

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Digitalisasi Produk

Digitalisasi merupakan layanan perbankan berfokus pada sebuah lembaga keuangan mampu mentransfer seluruh layanan yang mereka miliki ke dalam berbagai platform.¹⁶ Digitalisasi adalah proses membuat atau memperbaiki dengan menggunakan teknologi dan data digital. Istilah digitalisasi mengacu pada penggunaan teknologi dan data digital untuk meningkatkan bisnis, pendapatan, dan menciptakan budaya digital. Sangat penting bagi bank untuk memahami bagaimana nasabah mereka akan mengintegrasikan layanan digitalisasi bank yang diterima menjadi sebuah proses penciptaan nilai sehari-hari mereka. Nasabah biasanya akan lebih menghargai nilai kenyamanan yang terbentuk melalui penggunaan teknologi baru dalam sistem perbankan yang tak mengenal keterbatasan jam operasional dan antrian yang panjang.

Layanan perbankan digital merupakan layanan dalam perbankan dengan menggunakan media elektronik atau digital yang dilakukan secara mandiri. Hal ini memudahkan calon nasabah dan/atau nasabah Bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, registrasi, pembukaan rekening, transaksi perbankan, dan penutupan rekening, termasuk

¹⁶ James Barnes G, *Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan*, tj. Andres Winardi (Yogyakarta : Andi, 2003), hal. 286

memperoleh informasi lain dan transaksi di luar produk perbankan, antara lain nasihat keuangan (*financial advisory*), investasi, transaksi sistem perdagangan berbasis elektronik (*e-commerce*), dan kebutuhan lainnya dari nasabah Bank.¹⁷ Perkembangan teknologi membuat perbankan melakukan perubahan. Bank berani mengembangkan layanan digital untuk tetap bertahan di era teknologi digital.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) meminta perbankan bertransformasi menyeluruh agar tidak ditinggal oleh nasabahnya. Selain itu bank-bank harus bisa melakukan kolaborasi dengan sesama bank, dengan non bank seperti perusahaan asuransi dan perusahaan *financial technology (fintech)*, serta nasabah.¹⁸ Di era globalisasi pelayanan yang diberikan oleh bank tidak hanya dilakukan melalui cara-cara konvensional dengan model *face to face* dan menggunakan *paper document*, tetapi bank juga memulai beralih pada pemanfaatan teknologi dengan model *non-face to face* menggunakan *digital document* yang dikenal dengan istilah *digital banking*.

Pada saat ini negara Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk terbanyak di dunia, sekaligus menjadi salah satu negara yang penduduknya paling banyak menggunakan layanan internet. Selain dapat meningkatkan efisiensi kegiatan operasional bank, digitalisasi produk dapat meningkatkan kualitas pelayanan bank kepada nasabah

¹⁷ Otoritas Jasa Keuangan, "Panduan Penyelenggaraan Digital Branch Oleh Bank Umum", 2018, hal. 3

¹⁸ Hadion Wjoyo, et.all, *Transformasi Digital Dari Berbagai Aspek*, (Solok: Insan Cendekia Mandiri, 2021), hal. 55

dalam bertransaksi.¹⁹ Oleh karena itu, *digital banking* menjadi peluang bisnis yang sangat potensial serta sebuah keniscayaan yang tidak terelakan pada sektor perbankan di era digital. Keuntungan lain yang bisa diambil perbankan untuk memajukan perbankan digital ialah memanfaatkan telepon seluler (ponsel) yang sudah demikian besar. Perbankann digital memungkinkan bank untuk mengembangkan layanannya dalam bentuk aplikasi kepada pelanggan, dengan memberikan bantuan dan pihak bank memberikan informasi langsung kepada pelanggan mengenai fasilitas digital akan dapat mengurangi interaksi langsung. Digitalisasi produk pada bank syariah memberikan bermanfaat bagi semua pihak. Adapun manfaat layanan digitalisasi sebagai berikut:

1. Praktis dan Mudah di Akses

Internet mudah diakses dan menjangkau ke seluruh pelosok. Jadi, tidak perlu lagi datang ke bank untuk melakukan transaksi perbankan cukup memanfaatkan jaringan internet di gadget.

2. Menghemat Biaya dan Waktu

Digitalisasi perbankan dinilai dapat menghemat biaya dan waktu. Hemat biaya yang dimaksud tidak perlu mengeluarkan biaya untuk datang ke bank. Selain itu, dapat menghemat waktu karena tidak membutuhkan waktu yang lama saat antri di bank.

3. Ramah Lingkungan

¹⁹ *Ibid.*, hal. 26

Adanya digitalisasi perbankan ini dinilai ramah lingkungan karena bank dapat menghemat kertas. Hal tersebut karena semua transaksi perbankan dilakukan melalui proses digital menggunakan gadget dan akses internet

Dapat disimpulkan bahwa digitalisasi produk pada sektor perbankan merupakan perkembangan teknologi yang mengarahkan perbankan untuk lebih meningkatkan layanan dengan membentuk perbankan digital. Bank dapat memaksimalkan pelayanannya kepada nasabah dan meningkatkan mutu operasionalnya. Perbankan digital ini dimaksudkan agar nasabah dapat melaksanakan transaksinya secara mandiri, seperti pembukaan rekening, memperoleh informasi, transaksi, penutupan rekening, dan kebutuhan lainnya dari nasabah. Dalam penyelenggaraan layanan perbankan digital di Indonesia, sangat penting bagi semua pihak untuk meyakini kehandalan faktor keamanan (*security*) transaksi layanan perbankan digital guna memperoleh kepercayaan (*trust*) semua pihak terutama nasabah terhadap layanan perbankan digital tersebut.

B. Fitur Layanan

Fitur adalah unsur-unsur dalam suatu produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan.²⁰ Sedangkan layanan adalah tindakan atau kinerja yang dapat

²⁰ Tjiptono, *Strategi...*, hal. 103

ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.²¹ Fitur Layanan merupakan sarana kompetitif dalam bersaing yang membedakan produk perusahaan dengan yang lain dan sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah.

Dari produk pesaing, perusahaan dapat menciptakan diferensiasi produknya melalui fitur. Produk yang ditawarkan dengan fitur sebagian besar berbeda sesuai dengan kelengkapan fungsi dasar produk.²² Karena fitur ini menjadi alasan konsumen dalam memilih suatu produk, maka bagi pemasar tradisional yaitu alat kunci yang membedakan satu produk dengan produk pesaing yang lain. Kemanfaatan dan fungsional fitur sering diasosiasikan dengan suatu produk. Perlu adanya fitur jasa atau jenis fasilitas yang baik untuk konsumen dalam mendukung suatu kinerja bisnis. Suatu produk di fitur dapat dikatakan sebagai aspek sekunder. Terlebih lagi apabila berkaitan dengan teknologi informasi. Ada beberapa konstruk yang dapat dijadikan indikator ketersediaan fitur (*feature availability*) didalam suatu *mobile banking* yaitu:²³

1. Kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa, para pengguna fitur layanan dapat memberikan kemudahan terkait produk dan jasa dalam mengakses informasi.

²¹ Kotler, *Manajemen pemasaran di indonesia: analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian*, (Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2002), hal. 83.

²² Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran...*, hal. 332

²³ Poon , W. C., *Users adoption of ebanking services: The Malaysian perspective*. Journal of Business and Industrial Marketing, Vol. 23 No. 1, 2008, hal. 59–69.

2. Keberagaman layanan transaksi, fitur layanan yang mempunyai keragaman yang disediakan untuk proses dalam melayani transaksi nasabah.
3. Keberagaman fitur, fitur layanan yang terdapat pada bank dalam sistem informasi mempunyai keragaman fitur yang dapat memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi.
4. Inovasi produk, pada *mobile banking* adanya fitur-fitur tambahan sehingga nasabah berminat menggunakan *mobile banking*.

Dapat disimpulkan bahwa fitur merupakan sarana bersaing yang membedakan produk perusahaan satu dengan yang lain. Dalam menyempurnakan fungsi suatu produk, fitur merupakan karakteristik tambahan yang dirancang untuk menambah ketertarikan konsumen terhadap produk yang dipasarkan terutama pada produk berbasis teknologi seperti transaksi *online*. Penyelenggara transaksi online harus memberikan upaya tinggi terhadap fitur layanan suatu produk agar kepercayaan konsumen semakin tinggi, karena untuk melakukan transaksi secara online atau tidak kepercayaan mempunyai pengaruh besar pada niat konsumen untuk melakukannya.

C. Keamanan

Keamanan informasi adalah cara mendeteksi adanya penipuan atau setidaknya mencegah terjadinya penipuan di dalam sebuah sistem yang memiliki basis informasi dan informasi tersebut tidak memiliki arti/makna

fisik.²⁴ Nilai sebuah informasi sangatlah penting yang menyebabkan informasi yang diinginkan seringkali hanya boleh diakses oleh orang-orang tertentu. Jatuhnya informasi ke tangan pihak lain yang dapat menimbulkan kerugian bagi pemilik informasi. Keamanan dari sistem informasi yang digunakan itu harus terjamin dalam batas yang dapat diterima. Keamanan didefinisikan sebagai perlindungan data yang sengaja dilakukan pihak tertentu terhadap kecelakaan maupun penyalahgunaan dengan memodifikasi serta menghancurkannya.

Pengembangan dalam produk berbasis teknologi baru menjadikan keamanan merupakan faktor utama yang harus diperhatikan.²⁵ Keamanan merupakan salah satu faktor utama yang menjadi pertimbangan bagi pengguna *mobile banking* dalam melakukan transaksi *mobile banking*, berikut beberapa keamanan yang diberikan oleh *mobile banking*:

1. PIN (*Personal Identification Number*) merupakan sederet angka yang digunakan untuk menghubungkan pengguna dengan sistem, sehingga nomor PIN merupakan kode rahasia pribadi, tidak boleh orang lain mengetahuinya.
2. Untuk *mobile banking*, identitas pengguna (*user ID*) bersifat rahasia dan tidak dipinjamkan ke orang lain, serta mengakses situs bank yang benar.

²⁴ Ahmad & Pambudi, B. S., "Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, keamanan dan ketersediaan fitur terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan internet banking", *Jurnal Studi Manajemen*, Vol. 8 No. 1, 2014, hal. 5

²⁵ Pratama, *Masalah-Masalah...*, hal. 197

3. Penggantian pin secara berkala merupakan salah satu cara untuk meminimalkan risiko.
4. *Sim Card handphone* harus dilindungi karena nomor telepon tersebut sudah terdaftar pada database komputer bank untuk dapat bertransaksi melalui *mobile banking*.
5. Nasabah harus berhati-hati, karena banyak orang jahat selalu mencoba untuk memanfaatkan kelengahan nasabah baik dengan melalui phising atau kegiatan *hacker*.

Keamanan dalam suatu sistem dapat mencegah penipuan (*cheating*) dan mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi.

Terdapat indikator keamanan yang terbagi menjadi 2 yaitu:²⁶

1. Kerahasiaan

Kerahasiaan merupakan hak seseorang untuk dibiarkan sendiri dan dapat memiliki kontrol atas aliran dalam pengungkapan informasi tentang dirinya sendiri. Perlindungan data pribadi pelanggan terhadap ancaman keamanan dan kontrol informasi dalam lingkungan online.

2. Jaminan Keamanan

Jaminan keamanan berperan penting dalam mengurangi kekhawatiran konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang mudah rusak. Faktor penentu akan adanya kepercayaan merupakan hal yang penting dalam perlindungan privasi dan data

²⁶ Raman Arasu, dan Viswanathan, A., "Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer", *IJCA Special Issue on: Wireless Information Networks & Business Information System*, 2011, hal. 54- 60

pribadi, karena apabila pengguna merasa keamanan akan privasi dan data pribadinya terancam maka pengguna tidak akan melakukan sebuah transaksi jaringan digital.

Dari indikator-indikator tersebut, bagi pihak perbankan faktor keamanan menjadi perhatian yang penting sehingga nasabah akan merasa puas dan aman dalam menggunakan *mobile banking*. Dalam bertransaksi konsep keamanan merupakan hal yang paling penting dalam sistem pengadopsian sebuah teknologi informasi. Keamanan merupakan hal yang mutlak dalam memberikan kenyamanan pada penggunaan yang disediakan oleh para pelaku bisnis, baik produk, layanan maupun keduanya dan keamanan meningkatkan kepercayaan konsumen (*customer trust*), yang berujung kepada peningkatan jumlah penjualan.

D. Minat

Minat merupakan salah satu aspek psikis manusia yang dapat mendorong untuk mencapai tujuan.²⁷ Minat adalah perhatian individu terhadap adanya suatu objek, seseorang, suatu soal atau situasi mengandung sangkut paut dengan dirinya yang dilakukan dengan sadar diikuti dengan perasaan senang.²⁸ Minat perilaku (behavioral intention) adalah keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Artinya bahwa minat seseorang untuk melakukan

²⁷ Rajendra Prasada Bangkara dan Ni Putu Sri Harta Mimba, "Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use Pada Minat Penggunaan Internet Banking Dengan Attitude Toward Using Sebagai Variabel Intervening", *E-Jurnal Akuntansi*, Vol.16 No.3, 2016, hal. 2417

²⁸ Yayat Suharyat, "Hubungan Antara Sikap, Minat dan Perilaku", *Jurnal Region*, Vol. 1 No. 20, 2009, hal. 9

sesuatu dapat diprediksi oleh sikapnya terhadap perilakunya dan bagaimana dia berpikir orang lain akan menilainya jika dia melakukan perilaku tersebut.²⁹ Pengertian minat adalah suatu kecenderungan seseorang untuk melakukan kegiatan yang disertai perasaan senang dan kemudian menimbulkan kepuasan. Dari beberapa pernyataan di atas dapat disimpulkan minat merupakan suatu ketertarikan yang berasal dari diri seseorang untuk melakukan suatu hal yang diinginkan dengan harapan terpenuhinya kebutuhan.³⁰ Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa minat adalah suatu kecenderungan seseorang untuk bertindak sebelum mengambil keputusan. Terdapat beberapa indikator tentang minat yaitu sebagai berikut.³¹

1. Minat Transaksional, yaitu kecenderungan untuk membeli atau menggunakan suatu produk.
2. Minat Refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk merefrensikan produk kepada orang lain.
3. Minat Eksploratif, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang mencari informasi mengenai suatu produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

²⁹ H. M. Jogiyanto, *Metode Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman* (Yogyakarta: BPFE, 2007), hal. 116

³⁰ Neng Sri Nuraeni dan Siti Umaryati, "Pengaruh Pembelajaran Ekonomi...", hal. 161

³¹ Esthi Dwityanti, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Layanan Internet Banking Mandiri" (Semarang: Tesis Tidak Diterbitkan, 2008), hal. 20

Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita keinginannya. Minat merupakan situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memutuskan, apabila dikaitkan dengan penelitian ini minat dapat diartikan sebagai kecenderungan nasabah untuk bertindak sebelum mengambil keputusan dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

E. Mobile Banking

Menurut Bank Indonesia (BI), *Mobile Banking (m-banking)* adalah transaksi keuangan yang dilakukan menggunakan perangkat mobile dimana pada umumnya berupa ponsel atau *smartphone* yang sumber dananya berasal dari tabungan para nasabah di bank.³² Pengertian lain dari *mobile banking* adalah suatu layanan perbankan yang diberikan oleh pihak bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan.³³ *Mobile Banking* merupakan sebuah fasilitas dari bank dalam era modern ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Penggunaan layanan *mobile banking* pada telepon seluler memungkinkan para nasabah dapat lebih mudah untuk menjalankan aktivitas perbankannya tanpa batas ruang dan waktu. Dengan adanya layanan *mobile banking* diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi para nasabah dalam

³² Bank Indonesia, *Daftar Istilah Perkembangan Sistem Pembayaran*, 2015

³³ Syamsul Hadi dan Novi, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking", *Jurnal Ekonomi & Pembangunan*, Vol. 5 No. 1, 2015, hal. 55

melakukan akses ke bank tanpa harus datang langsung ke bank.³⁴ *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 *smartphone*.³⁵ Sehingga dapat dipahami bahwa *mobile banking* ini merupakan salah satu layanan yang diberikan oleh pihak bank kepada nasabahnya untuk mempermudah dalam bertransaksi yang berupa aplikasi dalam *smartphone*.

Keefektifan dan keefisienan dalam penggunaan *mobile banking* tidak akan berjalan jika tanpa didukung oleh *smartphone* dan internet. Beberapa bank berusaha untuk meningkatkan teknologi informasi agar dapat memberikan pelayanan jasa yang memuaskan nasabah. Pelayanan yang dapat memuaskan nasabah ialah pelayanan jasa yang cepat dan akurat. Sehingga bank pada era digital ini berlomba-lomba untuk berinovasi dalam meningkatkan kualitas produk layanan jasanya. Harapan nasabah dalam pelayanan jasa bank ialah kecepatan dan keakuratannya.

Dapat disimpulkan bahwa *mobile banking* merupakan salah satu jasa pelayanan perbankan yang disediakan oleh bank, baik bank konvensional maupun bank syariah agar nasabah dapat bertransaksi setiap saat, tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan. *Mobile banking* bertujuan meningkatkan pelayanan kepada nasabah, memenuhi keinginan

³⁴ Wahyu agus winarno, "Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi (Analysis Behavioral Intention to Uses of Mobile Banking Technology Acceptance Model (TAM) Approach Modified)", *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 4 No. 1, 2017, hal. 24-29

³⁵ Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hal. 130

pasar, memberi kemudahan kepada nasabah untuk melakukan transaksi. Hingga saat ini, setiap orang yang memiliki *smartphone* dapat memanfaatkannya untuk menggunakan fasilitas *mobile banking* sehingga transaksi akan lebih mudah dilakukan kapan saja dan di mana saja.

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Bersumber dari penelitian terdahulu yang telah dilakukan, penulis menemukan beberapa yang membahas tentang masalah digitalisasi produk, fitur layanan, dan keamanan terhadap *mobile banking*, antara lain:

1. Penelitian oleh Chitra Laksmi Rithmaya pada tahun 2016, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan, kemanfaatan, sikap penggunaan, risiko, dan fitur layanan terhadap minat ulang nasabah Bank BCA dalam menggunakan *internet banking*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kemudahan penggunaan, kemanfaatan, sikap, risiko dan fitur layanan terhadap minat ulang nasabah Bank BCA dalam menggunakan internet banking.³⁶ Adapun persamaan pada penelitian ini terdapat pada salah satu variabel dependen yaitu fitur layanan. Sedangkan perbedaannya dalam penelitian ini adalah variabel dependen yang diteliti yaitu kemudahan penggunaan, kemanfaatan,

³⁶ Chitra Laksmi Rithmaya, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA Dalam Menggunakan Internet Banking", *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 16 No. 1, 2016, hal. 175

sikap penggunaan, dan resiko. Objek yang digunakan pada penelitian ini adalah *internet banking*.

2. Penelitian oleh Maria Loki Kristianti dan Rilo Pambudi pada tahun 2017, yang bertujuan untuk mengetahui persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, persepsi tingkat keamanan, dan fitur layanan terhadap penggunaan *mobile banking* pada mahasiswa di DKI Jakarta. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, persepsi tingkat keamanan, dan fitur layanan terhadap penggunaan *mobile banking* pada mahasiswa di DKI Jakarta.³⁷ Adapun persamaan dalam penelitian ini adalah pada variabel independen dan objek penelitian, variabel independen yaitu keamanan dan fitur layanan, pada objek penelitian sama-sama menggunakan *mobile banking*. Sedangkan perbedaannya adalah pada variabel independen yaitu kemudahan dan kemanfaatan.
3. Penelitian oleh Ramayani, Early Ridho Kismawadi, dan Rifyal Dahlawy Chalil pada tahun 2020, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, keamanan, manfaat dan kemudahan terhadap penggunaan *mobile banking*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan

³⁷ Maria Loki Kristianti dan Rilo Pambudi, "Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Tingkat Keamanan, Dan Fitur Layanan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Pada Mahasiswa Di DKI Jakarta", *Jurnal Akuntansi*, Vol. 11 No.1, 2017, hal. 63

antara kepercayaan, keamanan, manfaat dan kemudahan terhadap penggunaan *mobile banking*.³⁸ Adapun persamaan dalam penelitian ini terdapat pada variabel independen yaitu keamanan dan objek penelitian yaitu *mobile banking*. Sedangkan perbedaannya yaitu pada variabel independen lainnya yaitu kepercayaan dan manfaat.

4. Penelitian oleh Ira Puspitadewi pada tahun 2019, yang bertujuan untuk menguji pengaruh digitalisasi perbankan terhadap efektivitas dan produktivitas kerja pegawai frontliner pada PT. BNI (Persero), Tbk. Cabang Jember. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian konfirmatori (*confirmatory research*) sekaligus (*explanatory research*), karena penelitian ini bermaksud untuk menguji hubungan antar variabel dan menjelaskan hubungan kausal (sebab-akibat) antar variabel melalui pengujian hipotesis yang telah dirumuskan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh digitalisasi perbankan terhadap efektivitas dan produktivitas kerja pegawai.³⁹ Adapun persamaan dalam penelitian ini pada variabel independen yaitu digitalisasi produk. Sedangkan perbedaannya pada objek penelitian yaitu kerja pegawai.
5. Penelitian oleh Iva Hidayatul Khasanah pada tahun 2021, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh digitalisasi produk, *brand image* dan lokasi terhadap intensi generasi millennial menggunakan

³⁸ Ramayani, Early Ridho Kismawadi, dan Rifyal Dahlawy Chalil, "Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Penggunaan Mobile Banking", *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 2 No. 2, 2020

³⁹ Ira Puspitadewi, "Pengaruh Digitalisasi Perbankan Terhadap Efektivitas Dan Produktivitas Kerja Pegawai", *Journal of Economic and Business*, Vol. 1 No. 3, 2019, hal. 253

jasa keuangan di lembaga keuangan syariah. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh digitalisasi produk, *brand image*, dan lokasi terhadap intensi generasi millennial menggunakan jasa keuangan di lembaga keuangan syariah pada mahasiswa STAI Miftahul ‘Ula Nglawak Kertosono Nganjuk Angkatan 2015.⁴⁰ Adapun persamaan dalam penelitian ini terletak pada variabel independen yaitu digitalisasi produk. Sedangkan perbedaannya pada variabel independen *brand image* dan lokasi.

6. Penelitian oleh Heny Agustina pada tahun 2017, yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara teknologi informasi, kemudahan, dan fitur layanan terhadap nasabah dalam menggunakan *internet banking*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan metode random sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh teknologi informasi, kemudahan, dan fitur layanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*.⁴¹ Adapun persamaan dalam penelitian ini terletak pada variabel independen yaitu fitur layanan. Sedangkan perbedaannya pada variabel independen yaitu teknologi

⁴⁰ Iva Hidayatul Khasanah, “Pengaruh Digitalisasi Produk, Brand Image dan Lokasi Terhadap Intensi Generasi Millennial Menggunakan Jasa Keuangan Di Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Angkatan 2015 STAIM Nglawak Kertosono)”, *Journal of Economic and Business*, Vol. 1 No. 3, 2021, hal. 262

⁴¹ Heny Agustina, “Penggunaan Teknologi Informasi, Kemudahan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Bank Syariah Mandiri)”, *Jurnal Manajemen Kinerja*, Vol. 3 No. 1, 2017, hal. 28

informasi dan kemudahan, pada objek penelitian ini menggunakan *internet banking*.

7. Penelitian oleh Marthauli, R. Elly Mirati, dan Rahmanita Vidyasari pada tahun 2021, yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh ketersediaan fitur layanan dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *BCA mobile* di wilayah Jabodetabek. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh ketersediaan fitur layanan dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *BCA mobile* di wilayah Jabodetabek.⁴² Adapun persamaan dalam penelitian ini terletak pada variabel independen yaitu fitur layanan. Sedangkan perbedaannya pada variabel independen yaitu kualitas pelayanan.
8. Penelitian oleh Heny Kurnianingsih dan Trisna Maharani pada tahun 2020, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh manfaat *percivied*, kemudahan penggunaan *percivied*, fitur layanan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan *e-money*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, fitur layanan, dan

⁴² Marthauli et.all, "Pengaruh Ketersediaan Fitur Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan BCA Mobile Di Wilayah Jabodetabek", *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Perbankan*, Vol. 8 No. 1, 2021, hal. 1470

kepercayaan terhadap minat penggunaan *e-money*.⁴³ Adapun persamaan dalam penelitian ini terletak pada variabel independen yaitu fitur layanan. Sedangkan perbedaannya pada variabel independen yaitu manfaat, kemudahan, dan kepercayaan dan objek penelitian yaitu *e-money*.

9. Penelitian oleh Moh. Faqih Afghani dan Emma Yulianti pada tahun 2016, yang bertujuan untuk mengetahui dampak dari kepercayaan, keamanan, risiko yang mengetahui dampak dari kepercayaan, keamanan, risiko yang dirasakan, dan kesadaran terhadap adopsi *e-banking* bank nasabah BRI yang berlokasi di Surabaya. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pengumpulan data, penelitian ini merupakan penelitian survey dimana data dikumpulkan melalui kuisioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan dan kesadaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap adopsi *e-banking*, namun keamanan dan risiko yang dirasakan tidak berpengaruh signifikan terhadap adopsi layanan *e-banking*.⁴⁴ Adapun persamaan dalam penelitian ini terletak pada variabel independen yaitu keamanan. Sedangkan perbedaannya pada variabel independen yaitu kepercayaan, risiko, dan kesadaran dan variabel dependen yaitu *e-banking*.

⁴³ Heny Kurnianingsih dan Trisna Maharani, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Di Jawa Tengah", *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Teknologi*, Vol. 12 No. 1, 2020, hal. 10

⁴⁴ Moh. Faqih Afghani dan Emma Yulianti, "Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, Serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi E-Banking Di Bank BRI Surabaya", *Journal of Business and Banking*, Vol. 6 No. 1, 2016, hal. 126

10. Penelitian oleh Ida Mentayani, Rusmanto, dan Rahmiati pada tahun 2016, yang bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh mengenai pengaruh kemampuan teknologi, kemudahan, risiko, dan fitur layanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* pada Bank BRI di Kota Banjarmasin. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemampuan teknologi informasi, kemudahan, risiko, dan fitur layanan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*.⁴⁵ Adapun persamaan dalam penelitian ini terletak pada variabel independen yaitu fitur layanan dan analisis yang digunakan. Perbedaannya pada variabel independen lainnya yaitu kemampuan teknologi, kemudahan, dan risiko, juga pada variabel dependen yaitu *internet banking*.

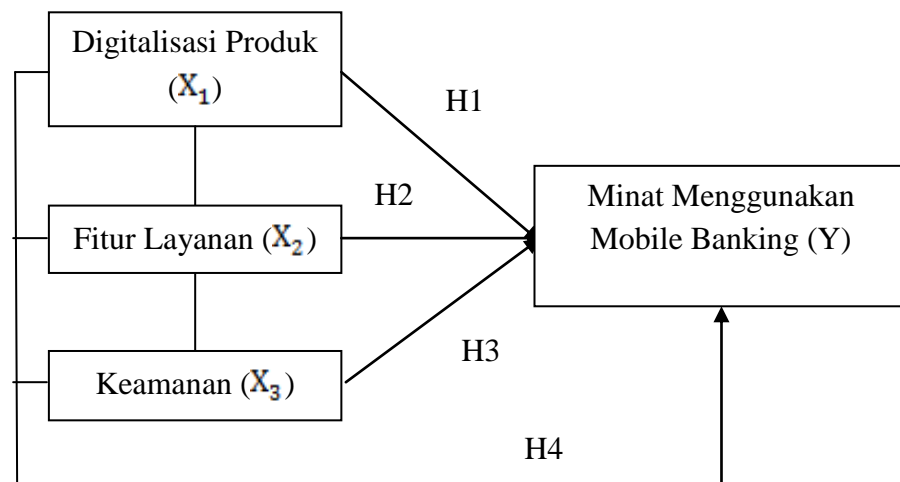
G. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual akan menghubungkan secara teoritis antara variabel-variabel penelitian, yaitu antara variabel independen dengan variabel dependen.⁴⁶ Dalam penelitian ini, kerangka konseptual menggambarkan hubungan variabel independen, yaitu digitalisasi produk (X1), fitur layanan (X2), dan keamanan (X3) terhadap variabel dependen,

⁴⁵ Ida Mentayani et.all, "Pengaruh Kemampuan Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Empiris Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia di Kota Banjarmasin)", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol.9 No.2, 2016, hal. 60

⁴⁶ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hal. 128

yaitu minat generasi Z menggunakan mobile banking pada Bank Syariah (Y). Adapun kerangka konseptual dari penelitian ini disajikan pada Bagan 2.1 seperti di bawah ini.



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian sesuai dengan rumusan masalah. Sesuai dengan kerangka pemikiran dan untuk member arah pada proses penelitian, pada penelitian ini peneliti akan mengajukan hipotesis atau dugaan sementara yaitu:

Hipotesis 1

H_0 : Tidak terdapat pengaruh digitalisasi produk terhadap minat menggunakan mobile banking pada bank syariah

H_a : Terdapat pengaruh digitalisasi produk terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada bank syariah

Hipotesis 2

H_0 : Tidak terdapat pengaruh fitur layanan terhadap minat menggunakan mobile banking pada bank syariah

H_a : Terdapat pengaruh fitur layanan terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada bank syariah

Hipotesis 3

H_0 : Tidak terdapat pengaruh keamanan terhadap minat menggunakan mobile banking pada bank syariah

H_a : Terdapat pengaruh keamanan terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada bank syariah

Hipotesis 4

H_0 : Tidak terdapat pengaruh digitalisasi produk, fitur layanan, dan

keamanan terhadap minat menggunakan mobile banking pada
bank syariah

H_a : Terdapat pengaruh digitalisasi produk, fitur layanan, dan
keamanan terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada
bank syariah