

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi membuat setiap kegiatan manusia dibantu oleh mesin. Perkembangan teknologi yang semakin cepat dapat dilihat dengan adanya era digitalisasi dimana setiap kegiatan sudah banyak yang dapat dilakukan sendiri dengan bantuan teknologi. Teknologi digital telah mempengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan manusia dengan membawa perubahan dan terus berkembang dari waktu ke waktu¹. Contohnya digitalisasi saluran tv yang awalnya saluran tv analog dirubah menjadi tv digital, munculnya alat pembayaran digital dan dompet digital yang memungkinkan masyarakat melakukan transaksi tanpa menggunakan uang fisik. Menurut Menteri Kominfo Jhony G Plate transformasi digital dilakukan dengan fokus pada beberapa sektor salah satunya adalah jasa keuangan digital, hal tersebut sebagai upaya mempercepat upaya transformasi digital nasional². Perbankan sebagai salah satu lembaga keuangan yang memiliki peran penting dalam kegiatan ekonomi masyarakat, juga melakukan peningkatan dengan melakukan pembaruan pada layanan yang diberikan. Perkembangan teknologi juga dapat dirasakan dalam kegiatan perbankan diantaranya adanya mesin ATM, internet banking, mobile banking, serta layanan lainnya yang menggunakan bantuan teknologi. Digitalisasi di bidang perbankan mengakibatkan munculnya bank digital.

¹ Annisa Putri, "*Adaptasi Menuju Masyarakat Digital*", dalam djppi.kominfo.go.id diakses 21 desember 2023

² Donioo3, "*10 Sektor Prioritas untuk Memacu Transformasi Digital*", dalam kominfo.go.id diakses tanggal 21 Desember 2023

Penggunaan layanan bank digital juga digunakan pada bank-bank konvensional seperti mobile banking, internet banking, dan sebagainya. Penggunaan layanan perbankan digital juga didukung oleh banyaknya antusias masyarakat yang menggunakan layanan tersebut. Akan tetapi meski banyak masyarakat yang sudah menggunakan layanan tersebut masih banyak masyarakat yang enggan menggunakan bank digital, hal tersebut sesuai dengan survei yang dilakukan oleh *RB Consulting, Research & Business Consulting* bekerja sama dengan *Infinity CXT* dan *Essensight Qualitative Agency* menunjukkan bahwa tingkat penetrasi digital banking masih mencapai 30% dan 70% masih memiliki rekening bank konvensional. Dari hasil survey yang peneliti lakukan pada mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung melalui penyebaran kuisioner menunjukkan bahwa mahasiswa yang menggunakan bank digital masih mencapai 17% dan 83% menggunakan bank konvensional. Keikutsertaan dalam menggunakan layanan bank digital seperti *mobile banking* maupun *internet banking* tidak sejalan dengan tingkat minat mereka pada bank digital, dari hal tersebut terlihat kesenjangan dimana masyarakat sudah tertarik dan mulai menggunakan layanan bank digital tapi minat mereka pada bank digital masih cukup rendah. Memahami minat konsumen sangat diperlukan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran dan pengalaman konsumen³. Ketika konsumen mengungkapkan keinginan terhadap produk atau layanan yang

³ Muh. Fahrurrozi, "*Entrepreneurship dan Digitalisasi: Mengembangkan Bisnis di Era 5.0*", (Selong: Universitas Hamzanwadi Press, 2023), hal. 30

ditawarkan oleh suatu bisnis, maka transaksi penjualan dapat dilakukan⁴. Tujuan pemasaran adalah untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan sasaran dengan cara yang lebih baik daripada pesaing⁵. Kemampuan memahami perilaku konsumen yang baik berarti perusahaan berhasil dalam memenuhi kebutuhan konsumen, hal tersebut juga menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produk dan memberikan kepuasan bagi konsumen dan perusahaan itu sendiri⁶. Para pelaku bisnis dituntut untuk mampu mengembangkan strategi-strategi untuk menarik calon konsumen⁷. Melihat dari upaya percepatan transformasi tersebut, tentu perusahaan yang menyediakan layanan digital seperti bank digital, juga perlu melakukan strategi untuk dapat memahami kebutuhan dan keinginan konsumen dalam memberikan layanan digital. Pada dasarnya setiap perusahaan harus memiliki strategi dalam pemasaran yang kuat agar tidak kalah dengan pesaing dan produknya dapat diterima oleh masyarakat⁸.

Minat merupakan respon suka atau ketertarikan seseorang terhadap sesuatu, minat juga merupakan salah satu sumber motivasi seseorang yang mendorong untuk melakukan sesuatu yang sesuai dengan keinginannya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) minat merupakan

⁴ Rizka Agustina Permatasari dan Rendra Erdkhadifa, "Pengaruh Citra Merek, Harga, Pelayanan, dan Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Pada Dendy Sky View Tulungagung", dalam *ejournal.iainmadura.ac.id*, diakses 26 Desember 2023

⁵ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, "*Marketing Management, Thirteenth Edition (Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas)*" Rob Sabran, (Penerbit Erlangga, 2008), hal 165

⁶ Rini Dwi Astuti dan Agustina Shinta, "Perilaku Konsumen: Prespektif Perilaku Konsumen" dalam <http://www.wisynu.lectur.ub.ac.id>, diakses 22 Desember 2023

⁷ Aris Munandar dan Rendra Erdkhadifa, "Pengaruh Word of Mouth, Kualitas Pelayanan, Media Sosial, Store Atmosphere, Fasilitas, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Warkop Kidol Lepen Tulungagung", dalam *ejournal.uinsatu.ac.id*, diakses 26 Desember 2023

⁸ Rendra Erdkhadifa dan Bella Nureza Novariana, "Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Dengan Pendekatan Regresi Linier Biner", dalam *iainkediri.ac.id*, diakses 26 Desember 2023

kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Dalam melakukan suatu kegiatan, seseorang tentu saja memiliki alasan untuk melakukannya, alasan tersebut dapat disebabkan oleh beberapa hal salah satunya adalah minat. Menurut Anwar Minat menggunakan merupakan kecenderungan, keinginan, kegairahan yang tinggi atau rasa ketertarikan kepada suatu hal dan adanya kemauan yang timbul dari dalam individu tanpa ada yang memerintah terhadap sesuatu. Semakin kuat rasa ketertarikan maka semakin besarnya minat dan akhirnya timbul keinginan⁹. Memilih sesuatu berdasarkan minat tidak lepas dari faktor-faktor yang mempengaruhinya, minat dapat muncul dari dalam diri seseorang salah satunya adalah faktor dorongan yang merupakan faktor paling dekat dengan diri seseorang yang mana faktor tersebut memang muncul atau hadir dalam diri seseorang tanpa ada pengaruh dari orang lain. Faktor kedua ialah faktor motif sosial, faktor ini muncul dikarenakan untuk melakukan suatu aktivitas supaya dapat diterima juga bisa diakui oleh lingkungan sehingga lingkungan sosial bisa memberikan motivasi agar minat dimaksud tercapai sesuai harapan, minat tersebut dapat dikatakan semacam kompromi pihak individu dengan lingkungan sosialnya¹⁰. Menurut Kotler dan Keller dalam teori perilaku konsumen menjelaskan bahwa perilaku konsumen dalam memilih produk dan jasa dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain faktor pribadi, faktor sosial, faktor budaya, dan faktor psikologi. Menurut Reber minat dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain: yang pertama faktor internal yang meliputi pemusatan perhatian, keinginan,

⁹ Nursiah, Muh. Ferils, Jamaludin Kamarudin, "Analisis Minat Menggunakan *Mobile Banking*" dalam journal.feb.unmul.ac.id diakses tanggal 4 Juli 2023

¹⁰ Fadali Rahman dan Aang Kunaifi, "Manajemen Pemasaran Syariah Konsep Dasar, E-Marketing dan Startegi", (Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2022), hal. 34

motivasi, dan kebutuhan. Kedua faktor eksternal yang meliputi keluarga, rekan, tersedia prasarana dan sarana, serta keadaan. Crow dan Crow menyebutkan ada 3 faktor yang menimbulkan minat dalam diri seseorang, antara lain faktor kebutuhan dari dalam yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan, faktor motif sosial yang didorong oleh motif sosial seperti kebutuhan mendapatkan pengakuan dan penghargaan dari lingkungan, faktor emosional ialah faktor yang merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap objek atau kegiatan tertentu¹¹.

Menurut Kotler dan Keller dalam teori perilaku konsumen, perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh teknologi. Teknologi merupakan rangsangan lain yang akan mempengaruhi perilaku konsumen. Rangsangan lain seperti situasi ekonomi, perkembangan teknologi, pengaruh politik dan budaya yang dirasakan konsumen secara langsung dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam menggunakan suatu produk¹². Survey yang dilakukan oleh Populix mengenai alasan masyarakat menggunakan bank digital, sebanyak 65% disebabkan karena faktor berbagai fitur yang dimiliki oleh bank digital¹³. Salah satu fitur atau layanan yang diberikan adalah *self-service technology*. Perkembangan digitalisasi di berbagai bidang tersebut semakin banyak nasabah yang lebih memilih melakukan transaksi sendiri sehingga bank

¹¹ Iin Soraya, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta Dalam Mengakses Forta Media Jakarta Smart City" dalam ejournal.bsi.ac.id diakses tanggal 5 Juni 2023

¹² Anang Firmansyah, "Manajemen Pemasaran", (Surabaya: UMSurabaya Publishing, 2023), hal. 71

¹³ Reza Pahlevi, Alasan Responden Menggunakan Bank Digital, dalam databoks.katadata.co.id, diakses tanggal 5 Juli 2023

memberikan layanan *self-service technology* yang memberikan kemudahan bagi nasabah melakukan pelayanan bertransaksi secara mandiri¹⁴.

Self-service technology atau SST merupakan teknologi yang memungkinkan seseorang untuk melakukan pelayanan sendiri tanpa perantara karyawan contohnya adalah penerapan mesin mesin ATM pelayanan perbankan melalui *internet banking*, *e-commerce*, dan lain sebagainya. Keberadaan dari *self-service technology* sangat berpengaruh terhadap kebiasaan seseorang saat ini, disebabkan orang datang ke toko untuk mendapat pelayanan dari karyawan namun sekarang orang dapat melayani diri sendiri melalui handphone. *Self-service technology* juga merupakan salah satu strategi perbankan dalam meningkatkan kualitas pelayanannya, pandemi *covid 19* mengharuskan adanya pembatasan kegiatan masyarakat yang dimana kegiatan yang menimbulkan keramaian harus dikurangi, perbankan merupakan lembaga keuangan yang paling banyak digunakan oleh masyarakat yang tentu saja kegiatan operasionalnya akan menimbulkan keramaian, oleh sebab itu pihak perbankan dituntut untuk dapat memberikan pelayanan ditengah pembatasan kegiatan masyarakat. Oleh sebab itu, adanya *self-service technology* seperti *internet banking*, *ATM*, dan *mobile banking* juga merupakan salah satu upaya perbankan tetap memberikan pelayanan yang maksimal ditengah pandemi. Selain itu, perkembangan digitalisasi juga menuntut kegiatan perbankan dilakukan dengan digital untuk mempermudah dan memberikan efisiensi bagi nasabah untuk melakukan kegiatan transaksi

¹⁴ Nurjuni Anita, Miti Yarmunida, dan Yenti Sumarni, "Pengaruh *Self-service Technology (SST)* Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Layanan Digital (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia), dalam journal.uir.ac.id, diakses tanggal 15 Juni 2023

perbankan. Hadirnya *self-service technology* seperti pembukaan rekening melalui daring, aplikasi *mobile banking*, konsultasi keuangan, dan *self service technology* lainnya yang ada didalam bank digital menunjukkan bahwa pelayanan *self-service* yang ada didalam bank digital lebih beragam. Penggunaan *self-service technology* berpengaruh terhadap minat menggunakan bank digital. Hal tersebut dikarenakan kebutuhan akan pelayanan yang efisien dan cepat, dengan adanya *self-service technology* masyarakat yang menggunakan jasa perbankan dapat memperoleh layanan yang cepat dan efisien dimana masyarakat tidak perlu datang langsung ke kantor bank, semua dapat dilakukan sendiri baik melalui *ATM*, *Internet Banking*, dan *Mobile Banking*. Seperti yang diungkapkan oleh seorang futurolog Nicholas Negroponte, bahwa dunia semakin lama semakin digital. Semakin banyaknya fasilitas yang digunakan oleh perbankan untuk memberikan pelayanan kepada nasabah, maka semakin kompleks penggunaan teknologi informasi yang digunakan serta dimiliki oleh pihak bank¹⁵.

Salah satu faktor yang dipertimbangkan nasabah dalam memilih bank adalah faktor keamanan. Nasabah menabung atau menyimpan barang-barang berharga di bank karena kebutuhan akan rasa aman¹⁶. Penggunaan teknologi dalam bank digital dapat memungkinkan kegiatan operasional bank tidak dilakukan secara manual atau konvensional tetapi secara otomatis dan proses transaksi dapat dilaksanakan sendiri oleh konsumen dengan cepat dan mudah

¹⁵ Heru Kreshna Reza dan Melly Susanti, "Keuangan Digital", (Cirebon: Yayasan Wiyata Bestari Samasta, 2019), hal. 1

¹⁶ Tatik Suryani, "Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global Menciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah", (Jakarta: Penadamedia Group, 2017), hal 203

salah satunya melalui layanan self-service technology¹⁷. Keamanan dalam bank digital merupakan keamanan yang berkaitan dengan perlindungan data pribadi nasabah, keamanan informasi menjadi salah satu perhatian besar bagi pengguna internet dikarenakan kurangnya keamanan dapat mengakibatkan kepercayaan nasabah menjadi turun. Masalah umum yang mempengaruhi keamanan informasi dan privasi pelanggan adalah kurangnya *control* keamanan penyedia layanan elektronik dan hilangnya privasi, dan masalah penyalahgunaan informasi rahasia konsumen¹⁸. Persepsi ketakutan nasabah dapat mempengaruhi opsi nasabah dalam memilih layanan digital perbankan. Dalam hal ini nasabah akan mempertimbangkan aspek keamanan data pribadi dan transaksi sebelum memutuskan untuk menggunakan layanan digital perbankan. Produk adopsi digital akan dapat digunakan dengan baik jika memang para nasabah juga mendapatkan jaminan keamanan atas data-data penting mereka dan keamanan transaksi¹⁹. Risiko adanya serangan siber atau sejenisnya akan menimbulkan persepsi sendiri bagi nasabah hal tersebut sangat berhubungan dengan kepercayaan nasabah kepada perbankan. Hal tersebut didasari dengan hasil riset penelitian yang dilakukan oleh Sujadi dan Saputro bahwa aspek keamanan terhadap transaksi dan data-data nasabah akan mempengaruhi aspek trust sebuah nasabah pada layanan e banking atau pada perbankan pada umumnya²⁰. Dalam UU No. 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas UU No.7 Tahun 1992 Tentang Perbankan yang menjelaskan

¹⁷ Ikatan Bankir Indonesia, “Memahami Bisnis Bank Modul Sertifikasi Tingkat General Bank”, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013), hal. 217

¹⁸ Sastya Hendri Wibowo, “Teknologi Digital Di Era Modern”, (Koto Tangah Padang: PT Global Eksekutif Teknologi, 2023), hal. 51

¹⁹ Edy Purwo Saputro, dkk., “Digitalisasi Perbankan...”, hal 121

²⁰ Edy Purwo Saputro, “Digitalisasi Perbankan: Prospek, Tantangan, dan Kinerja”, (Surakarta: Muhamadiyah University Press, 2022), hal. 126

asas-asas perbankan salah satunya adalah asas kerahasiaan, asas kerahasiaan erat kaitannya dengan perlindungan data nasabah. Bank harus memiliki pengelolaan data nasabah yang kuat dan dapat melindungi data-data nasabah²¹.

Dalam menjalankan kegiatan perbankan, asas kepercayaan adalah suatu asas yang menyatakan bahwa usaha bank dilandasi oleh hukum kepercayaan antara bank dan nasabahnya. Bank terutama berkerja dengan dana masyarakat yang disimpan padanya atas dasar kepercayaan, sehingga setiap bank perlu menjaga kesehatannya dengan tetap memelihara dan mempertahankan kepercayaan masyarakat²². Bank sendiri memang digambarkan sebagai lembaga yang berdasar pada kepercayaan dan rasa percaya. Kepercayaan menjadi hal yang paling penting, karena pada dasarnya kegiatan ekonomi semua pihak terkait pasti ingin diuntungkan²³. Kepercayaan konsumen dinyatakan sebagai komponen penting untuk menjaga hubungan yang berkelanjutan antara pihak yang terlibat dalam suatu bisnis. Melalui kepercayaan yang terbangun diantara berbagai pihak yang terlibat dalam bisnis memungkinkan bisnis dapat terjalin dengan lebih intensif dikarenakan masing-masing pihak memiliki kepercayaan untuk memenuhi tanggung jawab. Akbar dan Parvez menjelasakn bahwa diperlukan sebuah kepercayaan untuk bisa membangun hubungan yang stabil dan hubungan yang menyeluruh diantara berbagai pihak yang terlibat interaksi. Bank digital juga memberikan

²¹ Yehezkiel Kevin Tirtawijaya, dan Wagiman, “Analisis Penguatan Sistem Perbankan Digital di Indonesia Berdasarkan Asas-Asas Perbankan” dalam journal.unibos.ac.id diakses 7 Juli 2023

²² Rachmadi Usman, “Aspek-Aspek Hukum Perbankan di Indonesia”, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001), hal. 17

²³ Edy Purwo Saputro, dkk., “Digitalisasi Perbankan: Pospek, Tantangn, & Kinerja”, (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2022), hal. 8

layanan seperti bank umum yaitu lembaga yang menyediakan jasa menghimpun serta menyalurkan dana, maka diperlukan rasa kepercayaan antara pihak bank dan nasabah atau calon nasabah yang hendak menggunakan jasa bank digital²⁴. Kepercayaan juga tertuang dalam UU No. 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas UU No. 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan, dalam undang-undang tersebut menjelaskan mengenai asas kepercayaan dalam perbankan. Asas kepercayaan yaitu bank sebagai pelaksana prinsip kepercayaan untuk memegang dan menyimpan uang nasabah, selain itu bank juga memiliki kapasitas untuk menyalurkan uang nasabah²⁵.

Mahasiswa adalah peserta didik yang belajar dalam lingkungan universitas atau perguruan tinggi. Mahasiswa juga disebut sebagai *agent of change* dalam kehidupan sebagai generasi penerus, mahasiswa diambil dari kata “maha” dan “siswa”. Maha memiliki arti “ter” yang bermakna lebih tinggi dari sekedar pelajar, sedangkan siswa berarti pelajar. Dengan kata lain mahasiswa diartikan sebagai terpelajar, sebagai siswa terpelajar diartikan sebagai seorang pelajar yang tidak hanya belajar secara akademik tetapi seorang siswa yang memiliki inovasi, kreativitas tinggi dibidang tertentu²⁶. Mahasiswa perbankan syariah merupakan sekelompok pelajar yang mempelajari lebih dalam mengenai kegiatan perbankan serta memiliki pengetahuan lebih dalam perkembangan dunia perbankan. Program studi Perbankan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung memiliki

²⁴ Yohana Neysa Setyawan dan Edwin Japariato, “Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksebilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya”, dalam <https://media.neliti.com>, diakses tanggal 15 Juni 2023

²⁵ Yehezkiel Kevin Tirtawijaya, dan Wagiman, “Analisis Penguatan Sistem...” dalam journal.unibos.ac.id, diakses 7Juli 2023

²⁶ Deepublish Store, “6 Pengertian Mahasiswa Menurut Para Ahli dan Secara Umum”, dalam <https://deepublishstore.com>, diakses tanggal 6 Juni 2023

tujuan untuk membina dan mengembangkan kehidupan masyarakat akademii yang didukung oleh budaya ilmiah dan suasana akademik yang menjunjung tinggi kebenaran, obyektivitas, terbuka, jujur, kritis, kreatif, inovatif, dan tanggap pada perubahan perkembangan ilmu dan teknologi perbankan syariah²⁷. Mahasiswa perbankan dianggap memiliki pengetahuan dan informasi lebih mengenai perkembangan perbankan dan perkembangan kegiatan transaksi perbankan. Hal tersebut ditunjukkan dengan banyaknya penggunaan transaksi digital perbankan dimana sudah banyak atau bahkan mayoritas mahasiswa khususnya mahasiswa perbankan syariah yang menggunakan layanan perbankan digital contohnya ATM, *internet banking*, dan *mobile banking*, dari hal tersebut dapat dilihat bahwa literasi transaksi perbankan digital mahasiswa perbankan syariah sudah cukup tinggi dimana mahasiswa sudah memiliki informasi serta dapat mengoperasikan aplikasi atau sarana transaksi digital dalam kegiatan perbankan. Namun minat menggunakan bank digital pada mahasiswa masih kurang yaitu mahasiswa perbankan syariah masih enggan menggunakan bank digital.

Dari hal diatas yang mendasari peneliti mengambil judul pengaruh “Pengaruh *Self Service Technology*, Keamanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Bank Digital Pada Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung”.

²⁷ Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN SATU Tulungagung, “Pofil PS”, dalam <https://febi.uinsatu.ac.id> diakses tanggal 7 Juni 2023

B. Identifikasi Masalah

1. Rendahnya minat mahasiswa terhadap Bank digital. Disebabkan berbagai hal salah satunya adalah kurangnya jumlah perbankan yang berbasis digital. Sebagian besar perbankan hanya memiliki produk semi digital seperti *mobile banking* ataupun *internet banking*.
2. Selain itu penggunaan perbankan konvensional yang memiliki produk semi-digital membuat mahasiswa juga enggan menggunakan karena sudah memiliki produk perbankan digital untuk menunjang kegiatan transaksi perbankan.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah *Self-service Technology*, Keamanan, dan Kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap minat mahasiswa perbankan syariah menggunakan bank digital?
2. Apakah *Self-service Technology* berpengaruh terhadap minat mahasiswa perbankan syariah menggunakan bank digital?
3. Apakah Keamanan berpengaruh terhadap minat mahasiswa perbankan syariah menggunakan bank digital?
4. Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa perbankan syariah menggunakan bank digital?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *self-service technology*, keamanan, dan kepercayaan secara simultan terhadap minat mahasiswa perbankan syariah menggunakan bank digital.

2. Untuk mengetahui pengaruh *self-service technology* terhadap minat mahasiswa perbankan syariah menggunakan bank digital
3. Untuk mengetahui pengaruh keamanan terhadap minat mahasiswa perbankan syariah menggunakan bank digital
4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat mahasiswa perbankan syariah menggunakan bank digital.

E. Kegunaan Penelitian

1. Secara teoritis dapat memberikan gambaran kepada pengembangan teori yang berkaitan dengan pengaruh penggunaan teknologi, keamanan, dan kepercayaan terhadap minat mahasiswa menggunakan bank digital, serta dapat memberikan wawasan dan pengetahuan mengenai bank digital.

2. Secara praktis

- a. Bagi Akademik

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai dokumen akademik yang selanjutnya dapat digunakan untuk menambah ilmu pengetahuan dan wawasan baru tentang lembaga keuangan khususnya perkembangan dunia perbankan bagi pembaca, serta dapat digunakan sebagai referensi penelitian kembali.

- b. Bagi Mahasiswa

Dapat menambah wawasan dan informasi mengenai perbankan digital dan layanan-layanan yang diberikan.

- c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh peneliti selanjutnya sebagai sumber rujukan dan informasi serta dapat

berkontribusi keilmuan yang dapat membantu penelitian sejenis dimasa yang akan datang.

F. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

1. Ruang lingkup pada penelitian ini mencakup *self-service technology*, kepercayaan, dan keamanan sebagai variabel independen dan satu variabel dependen yaitu minat mahasiswa perbankan syariah menggunakan bank digital.
2. Batasan penelitian. Dalam melakukan analisis hasil penelitian maka dalam penelitian ini difokuskan dan dibatasi yaitu mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual
 - a. Minat menggunakan bank digital adalah bentuk keinginan untuk menggunakan atau menggunakan kembali bank digital²⁸.
 - b. *Self-service Technology* adalah teknologi antarmuka yang mengizinkan pelanggan untuk memperoleh pelayanan jasa ataupun transaksi secara mandiri seperti layanan yang dilakukan oleh karyawan secara langsung²⁹.
 - c. Kepercayaan adalah keyakinan satu pihak pada reliabilitas, durabilitas, dan integritas pihak lain dalam relationship dan keyakinan bahwa tindakannya merupakan kepentingan yang paling

²⁸ Rusmin, "Pengaruh Promosi Penjualan, Presepsi Kemudahan, dan Presepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan *E-Money* (Studi Pada Pengunjung Pusat Perbelanjaan Mall Olympic Garden Malang)", (Malang: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2017), hal. 13

²⁹ Gita Fitri Desannuari dan Regi Ludtriani, "Pengaruh *Self-service technology* terhadap pengembangan usaha dan kepuasan konsumen di masa pandemic covid-19 pada model bisnis restoran", dalam jurnal.arkainstitute.co.id, diakses tanggal 26 Juni 2023

baik dan akan menghasilkan hasil positif bagi pihak yang dipercaya³⁰.

- d. Keamanan adalah suatu usaha untuk menghindari timbulnya atau adanya ancaman kejahatan yang akan mengganggu³¹
- e. Bank Digital adalah bank berbadan hukum yang menyediakan dan menjalankan kegiatan usaha bank terutama melalui saluran elektronik tanpa kantor fisik selain kantor pusat atau menggunakan kantor fisik yang terbatas³².

2. Definisi Operasional

Dengan menggunakan skala rasio maka akan dapat dianalisis secara matematik dan diketahui pengaruh antara variabel bebas yang meliputi sefl-service technology, keamanan, dan kepercayaan terhadap variabel terikat yaitu tingkat minat mahasiswa perbankan syariah menggunakan bank digital baik secara simultan maupun secara parsial. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan melakukan penyebaran kuisisioner yaitu dengan memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

- a. Jenis data pada variabel minat menggunakan bank digital adalah data primer dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuisisioner berupa pernyataan kepada responden dengan indikator

³⁰ Yonata Sulle, "Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Komitmen Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Papua Cabang Kepi)", dalam dinastirev.org, diakses 27 Juni 2023

³¹ Mahasiswa jurusan Teknik Informatika Unpas, "Keamanan", dalam unpas.ac.id, diakses tanggal 27 Juni 2023

³² I Nyoman Wahyu Widiana, dkk., "Bisnis dan Ekonomi Digital", (Padang: PT Global Eksekutif Teknologi, 2023), hal 147

- minat eksploratif, minat transaksional, minat referensial, dan minat preferensial .
- b. Jenis data variabel self-service technology berupa data primer melalui penyebaran kuisisioner pernyataan seputar self-service technology kepada responden dengan indikator keandalan, daya tanggap, *simple and easy to use*, *respon request quicly*, *enjoyment*, *security*, *design*, jaminan, *convenience*, dan *customization*.
 - c. Jenis data pada variabel keamanan berupa data primer dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuisisioner pernyataan kepada responden dengan indikator kerahasiaan, keamanan, terjaminnya keamanan, perlindungan transaksi, dan keamanan sesuai harapan.
 - d. Jenis data variabel kepercayaan berupa data primer dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuisisioner berupa pernyataan kepada responden dengan indikator kredibilitas, reliabilitas, *intimacy*, *orientation*, kepercayaan terhadap atribut, dan pentingnya atribut.

H. Sistematika Skripsi

BAB I PENDAHULUAN terdiri dari latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian penegasan istilah dan sistematika skripsi

BAB II LANDASAN TEORI terdiri dari teori yang membahas variabel, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian

BAB III METODE PENELITIAN terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, populasi sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel,

dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrument penelitian, analisis data

BAB IV HASIL PENELITIAN terdiri dari hasil penelitian yang berisi deskripsi data pengujian hipotesis

BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN berisi pembahasan data penelitian dan hasil analisis

BAB VI PENUTUP terdiri dari kesimpulan dan saran atau rekomendasi