

**“PENGARUH PENGETAHUAN NASABAH, KEPERCAYAAN,
DAN MUTU *E-BANKING* TERHADAP MINAT
BERTRANSAKSI *ONLINE*”**

(STUDI KASUS NASABAH BNI SYARIAH KCU JAKARTA

BARAT)



SKRIPSI

**Disusun untuk Melengkapi Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

Oleh :

AHMAD HUSEIN TANJUNG

NIM : 1607025037

NIMKO : 3954020216037

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF.DR.HAMKA
JAKARTA
TAHUN 2020 M/1441 H**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Kepercayaan, Mutu *E-banking* Terhadap Minat Bertransaksi Online (Studi Kasus Nasabah Bank BNI Syariah KCU Jakarta Barat)” merupakan hasil karya asli saya yang diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) pada Program Studi Perbankan Syariah di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jakarta Selatan.
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jakarta Selatan.
3. Jika di kemudian hari terbukti bahwa karya ini merupakan hasil jiplakan dari karya orang lain, maka bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jakarta Selatan.

Jakarta, 08 Agustus 2020

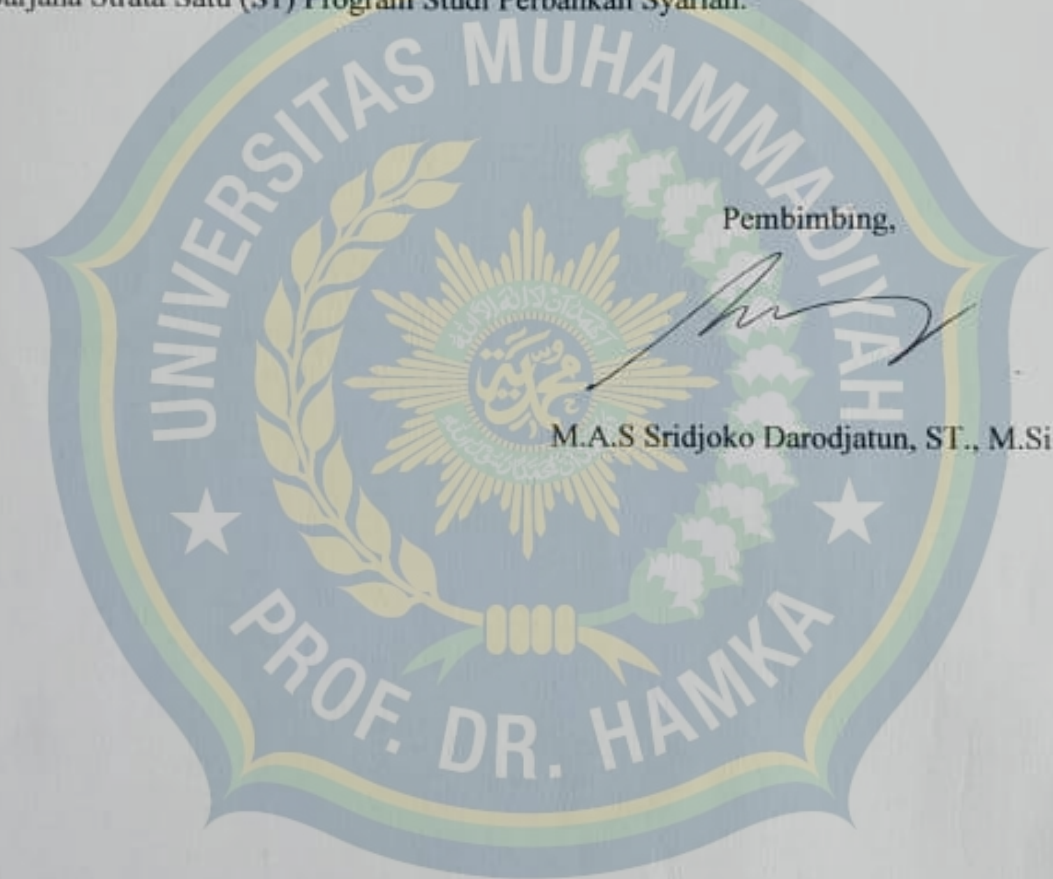


Ahmad Husein Tanjung

NIM. 1607025037

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Kepercayaan, dan Mutu *E-Banking* Terhadap Minat Bertransaksi Online (Studi Kasus Nasabah Bank BNI Syariah KCU Jakarta Barat)”, ditulis oleh Ahmad Husein Tanjung, NIM: 1607025037, NIMKO: 3954020216037, telah disetujui untuk diajukan ke dalam sidang Skripsi Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah.







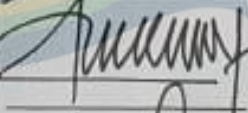
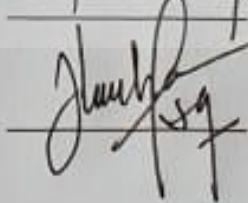
PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “ Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Kepercayaan, dan Mutu *E-Banking* Terhadap Minat Bertransaksi Online (Studi Kasus Nasabah Bank BNI Syariah KCU Jakarta Barat)”, ditulis oleh Ahmad Husein Tanjung, NIM: 1607025037, NIMKO: 3954020216037, telah diujikan ada hari Selasa, 18 Agustus 2020, diterima dan disahkan oleh Dewa Penguji Skripsi Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah.

FAKULTAS AGAMA ISLAM

Dekan,


(Fitri Liza, M.A.)

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Fitri Liza, M.A</u> Ketua		<u>16/08/2020</u>
<u>Ai Fatimah Nur Fuad, M.A, Ph.D</u> Sekertaris		<u>10/09/2020</u>
<u>M.A.S Sridjoko Darodjatun, ST., M.Si</u> Anggota/Pembimbing		<u>05/09/2020</u>
<u>Arif Hamzah, S.Ag., M.A</u> Anggota/Penguji I		<u>09/09/2020</u>
<u>Mitra Sami Gultom, S.E.I., M.E.I</u> Anggota/Penguji II		<u>08/09/2020</u>

ABSTRAKSI

Ahmad Husein Tanjung, *Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Kepercayaan, dan Mutu e-banking Terhadap Minat Bertransaksi Online (Studi Kasus Nasabah Bank BNI Syariah KCU Jakarta Barat)*. Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

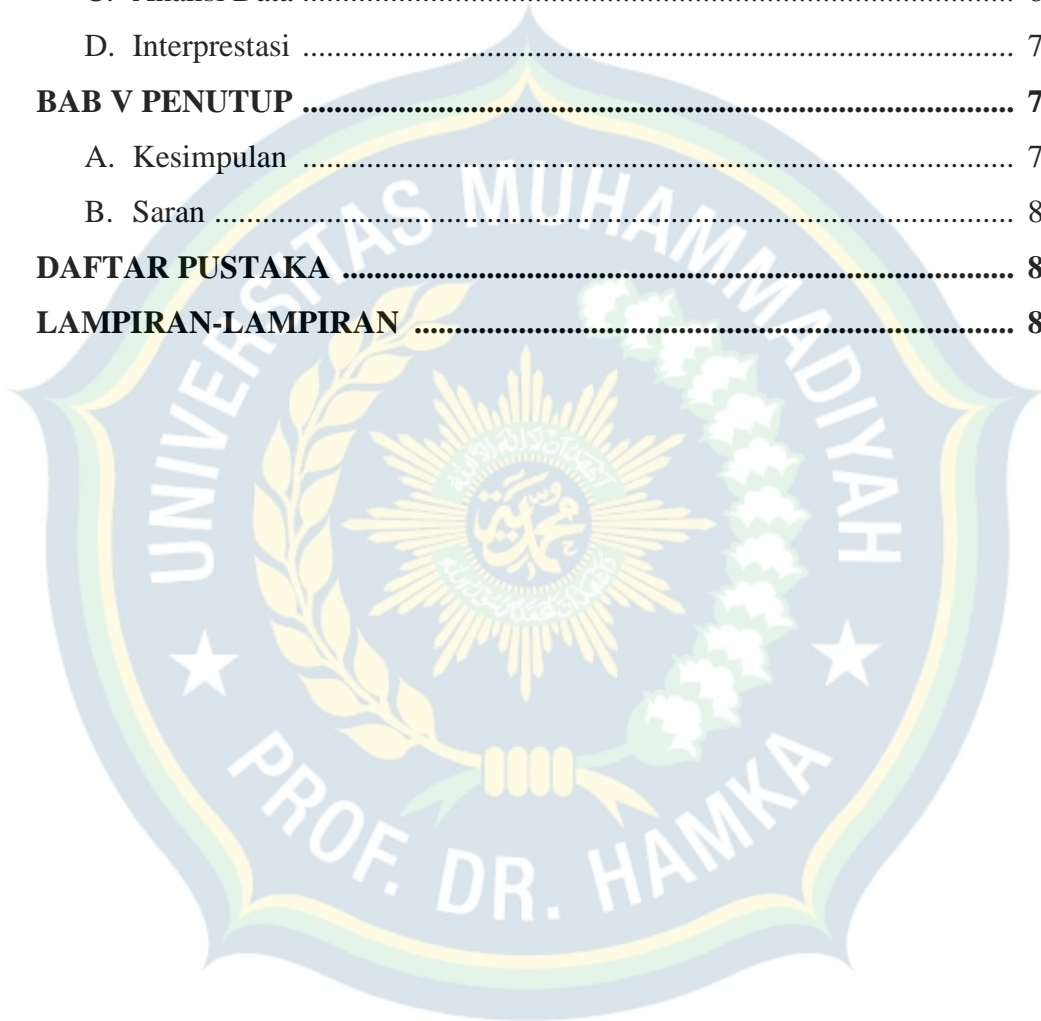
Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif bertujuan untuk mengetahui: pengaruh pengetahuan nasabah, kepercayaan, dan mutu *e-banking* secara bersama-sama terhadap minat bertransaksi online. Populasi penelitian ini adalah nasabah Bank BNI Syariah yang menggunakan *electronic banking* dan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 100 nasabah. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel dependen. kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa variabel pengetahuan nasabah, kepercayaan, dan mutu *e-banking* berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap minat bertransaksi online. Angka *Adjusted R Square* sebesar 0,749 menunjukkan bahwa 74,9 persen variasi minat bertransaksi online bisa dijelaskan oleh ketiga variabel independen yang digunakan dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar 25,1 persen dijelaskan oleh variabel lain di luar ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Pengetahuan Nasabah, Kepercayaan, Mutu E-banking dan Minat Bertransaksi Online.*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN PANITIA UJIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Pembatasan Masalah	9
D. Perumusan Masalah	9
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
F. Penelitian Terdahulu yang Relevan	11
G. Sistematika Penulisan	13
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Minat Transaksi Secara Online	14
B. Pengetahuan	17
C. Kepercayaan	18
D. Mutu <i>E-Banking</i>	22
E. <i>Electronic Banking</i>	24
F. Kerangka Berpikir	28
G. Hipotesis	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
A. Ruang Lingkup Penelitian	31
B. Populasi dan Sampel Penelitian	35

C. Teknik Pengumpulan Data	36
D. Metode Analisis Data	37
BAB IV HASIL PENELITIAN	44
A. Gambaran Umum	44
B. Deskriptif Data	58
C. Analisa Data	61
D. Interpretasi	76
BAB V PENUTUP	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN-LAMPIRAN	84



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Frekuensi Transaksi <i>E-Banking</i> di Indonesia	3
Tabel 1.2 <i>Jumlah ATM, SMS Banking, Internet Banking</i>	4
Tabel 1.3 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1 Tabel Instrumen Penelitian	33
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	54
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	55
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	55
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah BNI Syariah	57
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif	58
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	61
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	65
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	66
Tabel 4.12 Hasil Uji Autokorelasi	68
Tabel 4.13 Hasil Uji Linier Berganda	70
Tabel 4.14 Hasil Koefisien Determinasi	72
Tabel 4.15 Hasil Uji t	73
Tabel 4.16 Hasil Uji F	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Minat Prilaku Mempengaruhi Perilakunya	15
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir	28
Gambar 4.1 Struktur Organisasi BNI Syariah KCU Jakarta Barat	51
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas	64
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	69



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam khazanah teoritis lembaga keuangan dikenal dua kategori yakni lembaga keuangan depositori dan lembaga keuangan non depositori (Nurul Ichsan Hasan, 2014 : 41). Pada era modern seperti saat ini, mendengar kata “bank” bukanlah sesuatu yang asing lagi bagi kita sebagai masyarakat perkotaan ataupun masyarakat pedesaan. Bank sebagai salah satu lembaga keuangan menjalankan fungsi dan tugasnya sebagai penghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana untuk masyarakat, disamping itu bank juga memberikan penawaran layanan bank yaitu dapat berupa layanan penitipan barang berharga, layanan pengiriman uang, layanan memberikan jaminan bank dan layanan penyelesaian tagihan.

Peranan perbankan sangatlah besar dalam memajukan perekonomian suatu negara dalam rangka mewujudkan struktur perekonomian yang semakin berkembang. Untuk mengukur keberhasilan bank, merupakan tergantung pada ketertarikan nasabah (Pinontoan, 2013 : 193). Apabila banyak nasabah yang menyukai, maka semakin banyak dana yang terhimpun dan dapat diputar kembali dengan meraih profitabilitas secara maksimal. Namun ada juga tantangan bagi pihak bank terutama untuk memperoleh nasabah yang loyal, dikarenakan banyak faktor yang mempengaruhi perubahan keputusan pembelian.

Dalam era teknologi seperti saat ini, perilaku nasabah banyak mengalami perubahan. Dalam melakukan suatu transaksi mereka kini sangat mengedepankan aspek kemudahan, efisiensi, fleksibilitas dan kesederhanaan. Kenyataan ini tentunya merupakan tantangan besar bagi industri perbankan. Dahulu lembaga keuangan bank dalam memberikan layaannya lebih menekankan kepada model *face to face* dan didasarkan kepada *Paper document*. Namun sejak teknologi informasi mampu mendukung terhadap sistem transaksi lembaga keuangan bank, model transaksi pun lebih mengedepankan kepada model *non-face do face* dan *paperless document* atau *digital document*.

Perkembangan teknologi saat ini, dilakukan oleh industri perbankan untuk menumbuhkan pelayanan. Kesempatan ini dilakukan oleh beberapa bank di Indonesia, terdiri dari bank BUMN maupun bank swasta. Hal ini disebabkan media internet merupakan satu inovasi yang cukup memberikan peluang dan menantang dalam pengembangannya. Perkembangan layanan berbasis teknologi yang dilakukan perbankan adalah internet banking. Saat ini internet banking menjadi perhatian utama dan senjata revolusioner strategis operasional bank, untuk menyampaikan maupun untuk persaingan antar bank (Ikhsan Toga Kharismawan. Ibnu Widiyanto, 2016: 1).

Perkembangan perbankan pada saat ini menawarkan dan memberikan kemudahan bagi nasabah melalui layanan operasional yang beragam, termasuk layanan *e-banking*. Layanan *e-banking* hampir dimiliki oleh semua Bank Umum yang ada, seperti *e-banking*, *internet banking*, *sms banking*, dan *mobile banking*. Hal tersebut sejalan dengan kecenderungan perkembangan media

sosial maupun kebijakan yang ada untuk mewujudkan atau mengarahkan transaksi pada masyarakat dilakukan tidak selalu dengan uang tunai (*less cash society*), sehingga telah banyak pelaku ekonomi atau masyarakat yang memanfaatkan layanan perbankan modern yang lebih efektif dan efisien melalui *e-banking* (Ojk, 2015: 1).

E-banking merupakan layanan yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi bank, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik (Maryanto Supriyono, 2012: 70). Melalui layanan *electronic banking*, membuat nasabah bank umumnya dapat mengakses produk dan jasa perbankan dengan berbagai perangkat elektronik seperti Komputer, handphone, maupun smartphone. Penyediaan layanan *e-banking* hendaknya memperhatikan prinsip kehati-hatian, prinsip pengamatan dan terintegrasinya sistem Teknologi Informasi (TI), perlindungan nasabah yang memadai serta searah dengan strategi bisnis bank.

Tabel 1.1

Perkembangan Frekuensi Transaksi *E-Banking* di Beberapa Bank di Indonesia

Jenis Delivery Channel	Frekuensi				
	2012	2013	2014	Perkembangan 2012 – 2013	Perkembangan 2013 - 2014
ATM	2,933,467,6	3,609,206,8	4,179,631,9	23,04%	15,80%
EDC	366,350,8	446,148,6	542,400,7	21,78%	21,57%

<i>Internet Banking</i>	235,957,5	311,880,3	437,798,9	32,18%	40,37%
<i>SMS/Mobile Banking</i>	224,876,6	325,550,0	473,196,9	44,77%	45,35%
<i>E-Commerce</i>	2,790,843	3,707,515	7,778,488	32,85%	109,80%
<i>Phone Banking</i>	1,375,460	1,401,841	1,393,737	32,85%	-0,58%
<i>Video Banking</i>	7,684	16,418	28,097		
Total Frekuensi	3,790,718,984	4,732,508,750	5,686,67,993	24,84%	20,16%

Sumber : OJK.go.id (Ojk, 2015 : 22)

Ketertarikan nasabah dalam menggunakan *Electronic banking* yang bisa memudahkan transaksi dibuktikan dengan adanya peningkatan penggunaan *Electronic banking* setiap tahunnya yang mengalami peningkatan yang cukup besar. Berdasarkan hasil data dari 13 bank besar yang berada di Indonesia, frekuensi transaksi melalui *Electronic banking* di tahun 2012 sebesar 3,79 Miliar transaksi dan dengan nilai nominal Rp. 4,441 Triliyun, bertambah menjadi sebanyak 4,73 Miliar transaksi dengan nilai nominal Rp.5,495 Triliyun pada tahun 2013, di tahun 2014 meningkat masing-masing menjadi 5,69 Miliar transaksi dengan nilai nominal Rp. 6,447 Triliyun. Untuk lebih jelasnya mengenai jumlah frekuensi transaksi *e-banking* dapat dilihat pada tabel 1.1 di atas.

Tabel 1.2
Jumlah ATM, SMS Banking, Internet Banking, dan Mobile banking

Tahun	2014	2015	2016	2017	2018
ATM					
Jumlah transaksi (juta)	750	851	889	946	1.288,9
Nilai transaksi (triliun)	424	534	568	600,1	668

Jumlah ATM (ribu)	14,1	16,1	17,1	17,97	18,3
SMS banking					
Jumlah Transaksi (juta)	185	257	308	389,2	504
Nilai transaksi (triliun)	18	26	36	39,9	51,2
Jumlah Pengguna (juta)	-	5,5	6,9	8,5	9,7
Mobile Banking					
Jumlah transaksi (juta)	-	-	10,5	32,3	96,9
Nilai Transaksi (triliun)	-	-	13,6	49,9	133,4
Jumlah Pengguna (juta)	-	-	0,5	1,4	2,9
Internet banking					
Jumlah transaksi (juta)	14	20	26	25,3	27,5
Nilai Transaksi (triliun)	53	68	95	94,05	91,3
Jumlah Pengguna (juta)	-	1,0	1,5	1,8	1,9

Sumber: BNI Syariah (2018)

Berdasarkan tabel 1.2 jika dilihat dari segi jumlah transaksi pada tahun 2018 relatif meningkat, ATM meningkat 34,5%, *sms banking* meningkat 29,5%, *mobile banking* meningkat 200% dan *internet banking* meningkat 8,7%. Kecuali tahun 2017 *internet banking* mengalami penurunan sebesar 2,7% dengan nilai Rp. 0,95 triliun. Menurut Rajoo (2017) hal itu terjadi karena adanya *trojan* finansial yang menyerang perbankan *online*, ATM, mesin kasir/*point of sale* (POS), sampai transaksi menipu antar bank. Ia juga mengatakan bahwa Indonesia negara tertinggi sebagai negara dengan jumlah komputer yang disusupi *trojan* perbankan, setelah india dan AS. (<https://selular.id>). Berdasarkan hasil laporan Kaspersky Lab 2017 mengenai IT *Threat Evolution for Q2*, hal tersebut tidak hanya menimpa Indonesia melainkan negara-negara lain seperti Turki, Rusia, Brazil, Pakistan. (<https://telset.id>). Supriyanto (2018) menyatakan kasus skimming merugikan industri perbankan, kerugian yang dialami bank sebesar Rp. 1,5 miliar - Rp. 5

miliar. Selain kerugian finansial, bank juga mengalami kerugian reputasi yang turun, kepercayaan masyarakat turun, dan risiko likuiditas serta operasional. Dari pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa ATM masih menjadi transaksi yang paling populer. Hal tersebut karena nasabah merasa nyaman, aman, dan percaya dengan adanya struk sebagai bukti transaksi. Sebaiknya bank senantiasa meningkatkan pelayanan transaksi *online* agar nasabah lebih tertarik untuk menggunakannya.

Pertumbuhan *electronic banking* yang didukung dengan berkembangnya teknologi, media sosial dan pola hidup yang memberikan manfaat bagi industri perbankan, dan juga memberikan kemudahan dan kenyamanan nasabah untuk melakukan transaksi secara bebas, tidak dibatasi oleh waktu dan lokasi. Namun disamping keuntungan untuk nasabah dan bank, kita juga harus memperhatikan bahwa *elektronik banking* bisa membuka peluang timbulnya tindak kejahatan. Masalah keamanan data-data milik pribadi maupun keuangan dalam *e-banking* harus dijaga dengan sistem yang sangat kuat dan tidak mudah rusak oleh para *hacker*. Hal ini jugalah yang menyebabkan sebagian nasabah mempertanyakan keamanan *e-banking* sebelum memutuskan untuk menggunakan *e-banking*. Untuk itu bank sebagai penyedia jasa *e-banking* harus mampu meyakinkan nasabah akan kerahasiaan dan keamanan data-data mereka.

Oleh karena itu, persoalan tentang kejahatan elektronik oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab menjadi hal yang sangat penting untuk diantisipasi. Sudah banyak kejahatan yang terjadi melalui *e-banking*. Pemanfaatan teknologi informasi bagi industri perbankan dalam inovasi produk

jasa bank juga dibayang-bayangi oleh potensi risiko kegagalan sistem dan/atau risiko kejahatan elektronik (*cybercrime*). Kegagalan sistem dapat disebabkan karena adanya kerusakan sistem seperti (*server Down*), dan dalam skala luas bisa disebabkan karena adanya bencana alam. Sementara itu *cybercrime* yang terjadi pada industri perbankan di Indonesia cenderung meningkat, seperti terjadinya *hacking* (pengambilan data nasabah), *identik theft* (pencurian identitas), *viruses* (adanya kerusakan data pada Ite), *cybersquatting*, *ATM fraud* (penipuan dalam transaksi *ATM*).

Studi yang dilakukan *Fire Eye Company* terhadap pertahanan *cybercrime* tertinggi di dunia termasuk Asia Tenggara dan Asia Pasifik, hasil mengejutkan justru datang dari Indonesia. Survei menunjukkan, 36 persen perusahaan di Indonesia menjadi target serangan kejahatan *cyber*. Angka tersebut melebihi rata-rata global yang hanya 15 persen. “Kesenjangan keamanan *cyber* di Indonesia patut menjadi perhatian dan harus segera ditangani.” Kata *Chief Technology Officer (CTO) FireEye for Asia Pacific Bryce Boland* saat diskusi di media di Jakarta Pusat (Putri 2016).

Dengan tingginya kejahatan elektronik tersebut, menyebabkan adanya keraguan nasabah dalam menggunakan *e-banking*. Perusahaan harus mampu untuk membangun kepercayaan nasabah untuk menggunakan *e-banking*. Faktor persepsi kepercayaan dalam menggunakan layanan *e-banking* ditunjukkan melalui keamanan maupun manfaat yang di berikan oleh produk bank tersebut. Diharapkan juga adanya hubungan yang terjalin dengan baik antara nasabah dan bank supaya dapat menghasilkan sesuatu yang positif serta memberikan

manfaat dan kepuasan bagi pemakainnya. Bagaimana kepercayaan mempengaruhi sikap terhadap merek dan menjadikan pilihan pada nasabah karena nasabah akan merasa aman dan nyaman ketika sudah percaya pada sesuatu. Kepercayaan juga bisa dikatakan sebagai keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan itu sesuai dengan harapannya. Kepercayaan merupakan tindakan atau keyakinan suatu pihak dalam menjalin hubungan dengan pihak lain bahwa tindakan yang dilakukan akan menghasilkan sesuatu yang positif.

Berdasarkan penelitian azizah khoirun (2018) nisa mengatakan variabel pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi online. sedangkan penelitian milik fadhilatul fitri (2016) mengatakan variabel pengetahuan tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi online.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian bagaimana pengaruh pengetahuan dan kepercayaan terhadap minat bertransaksi online dalam menggunakan layanan *e-banking* dengan judul: **“Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Kepercayaan, Dan Mutu E-Banking terhadap Minat Bertransaksi Online (Studi Kasus Nasabah BNI Syariah Cabang Utama Jakarta Barat)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, penulis mengidentifikasi permasalahan yang menjadi bahasan pada skripsi ini yaitu:

1. Pengaruh kepercayaan dalam transaksi nasabah menggunakan *e-banking*
2. Model transaksi lebih mengedepankan dengan model *non-face to face* dan *digital document*.
3. *E-banking* memberikan kemudahan kepada nasabah dalam melakukan transaksi layanan perbankan.
4. Risiko dalam kegagalan sistem dan risiko kejahatan *Electronic (cybercrime)* pada penggunaan layanan *e-banking*.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, penulis dapat membatasi masalah untuk memfokuskan penelitian dan juga supaya penelitian ini tidak melebar karena keterbatasan waktu dan tempat hanya pada pengaruh pengetahuan nasabah, kepercayaan, dan mutu *e-banking* terhadap minat bertransaksi online pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Utama Jakarta Barat.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penulis dapat merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah faktor pengetahuan nasabah, kepercayaan, dan mutu *e-banking* secara parsial mempengaruhi minat bertransaksi online di bank BNI Syariah KCU Jakarta Barat?
2. Apakah faktor pengetahuan nasabah, kepercayaan dan mutu *e-banking* secara simultan mempengaruhi minat bertransaksi online di BNI Syariah KCU Jakarta Barat?

3. Faktor mana yang sangat berpengaruh terhadap minat bertransaksi online pada BNI Syariah KCU Jakarta Barat?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk menganalisis pengaruh pengetahuan nasabah, kepercayaan, dan mutu *e-banking* secara parsial terhadap minat bertransaksi online di bank BNI Syariah KCU Jakarta Barat.
- b. Untuk menganalisis pengaruh pengetahuan nasabah, kepercayaan dan mutu *e-banking* secara simultan terhadap minat bertransaksi online di bank BNI Syariah Cabang Utama Jakarta Barat.
- c. Untuk menganalisis faktor yang paling berpengaruh terhadap minat bertransaksi online di bank BNI Syariah KCU Jakarta Barat.

2. Manfaat Penelitian

- a. Bagi penulis

Untuk meningkatkan pemahaman penulis tentang jasa *e-banking* dan mengukur minat nasabah dalam menggunakan layanan *electronic banking*.

- b. Bagi Bank BNI Syariah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi bagi bank dalam upaya meningkatkan layanan dan kepuasan nasabah dalam menggunakan *e-banking*.

c. Bagi Akademisi

Dapat digunakan sebagai referensi dan sumber pengetahuan yang bermanfaat bagi rekan-rekan mahasiswa serta menambah pengetahuan dibidang Ekonomi Islam umumnya, khususnya dibidang Perbankan Syariah.

d. Bagi Masyarakat

Diharapkan penelitian ini menambah wawasan dan penelitian masyarakat tentang layanan *e-banking* sehingga pada masyarakat lain dapat terdorong untuk menghimpun dana pada Bank BNIS.

F. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Tabel 1.3

Penelitian Terdahulu

Judul	Nama Penulis	Tahun dan tempat penelitian	Persamaan	Perbedaan
Pengaruh E-Banking dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank BNI 46 Cabang Langsa	Dewi Rosa Indah.	2016, Universitas Samudra	Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama melakukan penelitian mengenai <i>e-banking</i> .	Perbedaan dari penelitian ini terletak pada variabelnya dan tempat objek penelitiannya .
Pengaruh Kemudahan Penggunaan Akestabilitas, Keamanan Penggunaan dan Kepercayaan	Ikhsan Toga Kharismawan dan Ibnu Widiyanto.	2016, Universitas Diponegoro	Persamaan dari penelitian ini adalah metode yang digunakan, yaitu kuantitatif dan sama-sama	Perbedaan dari penelitian ini terletak pada variabel bebasnya yaitu keamanan

Pelanggan Sebagai Intervening Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara <i>E-Banking</i> .			meneliti mengenai <i>e-banking</i> .	penggunaan dan juga tempat objek penelitiannya .
Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan <i>E-Banking</i> Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara Online Dalam Prespektif Ekonomi Islam	Azizah Khoirun Nisa.	2018, Universitas Islam Negeri raden Intan Lampung	Persamaan dari penelitian ini adalah metode yang digunakan, yaitu Kuantitatif dan sama-sama meneliti mengenai <i>e-banking</i> .	Perbedaan dari penelitian ini terletak pada variabel bebasnya yaitu kemudahan penggunaan dan tempat objek penelitiannya .
Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Teknologi Informasi, Kepercayaan, dan Mutu <i>E-Banking</i> terhadap minat Bertransaksi <i>Online</i>	Fadhilatul Fitri	2016, UIN Sumatera Utara Medan	Persamaan dari penelitian ini sama-sama meneliti pengetahuan nasabah, kepercayaan, mutu <i>e-banking</i> terhadap minat bertransaksi <i>online</i>	Perbedaannya dalam penelitian ini terletak pada variabel bebasnya yaitu teknologi informasi
Pengaruh <i>Trust</i> dan Mutu <i>E-banking</i> Terhadap Minat Nasabah BRI Syariah KCP Ponorogo Untuk Bertransaksi Secara <i>Online</i>	Amrul Mu'tasim Al Asy'ari	2019, IAIN Ponorogo	Persamaan penelitian ini sama-sama meneliti <i>Trust</i> dan Mutu <i>e-banking</i> terhadap minat bertransaksi secara <i>online</i>	Perbedaannya dalam penelitian ini tempat penelitiannya dan juga jumlah variabel bebasnya

G. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan penelitian adalah sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Bab ini menjelaskan awal permasalahan yang akan dibahas, meliputi Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Penelitian Terdahulu yang Relevan, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : Landasan Teori

Bab ini menjelaskan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian, kerangka berpikir, dan hipotesis.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini tentang ruang lingkup penelitian, metode pengumpulan data, metode pengolahan data, dan metode analisis data.

BAB IV : Analisis Hasil Penelitian

Pada bab ini penulis menjelaskan bagaimana hasil yang diperoleh dari pengolahan data yang telah dilakukan melalui berapa pengujian data dan interpretasi data.

BAB V : Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi tentang kesimpulan-kesimpulan yang berhubungan tentang jawaban akan permasalahan yang penulis susun pada penelitian ini, serta saran-saran dan penulis.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Djohar. 2016. "Pengaruh Internet Banking Terhadap Tingkat Kepercayaan Nasabah Pada Bank Bri Syariah Kcp Arjawinangun." 8(2).
- Budiwanto, Setyo. 2017. *Metode Statistika: Untuk Mengolah Data*.
- Firdayanti, Restika. 2013. "Persepsi Risiko Melakukan E-Commerce Dengan Kepercayaan Konsumen Dalam Membeli Produk Fashion Online." *Journal Of Sosial And Industrial Psychology* 2(1):64–68.
- Fitri, Fadhilatul. 2016. "Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Teknologi Informasi, Kepercayaan Dan Mutu E-Banking Terhadap Minat Bertransaksi Online (Studi Kasus Nasabah Bni Syariah Medan)." Uin Sumatera Utara.
- Hasan, Nurul Ichsan. 2014. *Pengantar Perbankan*. Jakarta: Gaung Persada Press Group.
- Indah, Dewi Rosa. 2016. "Pengaruh E-Banking Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Bni'46 Cabang Langsa." *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam* 5(2):545–54.
- Indonesia, Ikatan Bankir. 2013. *Memahami Bisnis Bank*. Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama.
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. I. Andi Offset.
- Kharismawan, Ikhsan Toga And Ibnu Widiyanto. 2016. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenyamanan Akestabilitas, Keamanan Penggunaan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara E-Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Pengguna Internet Banking Di Kota Semarang)." *Diponegoro Journal Of Management* 5:1–15.
- Martono, Nanang. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Revisi 2. Jakarta: Rajawali Pers.
- Mauludiyah, Ani Luluk And Nur Diana. 2019. "E-Jra Vol. 08 No. 10 Agustus 2019 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang." 08(10):116–30.
- Monika, Sri. 2013. "Pengaruh Pembiayaan Musyarakah Dan Pembiayaan Mudharabah Terhadap Laba Bersih Pada Bank Umum Syariah." *Islaminomic* 4(3):267951.
- Ojk. 2015. "Bijak Ber E-Banking." *Bijak Ber E-Banking*.
- Pinontoan, Wulan. 2013. "Pengaruh E-Banking, Kualitas Pelayanan, Kualitas

- Komunikasi Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Mandiri Cabang Manado.” *Jurnal Emba* 1(4):192–201.
- Prasetyo, Bambang And Lina Miftahul Jannah. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi*. 1st Ed. Jakarta: Rajawali Pers.
- Purwanto, widodo And Dyah Ratih. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Administrasi Publik Dan Masalah-Masalah Sosial*. Yogyakarta: Gava Media.
- Putri, Dwika Lodia And Souvya Fithrie. 2019. “Pengaruh Risiko, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking Di Pekanbaru (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Mandiri).” *Ikraith Ekonomika* 2(2):21–28.
- Putri, Winda Destian. 2016. “Indonesia Duduki Posisi Pertama Cyber Crime.” *Republika .Co.Id*. Retrieved January 6, 2020 (<https://Republika.Co.Id/Berita/O5vpzf359/Indonesia-Duduki-Posisi-Pertama-Emcyber-Crimeem>).
- Putribasutami, Cindhy Audina. 2018. “Pengaruh Pelayanan, Lokasi, Pengetahuan, Dan Sosial Terhadap Keputusan Menabung Di Ponorogo.” *Jurnal Ilmu Manajemen (Jim)* 6(3).
- Rochaety, Eti, Ratih Tresnati, And Abdul Madjid Latief. 2007. *Metodologi Penelitian Bisnis Dengan Aplikasi Spss*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Rochaety, Eti, Ratih Tresnati, And Abdul Madjid Latief. 2019. *Metodologi Penelitian Bisnis Dengan Aplikasi Spss*. 2nd Ed. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Romdhoni, Abdul Haris And Dita Ratna Sari. 2018. “Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, Dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan Produk Simpanan Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 4(02):136.
- Shafira, Ilma Triana. 2013. “Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Mutu E-Banking Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara Online (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya).” *Journal Of Chemical Information And Modeling* 53(9):1689–99.
- Soekidjo Notoatmodjo. 2005. *Promosi Kesehatan Teori Dan Aplikasinya*. Jakarta: Pt Rineka Cipta.
- Soraya, Iin. 2015. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta Dalam Mengakses Fortal Media Jakarta Smart City.” 1(1):149–59.
- Sudaryono. 2018. *Metodologi Penelitian*. 1st Ed. Depok: Rajawali Pers.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

- Suliyanto. 2018. *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis, Dan Disertasi*. I. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. 2nd Ed. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Supriyono, Maryanto. 2012. *Buku Pintar Perbankan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Widodo. 2018. *Metodologi Penelitian Populer & Praktis*. 1st Ed. Depok: Rajawali Pers.
- Www.Bnisyariah.Co.Id. N.D. "Sejarah Bni Syariah." *Www.Bnisyariah.Co.Id*. Retrieved July 20, 2020 (<https://www.bnisyariah.co.id/id-id/perusahaan/tentangbnisyariah/sejarah>).
- Yuandari, Esti And R. Topan Aditya Rahman. 2017. *Metodologi Penelitian Dan Statistik*. Bogor: In Media.
- Yuliawan, Eko. 2011. "Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Pt. Bank Syariah Cabang Bandung." *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil* 1(April):21–30.