ulfatun N, *Pengaruh persepsi kemudahan sistem dan persepsi kenyamanan terhadap sikap positif mahasiswa dalam menggunakan layanan m-banking bank Syariah*, Surabaya (Skripsi Tidak Diterbitkan, 2018) hal. 30

sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh ketidakpastian.⁸

Persepsi resiko termasuk salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menggunakan suatu layanan, termasuk layanan mobile banking, jika layanan tersebut memiliki resiko yang rendah, menjamin dapat memenuhi kebutuhan nasabah, serta aman jika digunakan.

Peter dan Olson (2010), mendefinisikan persepsi resiko sebagai sebuah konsekuensi yang tidak diinginkan serta konsumen juga ingin menghindari resiko tersebut.⁹

Minat seseorang untuk melakukan sebuah tindakan atau perilaku yaitu kecenderungan seseorang dalam memilih tidak melakukan atau melakukan suatu pekerjaan. Begitu juga minat perilaku konsumen untuk menggunakan suatu produk merupakan informasi yang sangat dibutuhkan oleh perusahaan dalam usahanya untuk memperoleh pasar. Jika konsumen tidak memiliki pengalaman dengan suatu produk, mereka cenderung untuk mempercayai merek yang disukai atau yang terkenal. Hal ini perusahaan perbankan syariah juga perlu memperkuat posisi mereknya agar tercipta *brand image* dan *brand trust* yang positif dan kuat dibenak konsumen atau nasabah. *Brand image* dan *brand trust* merupakan faktor yang dapat

⁸ Priestiani Putri R. *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking*, Yogyakarta (Skripsi Tidak Diterbitkan, 2019) hal. 27

⁹ M. Dwi Ardika, *Pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, dan resiko terhadap minat menggunakan mobile banking bank syariah*, Surakarta, (Skripsi Tidak Diterbitkan 2018) hal. 37

mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*.¹⁰

Davis (2000) menyatakan dari hasil penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa minat perilaku merupakan prediksi yang baik dari penggunaan teknologi oleh pemakai sistem.¹¹

Menurut Jogianto (2007), minat perilaku merupakan suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika mempunyai keinginan atau minat untuk melakukannya.¹²

Dari penelitian terdahulu terlihat bahwa penelitian mengenai persepsi kenyamanan yang dilakukan oleh Mia Ulfatun (2018), dan Priestiani Putri Rahayu (2019) menunjukkan bahwa Persepsi Kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking*.

Penelitian mengenai pengaruh persepsi kepercayaan oleh M. Dwi Ardika (2018), dan Maria Tika Sanjani (2019) menyatakan bahwa variabel Persepsi Kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *Mobile Banking*.

Penelitian yang dilakukan oleh Giga Bawa L, dkk (2015), dan Dian Lusiana (2017) menjelaskan bahwa variabel Persepsi resiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking*.

Salah satu golongan nasabah yang juga harus diperhatikan oleh pihak bank dalam penggunaan *mobile banking* adalah mahasiswa.

¹⁰ Marwa F. Annur, *Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat menggunakan mobile banking pada generasi millennials (Studi kasus pada pengguna bank syariah di yogyakarta)*, Yogyakarta (Skripsi Tidak Diterbitkan, 2019) hal. 7

¹¹ Ni Made Ari Puspita, *Peran persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan persepsi resiko terhadap niat menggunakan mobile commerce*, E-Jurnal Manajemen, no.4, vol 5, (Bali, 2016)

¹² Ibid,...

Mahasiswa merupakan suatu kalangan anak muda yang menjadi pengguna aktif perangkat mobile banking. Mahasiswa sendiri sebagai seorang nasabah memiliki berbagai faktor yang mempengaruhi minat menggunakan suatu layanan mobile banking. Seorang nasabah akan berminat menggunakan mobile banking ketika kegunaan dan kemudahan dalam menggunakan perangkat tersebut sesuai dengan nasabah, begitu juga dengan faktor kenyamanan, kepercayaan, dan resiko yang diberikan oleh pihak bank.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung merupakan fakultas yang banyak diminati oleh mahasiswa terutama jurusan Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, dan Akuntansi Syariah. Karenanya setiap tahun ketiga jurusan tersebut mengalami peningkatan jumlah mahasiswa yang cukup besar dibanding dengan jurusan-jurusan yang lainnya. Berikut data jumlah mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung tahun 2016-2019.

Table 1.1

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2016-2019

Jurusan	Tahun			
	2016	2017	2018	2019
Perbankan Syariah	446	503	308	193
Ekonomi Syariah	592	617	429	387
Akuntansi Syariah	196	227	238	257
Manajemen Zakat Wakaf	33	23	38	92
Manajemen Bisnis syariah	-	165	403	359
Manajemen Keuangan Syariah	-	108	189	278

Sumber: Kepala sub bagian akademik kemahasiswaan FEBI IAIN Tulungagung

Berdasarkan tabel yang dipaparkan diatas dapat dilihat bahwasanya jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung

dari tahun 2016-2019 terus mengalami peningkatan yang cukup besar. Demi menunjang peningkatan keefektifan kegiatan magang di wilayah Tulungagung dengan jumlah lembaga keuangan syariah yang terbatas dan juga jumlah mahasiswa yang cukup banyak, maka bidang akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung membuat keputusan untuk membatasi jumlah mahasiswa jurusan perbankan syariah pada tahun 2018. Yang menarik disini, setiap individu mempunyai perilaku dan sifat yang berbeda-beda. Begitu pula saat individu tersebut menggunakan suatu aplikasi mobile banking. Pada setiap individu akan memiliki persepsinya masing-masing terhadap aplikasi *mobile banking* tersebut. Tidak terkecuali di kalangan mahasiswa.

Penelitian ini dirasa penting untuk dilakukan guna meneliti pengaruh variabel persepsi kenyamanan, persepsi kepercayaan, persepsi resiko terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* bank syariah di kalangan mahasiswa yang notabnya adalah golongan *millennial*. Penelitian ini dilakukan karena layanan *mobile banking* memiliki prospek yang besar untuk digunakan di kalangan mahasiswa yang sadar akan hadirnya teknologi dan sebagai pengadopsi awal sebuah teknologi. Apalagi di tengah kondisi pandemi seperti saat ini penggunaan internet semakin meningkat, karena himbauan pemerintah untuk tetap di rumah saja oleh karena itu semua aktivitas dilakukan dari rumah. Sehingga kebutuhan akan internet juga terus meningkat.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, setiap mahasiswa mempunyai persepsi atau kriteria yang dapat digunakan untuk pertimbangan dalam memilih layanan perbankan yang digunakan, yakni kenyamanan, kepercayaan, dan resiko. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kenyamanan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bank Syariah (*Studi Pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung*)”**.

B. Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi pada penelitian ini yaitu tentang pengaruh persepsi kenyamanan, persepsi kepercayaan, dan persepsi resiko terhadap minat mahasiswa menggunakan *mobile banking* bank syariah, antara lain:

1. Sebagian mahasiswa masih sering memilih melakukan transaksi di kantor perbankan melalui *teller* atau *costumer service* sehingga lebih menyita waktu.
2. Sebagian mahasiswa terbiasa melakukan transaksi secara *offline* daripada menggunakan fitur layanan *online* perbankan.
3. Sebagian mahasiswa masih ragu menggunakan *mobile banking* karena tingkat kepercayaan dan atau keamanan pada layanan kurang terjamin dengan adanya beberapa kasus yang terjadi seperti sistem down, kesalahan transfer, dan kesalahan pendebitan.

4. Sebagian mahasiswa beranggapan bahwa mobile banking merupakan layanan yang rumit dan beresiko yang dapat menyebabkan kerugian ketika tidak mampu menguasai cara dalam melakukan transaksi melalui layanan mobile banking.
5. Dalam hal ini peneliti akan melihat tentang seberapa besar pengaruh persepsi kenyamanan, persepsi kepercayaan, dan persepsi resiko terhadap minat mahasiswa menggunakan *mobile banking* bank syariah pada mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai batasan penelitian, yaitu:

1. Apakah persepsi kenyamanan berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* bank syariah di kalangan mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung?
2. Apakah persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* bank syariah di kalangan mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung?
3. Apakah persepsi resiko berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* bank syariah di kalangan mahasiswa Jurusan

Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung?

4. Apakah persepsi kenyamanan, persepsi kepercayaan, persepsi resiko bersama-sama berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* bank syariah di kalangan mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan fokus masalah maka tujuan penelitian yang dicapai, adalah :

1. Untuk menguji seberapa besar persepsi kenyamanan berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* bank syariah di kalangan mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.
2. Untuk menguji seberapa besar persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* bank syariah di kalangan mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.
3. Untuk menguji seberapa besar persepsi resiko berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* bank syariah di kalangan mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.

4. Untuk menguji seberapa besar persepsi kenyamanan, persepsi kepercayaan, persepsi resiko secara bersama-sama terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* bank syariah di kalangan mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

E. Kegunaan Penelitian

1. Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan membuka persepsi yang baik terhadap minat menggunakan layanan *Mobile Banking*.
 - b. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumbangan referensi yang relevan dan informasi bagi pihak yang membutuhkan.
2. Praktis
 - a. Bagi pihak bank syariah, diharapkan dapat dijadikan bahan masukan agar dapat meningkatkan minat para calon nasabah dalam menggunakan fasilitas *Mobile Banking*.
 - b. Bagi peneliti, diharapkan dapat menjadi khasanah ilmu dan bahan pertimbangan dalam penelitian selanjutnya mengenai minat menggunakan layanan *mobile banking* bank syariah.

F. Penegasan Istilah

Penegasan istilah sangat penting dengan tujuan untuk menghindari terjadinya ketidaksamaan pemahaman dalam pembacaan penelitian ini.

- 1) Definisi Konseptual

- a. Persepsi merupakan proses untuk kita memilih, menerjemahkan, dan mengatur berbagai masukan informasi guna mewujudkan gambaran mengenai dunia yang berarti.¹³ Persepsi merupakan tanggapan yang diperoleh seseorang terhadap apa yang diterimanya melalui pancaindera.
- b. Kenyamanan merupakan keadaan dimana seorang individu menggunakan suatu teknologi dalam melakukan aktivitasnya dianggap menyenangkan untuk dirinya.¹⁴ Untuk memenuhi suatu keadaan yang nyaman maka harus memenuhi minimal kebutuhan dasar dari manusia itu sendiri.
- c. Kepercayaan adalah adanya keyakinan pada seseorang untuk mempercayai sebuah objek, atau salah satu bentuk persepsi yang telah terbentuk keyakinan terhadap objek.¹⁵ Kepercayaan adalah suatu sikap yang ditunjukkan oleh suatu individu saat merasa cukup tahu dan menyimpulkan bahwa dirinya telah mencapai kebenaran.
- d. Resiko merupakan pandangan subyektif seseorang akan ketidakpastian dan konsekuensi negatif dalam melakukan suatu kegiatan.¹⁶
- e. Minat merupakan suatu keadaan dalam diri seseorang pada dimensi kemungkinan subyektif yang meliputi hubungan antara orang itu

¹³ Kotler, P. & Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hal. 179

¹⁴ Pikkarainen, *Customer Acceptance Of Online Banking.....Internet Research* (2004)

¹⁵ Rahmad, Astuti, & Riyadi, *Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepercayaan dan Penggunaan SMS Banking*, Jurnal Administrasi Bisnis, 2017

¹⁶ Giga Bawa L. dkk, *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap minat Menggunakan Mobile Banking*, Jurnal Administrasi Bisnis, No. 2, Vol 26, (September 2015)

sendiri dengan beberapa tindakan.¹⁷ Minat diartikan suatu perhatian yang mengandung unsur-unsur perasaan, dorongan atau keinginan dalam diri seseorang pada objek tertentu.

f. *Mobile Banking*

Mobile Banking menurut peraturan Bank Indonesia nomor 9/15/PBI/2007, adalah layanan perbankan yang melalui media elektronik (*electronic banking*) yaitu suatu layanan yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi melalui media elektronik.¹⁸

g. Bank Syariah

Bank Syariah adalah bank yang beroperasi tidak mengandalkan bunga, atau juga dapat diartikan sebagai lembaga keuangan yang operasionalnya dan produknya dikembangkan berdasarkan pada Al-Qur'an dan Hadits Nabi SAW.¹⁹

2) Definisi Operasional

Definisi operasional pada penelitian ini dimaksudkan untuk menguji seberapa jauh dari pengaruh variabel independen (X_1) yakni persepsi kenyamanan, variabel (X_2) yakni persepsi kepercayaan, dan

¹⁷ Setyo Ferry W. dkk, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card*, Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, No. 1, Vol 6, 2015

¹⁸ M. Dwi Ardika, *Pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, dan resiko terhadap minat menggunakan mobile banking bank syariah*, Surakarta (Skripsi Tidak Diterbitkan, 2018) hal. 16

¹⁹ Setia Budhi Wilardjo, *Pengertian, Peranan dan Perkembangan Bank syariah di Indonesia*, Jurnal Unimus, Vol. 2 No.1, Maret 2005

variabel (X_3) yakni persepsi resiko terhadap variabel dependen (Y) yakni minat mahasiswa menggunakan mobile banking bank syariah.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika pembahasan pada penelitian ini akan disajikan yang terdiri dari 6 (enam) bab, disetiap babnya terdapat sub bab sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan dijelaskan mengenai gambaran singkat dalam penelitian yang di dalamnya membahas beberapa sub bab yang terdiri dari : (a) latar belakang, (b) identifikasi masalah, (c) rumusan masalah, (d) tujuan penelitian, (e) kegunaan penelitian, (f) ruang lingkup dan keterbatasan masalah, (g) penegasan istilah dan (h) sistematika penulisan skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan disajikan berbagai teori yang berkaitan dengan teori dan variabel-variabel penelitian seperti pengertian mobile banking, teori dari variabel yang diambil yaitu variabel persepsi kenyamanan, kepercayaan, dan resiko, kemudian juga dijelaskan mengenai kajian penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini memuat tentang rancangan penelitian yang terdiri dari beberapa sub bab, yaitu: (a) pendekatan dan jenis penelitian (b) populasi, sampel, dan sampling, (c) sumber data, variabel dan skala pengukuran, (d) teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, serta (e) teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini membahas mengenai bagian pendekatan dan jenis penelitian, populasi sampling dan sampel, sumber data variabel dan skala pengukuran, dan teknik analisis data.

BAB V : PEMBAHASAN

Bab ini disajikan mengenai pembahasan dari data hasil penelitian dan analisis data.

BAB VI : PENUTUP

Pada bab ini disajikan tentang kesimpulan dan saran yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan yang diharapkan biasa bermanfaat bagi pembaca maupun penulis.