

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Penelitian Terdahulu Yang Relevan**

Penelitian terdahulu yang relevan merupakan kumpulan penelitian-penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang mempunyai hubungan dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian mengenai *mobile banking* telah banyak diteliti oleh peneliti sebelumnya. Guna membantu dalam penyusunan yang akan dilakukan maka peneliti mengumpulkan hasil-hasil penelitian yang berkaitan dengan pengaruh risiko dan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pengguna *mobile banking* terdapat 8 penelitian terdahulu pada penelitian ini yakni antara lain :

1. Anwar (2018) dengan judul penelitian “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kepercayaan Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*” tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana pengaruh persepsi kegunaan, kepercayaan dan risiko terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Adapun hasil penelitian ini setelah melakukan uji statistik di temukan bahwa variabel persepsi kegunaan secara statistik berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *mobile banking* sedangkan variabel kepercayaan dan risiko setelah melakukan uji statistik ditemukan bahwa ternyata variabel kepercayaan dan risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah

dalam menggunakan mobile banking maka artinya semakin tinggi persepsi kegunaan maka dapat meningkatkan minat dalam menggunakan mobile banking dan semakin tinggi tingkat kepercayaan dan risiko maka tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan mobile banking. persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis sama-sama meneliti mengenai *mobile banking* dengan menggunakan penelitian kuantitatif yang dimana penelitian ini dilakukan dengan menggumpulkan data yang berupa angka. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah jumlah varibel dan variabel yang digunakan dimana jumlah varibel yang digunakan 3 variabel independen dan 1 variabel dependen yang variabel independen yang digunakan adalah persepsi kegunaan (X1), kepercayaan (X2), dan Risiko (X3) sedangkan variabel dependen yang di gunakan adalah minat (Y).

2. Setyaningsih & Mufida ( 2013) dengan judul penelitian “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Melalui Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Internet Banking Pada Bank Cimb Niaga”. Tujuan dilakukannya peneltian ini adalah untuk melihat bagaiman pengaruh promosi dan kualitas layanan melalui kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pengguna internet banking pada bank cimb niaga. adapun hasil penelitian ini ditemukan bahwa promosi sebagai variabel independen berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah Bank CIMB

sebesar 29,6%, kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank CIMB Niaga sedangkan untuk variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas dalam menggunakan internet banking. persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis sama-sama meneliti mengenai mobile banking dengan menggunakan penelitian kuantitatif yang dimana penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data yang berupa angka. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah jumlah variabel yang digunakan.

3. Bagastia (2018) dengan judul penelitian “Pengaruh Kemudahan, Kenyamanan, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening” tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana Pengaruh Kemudahan, Kenyamanan, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking. Adapun hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa variabel kemudahan berpengaruh terhadap minat, sedangkan pada variabel kenyamanan tidak berpengaruh terhadap minat, pada variabel risiko berpengaruh positif signifikan terhadap minat, variabel kepercayaan berpengaruh terhadap minat, variabel kemudahan tidak berpengaruh terhadap kepercayaan, variabel kenyamanan tidak berpengaruh kepercayaan, variabel risiko berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan. persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah meneliti

mengenai mobile banking dengan menggunakan penelitian kuantitatif yang dimana penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data yang berupa angka penelitian ini juga menggunakan kuesioner dengan cara turun langsung kelapangan untuk mengumpulkan data. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah unknow population yang terdapat dalam penelitian yang dilakukan oleh Ridwan 2004 dan ditemukan sebanyak 81 responden dan juga pada variabel yang digunakan yang dimana pada penelitian ini menggunakan 3 variabel independen yakni kemudahan, kenyamanan, dan risiko dan 2 variabel dependen yakni kepercayaan dan minat.

4. Hendri (2020) penelitian ini berjudul “Pengaruh Keamanan, Risiko Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Mobile Banking” tujuan dilakukannya penelitian ini yakni untuk mengetahui apakah keamanan, risiko, dan kualitas berpengaruh terhadap loyalitas nasabah bank muamalat yang menggunakan mobile banking. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif asosiatif, dengan menggunakan tehnik random sampling yang dimana pengambilan sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan starayang ada dalam populasinya adapun jumlah responden dalam penelitian ini adalah 30 orang. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan sama-sama meneliti

risiko dan kualitas layanan sebagai variabel independen terhadap loyalitas nasabah sebagai variabel dependen, perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis terdapat pada jumlah variabel yang digunakan dimana jumlah variabel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 3 variabel X sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan hanya menggunakan 2 variabel X.

5. Naqib(2019) penelitian ini berjudul "pengaruh persepsi kegunaan, kepercayaan, dan risiko terhadap minat menggunakan mobile banking" tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk melihat apakah persepsi kegunaan, kepercayaan, dan risiko berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking. Adapun hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa risiko dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah yang menggunakan mobile banking hal ini dapat dibuktikan dalam uji t (parsial) yang dimana pada variabel risiko nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 yakni 0,000. Yang berarti bahwa risiko berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah bank muamalat, hal serupa juga ditemukan pada variabel kualitas layanan yang setelah dilakukan uji t (parsial) yang dimana nilai signifikan yang di dapat lebih kecil dari 0,05 yakni hanya sebesar 0,006 yang artinya variabel kualitas layanan berpengaruh positif pada loyalitas nasabah bank muamalat.

Beda halnya pada variabel keamanan, variabel keamanan tidak berpengaruh signifikan pada loyalitas nasabah bank muamalat hal ini dapat dibuktikan pada uji t (parsial) yang dimana nilai signifikan yang di dapat adalah 0,053 yang artinya nilai ini telah melebihi nilai 0,05. persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan 100 responden juga pada objek penelitian dimana objek penelitian yang diteliti adalah nasabah yang menggunakan mobile banking, perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah rumus yang digunakan dimana rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah rumus Slovin sedangkan pada penelitian yang dilakukan menggunakan rumus Isac Michel. Adapun hasil dari penelitian ini setelah melakukan uji statistik ditemukan bahwa variabel persepsi kegunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking sedangkan pada variabel kepercayaan dan risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking.

6. Agiesta et al., (2021) penelitian ini berjudul "pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan KA lokal Bandung raya" tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk melihat apakah variabel pengaruh kualitas layanan dan kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas

pelanggan. Adapun hasil penelitian ini setelah dilakukan uji F (simultan) ditemukan bahwa variabel kualitas layanan dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, sedangkan pada uji T (parsial) ditemukan bahwa variabel kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sedangkan untuk variabel kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Untuk perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah objek penelitiannya yang dimana objek penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pelanggan KA Bandung Jaya dan untuk persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah variabel yang digunakan dimana pada penelitian ini menggunakan variabel risiko terhadap loyalitas pelanggan.

7. Wibiadila (2016) penelitian ini berjudul “pengaruh kegunaan, kemudahan, risiko, dan kualitas layanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking” tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk melihat apakah variabel kemudahan, risiko, dan kualitas layanan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking. Adapun hasil penelitian yang ditemukan dalam penelitian ini yakni setelah melakukan uji hipotesis ditemukan variabel kegunaan, kemudahan, risiko, dan kualitas layanan sama-sama berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking. Persamaan penelitian ini dengan penelitian

penulis adalah variabel independen yang digunakan adalah risiko dan kualitas layanan dengan metode penelitian kuantitatif sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah jumlah variabel yang digunakan yakni berjumlah 4 variabel dan variabel dependen yang digunakan dimana pada penelitian ini menggunakan variabel minat sedangkan dalam penelitian penulis menggunakan variabel loyalitas.

8. Naim et al., (2019) penelitian ini berjudul “Pengaruh kualitas layanan, nilai, dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah bank syariah Bukopin di Makassar” tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana pengaruh kualitas layanan, nilai, dan kepuasan nasabah terhadap bank syariah Bukopin di Makassar. Adapun hasil yang didapatkan pada penelitian ini setelah melakukan beberapa uji ditemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, nilai berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah dan kepuasan juga berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah. Untuk perbedaan penelitian dengan penelitian penulis adalah jumlah variabel yang digunakan dan juga rumus yang digunakan dimana pada penelitian ini rumus yang digunakan adalah rumus Slovin sedangkan pada penelitian penulis rumus yang digunakan adalah pendekatan Isac Michel dan untuk persamaan penelitian ini terdapat pada objek penelitian yang



dimana pada penelitian ini sama-sama membahas mengenai loyalitas nasabah.

## 2.2. Unsur Kebaruan (*Novelty Element*)

Adapun unsur kebaruan atau *novelty element* yang membedakan antara penelitian yang dilakukan dengan penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

1. Anwar (2018) dengan judul penelitian “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kepercayaan Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*” adapun unsur kebaruan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan yakni dari segi waktu penelitian, penelitian yang dilakukan oleh Anwar yakni pada tahun 2018 sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2022, unsur kebaruan pada penelitian yang dilakukan juga adalah dari tehnik analisis data yang digunakan dimana teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan SmartPLS dalam menganalisis data.
2. Setyaningsih & Mufida ( 2013) dengan judul penelitian “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Melalui Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Internet Banking Pada Bank Cimb Niaga”. adapun unsur kebaruan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan yakni dari segi waktu penelitian, penelitian yang dilakukan oleh Setyaningsih & Mufiida yakni pada tahun 2013 sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2022, pada penelitian yang dilakukan

peneliti mengambil variabel Risiko dalam menguji hubungannya dalam loyalitas nasabah, unsur kebaruan pada penelitian yang dilakukan juga adalah dari teknik analisis data yang digunakan dimana teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan SmartPLS dalam menganalisis data.

3. Bagastia (2018) dengan judul penelitian “Pengaruh Kemudahan, Kenyamanan, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening”. adapun unsur kebaruan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan yakni dari segi waktu penelitian, penelitian yang dilakukan oleh Bagastia yakni pada tahun 2018 sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2022, unsur kebaruan pada penelitian yang dilakukan juga adalah dari teknik analisis data yang digunakan dimana teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan SmartPLS dalam menganalisis data.
4. Hendri (2020) penelitian ini berjudul “Pengaruh Keamanan, Risiko Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Mobile Banking” adapun unsur kebaruan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan yakni dari segi waktu penelitian, penelitian yang dilakukan oleh Hendri yakni pada tahun 2020 sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2022, unsur kebaruan pada penelitian yang dilakukan juga adalah dari teknik analisis data yang digunakan dimana tehnik

analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan SmartPLS dalam menganalisis data yang dimana SmartPLS lebih memudahkan peneliti dalam menginput data karna akan meminimalisir terjadinya kesalahan dalam menginput data.

5. Naqib (2019) penelitian ini berjudul ”pengaruh persepsi kegunaan, kepercayaan, dan risiko terhadap minat menggunakan mobile banking” adapun unsur kebaruan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan yakni dari segi waktu penelitian, penelitian yang dilakukan oleh Naqib yakni pada tahun 2019 sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2022, pada penelitian ini peneliti memakan variabel risiko dalam menguji bagaimana hubungan variabel risiko terhadap loyalitas nasabah, unsur kebaruan pada penelitian yang dilakukan juga adalah dari tehnik analisis data yang digunakan dimana teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan SmartPLS dalam menganalisis data yang dimana SmartPLS lebih memudahkan peneliti dalam menginput data karna akan meminimalisir terjadinya kesalahan dalam menginput data.
6. Agiesta et al., (2021) penelitian ini berjudul ”pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan KA lokal Bandung raya” adapun unsur kebaruan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan yakni dari segi waktu penelitian, penelitian yang dilakukan oleh Agiesta dan teman-teman yakni pada tahun 2021 sedangkan penelitian ini

dilakukan pada tahun 2022, teknik analisis data yang digunakan dimana teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan SmartPLS dalam menganalisis data.

7. Wibiadila (2016) penelitian ini berjudul “pengaruh kegunaan, kemudahan, risiko, dan kualitas layanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking” adapun unsur kebaruan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan yakni dari segi waktu penelitian, penelitian yang dilakukan oleh Wibiadila yakni pada tahun 2016 sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2022, unsur kebaruan pada penelitian yang dilakukan juga adalah dari teknik analisis data yang digunakan dimana teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan SmartPLS dalam menganalisis data yang dimana SmartPLS lebih memudahkan peneliti dalam mengimput data karna akan meminimalisir terjadinya kesalahan dalam mengimput data.
8. Naim et al., (2019) penelitian ini berjudul “Pengaruh kualitas layanan, nilai, dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah bank syariah bukopin di makassar” adapun unsur kebaruan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan yakni dari segi waktu penelitian, penelitian yang dilakukan oleh Naim dan teman-teman yakni pada tahun 2019 sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2022, pada penelitian ini peneliti memakan variabel risiko dalam menguji bagaimana hubungan variabel risiko terhadap loyalitas nasabah, unsur kebaruan pada

penelitian yang dilakukan juga adalah dari teknik analisis data yang digunakan dimana teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan SmartPLS dalam menganalisis data yang dimana SmartPLS lebih memudahkan peneliti dalam menginput data karna akan meminimalisir terjadinya kesalahan dalam menginput data.

## **2.3. Landasan Teori**

### **2.3.1. Teori Risiko**

1. Bagastia(2018) Risiko adalah ketidakpastian yang dapat menimbulkan terjadinya peluang kerugian terhadap pengambilan keputusan. Ketidakpastian merupakan situasi yang tidak dapat di prediksi sebelumnya, mendefinisikan risiko sebagai peluang terjadinya hasil yang tidak diinginkan sehingga risiko hanya terkait dengan situasi yang memungkinkan munculnya hasil negatif serta berkaitan dengan kemampuan memperkirakan terjadinya hasil negatif. Risiko persiapan menjadi lebih tinggi ketika :
  - a. Sedikit tersedia informasi mengenai produk.
  - b. Produk tersebut merupakan poduk baru.
  - c. Produk tersebut memiliki teknologi yang kompleks.
  - d. Rendahnya kepercayaan diri konsumen dalam mengevaluasi merek
  - e. Tingginya harga produk
  - f. Produk tersebut penting bagi konsumen.

Risiko sendiri memiliki beberapa arti dan definisi yaitu:

- a. *Risk is the chance of loss* (risiko adalah kerugian). *Chance of loss* sendiri berhubung terhadap suatu keterbukaan terhadap kemungkinan kerugian. Dalam ilmu statistik, *chance* dipergunakan untuk menunjukkan tingkat probabilitas akan munculnya situasi tertentu. Dalam hal *chance of loss 100%*, berarti kerugian adalah pasti sehingga risiko tidak ada.
- b. *Risk is the possibility of loss* (risiko adalah kemungkinan kerugian). Istilah *possibility* berarti bahwa probabilitas sesuai peristiwa berada di antara nol dan satu. Namun, definisi ini kurang cocok dipakai dalam analisis secara kuantitatif.
- c. *Risk is unceratity* (risiko adalah ketidakpastian). *Uncertainty* bersifat subjektif dan objektif. *Subjektif uncertainty* merupakan penilaian individu terhadap situasi risiko yang didasarkan pada pengetahuan dan sikap individu yang bersangkutan. *Objective uncertainty* akan dijelaskan pada dua risiko definisi sebagai berikut.
- d. *Risk is the dispersion of actual from expected results* (risiko merupakan penyebaran hasil aktual dari hasil yang diharapkan). Ahli statistik mendefinisikan risiko sebagai derajat penyimpangan sesuatu nilai di sekitar suatu posisi sentral atau di sekitar titik rata-rata
- e. *risk is the probability of any outcome different from the one expected* (risiko adalah probabilitas sesuai *outcome* berbeda

dengan *outcome* yang diharapkan). Risiko bukan probabilitas dari suatu kejadian tunggal, tetapi probabilitas dari beberapa *outcome* yang berbeda dari yang diharapkan.

2. Menurut (Naqib, 2019) risiko adalah perspektif negatif konsumen atau sejumlah aktifitas yang didasarkan pada hasil yang negatif dan memungkinkan bahwa hasil tersebut menjadi nyata. Risiko sangat mempengaruhi tingkat kepercayaan. Semakin kecil risiko dari suatu individu maka semakin besar tingkat kepercayaan, begitu pula sebaliknya semakin besar risiko dari suatu individu maka semakin kecil tingkat kepercayaannya.

Berikut ini adalah pengertian risiko menurut para ahli:

- a. Prof Dr.Ir. Soemarno, M.S

Pegertian risiko adalah suatu kondisi yang timbul karena ketidakpastian dengan seluruh konsekuensi tidak menguntungkan yang mungkn terjadi.

- b. Arthur Wiliams dan Richard, M.H

Pengertian risiko adalah suatu variasi dari hasil-hasil yang dapat terjadi selama periode tertentu.

- c. Griffin

Pengertian risiko adalah ketidakpastian tentang peristiwa masa depan atas hasil yang diinginkan atau tidak diinginkan

d. Hanafi

Pengertian risiko adalah bahaya, akibat atau konsekuensi yang dapat terjadi akibat sebuah proses yang sedang berlangsung atau terjadi yang akan datang.

e. A. Abas Salim

Pengertian risiko adalah ketidakpastian yang mungkin mengakibatkan peristiwa kerugian.

f. Subekti

Pengertian risiko adalah kewajiban memikul kerugian yang disebabkan karena suatu terjadi diluar kesalahan salah satu pihak.

Namun, semua risiko dapat diminimalisir, baik dari pihak bank ataupun dari nasabahnya. Untuk mencegah terjadinya kebocoran PIN dan data pribadi, makapihak bank dapat memberikan pengamanan yang berlapis-lapis agar pihak ketiga tidak dapat dapat mencuri data nasabah. Sedangkan, untuk mengurangi risiko salah kirim atau salah ketik, nasabah dapat melakukan pengecekan ulang (membaca ulang) sebelum dikirim. Semakin besar risiko yang akan di tanggung nasabah dalam menggunakan layanan sistem mobile banking, maka semakin rendah penggunaan sistem tersebut.(Hendri, 2020). Adapun menurut (Naqib, 2019) indikator yang mengukur variabel risiko sebagai berikut:



- a. Memungkinkan terdapat risiko pencurian
  - b. Membutuhkan biaya yang besar
  - c. Kemungkinan terdapat risiko penipuan
3. (S. A. Wahyuningsih, 2019) risiko adalah *uncertainty* yang dipertimbangkan orang untuk memutuskan atau tidak melakukan transaksi secara online. Adapun indikator risiko yakni :
- a. Besarnya risiko.  
Adalah ukuran seberapa besar kemungkinan dapat terjadinya sebuah risiko yang bisa terjadi disebabkan lemahnya sistem keamanan yang disediakan oleh pihak perusahaan atau penyedia jasa.
  - b. Kebutuhan transaksi.  
Adalah sebuah keinginan nasabah yang timbul ketika memerlukan jasa yang ditawarkan oleh pihak BSI.
  - c. Jaminan keamanan dari bank  
Adalah sebuah tindakan yang di berikan oleh pihak BSI Mobile kepada nasabahnya dengan cara memperkuat keamanan untuk melindungi data nasabah, dalam bank sendiri terdapat 2 jenis keamanan yang diberikan yakni password dan juga PIN.
4. Nilasari et al.(2021) Risiko bisa dikelola dengan berbagai cara, seperti penghindaran, ditahan (*retention*), difersivikasikan, atau

ditransfer ke pihak lainnya. Berikut adalah jenis-jenis cara mengelola risiko :

- a. *Risk Avoidance*, yaitu memutuskan untuk tidak melakukan aktivitas yang mengandung risiko sama sekali. Dalam memutuskan untuk melakukannya, maka harus dipertimbangkan potensi keuntungan dan potensi kerugian yang dihasilkan suatu aktivitas.
- b. *Risk Reduction*, disebut juga risk mitigatoin yaitu merupakan metode yang mengurangi kemungkinan terjadinya suatu risiko ataupun mengurangi dampak kerusakan yang dihasilkan oleh suatu risiko.
- c. *Risk Transfer*, yaitu memindahkan risikopada pihak lain, umumnya melalui suatu kontrak (asuransi) maupun hedging.
- d. *Risk Deferral*, dampak suatu risiko tidak selalu konstan, ini meliputi menunda aspek suatu proyek hingga saat dimana probabilitas terjadinya risiko kecil.
- e. *Risk Retention*, walaupun risiko tertentu dapat dihilangkan dengan cara mengurangi maupun mentransfernya, namun beberapa risiko harus tetap diterima sebagai bagian penting dari aktivitas.

5. Menurut Rolianah & Albar (2019) risiko berkaitan dengan ketidakpastian (uncertainty) tetapi terdapat perbedaan antara risiko dan ketidakpastian yaitu acuan dari risiko adalah

perkiraan dari risiko sedangkan acuan dari ketidakpastian adalah risiko yang tidak diperkirakan.

Keadaan yang tidak pasti bisa timbul karena beberapa alasan yang bisa terjadi, yaitu:

- a. Jarak waktu dari perencanaan atas kegiatan sampai berakhirnya kegiatan. Semakin panjang jarak waktunya maka semakin tinggi risikoyang bisa terjadi.
- b. Terbatasnya informasi yang diperlukan
- c. Terbatasnya pengetahuan atau keterampilan dalam mengambil keputusan

6. (Kamal, 2014) Dalam perspektif islam, manajemen risiko merupakan usaha untuk menjaga amanah Allah akan harta kekayaan demi untuk kemaslahatan manusia. Berbagai sumber ayat Al-Quran telah memberikan kepada manusia akan pentingnya pengelolaan risiko ini. Keberhasilan manusia dalam mengelola risiko, bisa mendatangkan maslahat yang lebih baik. Dengan timbulnya kemaslahatan ini maka bisa dimaknai sebagai keberhasilan manusia dalam menjaga amanah Allah. Dalam usaha mencari nafkah seorang muslim dihadapkan pada kondisi ketidakpastian terhadap apa yang terjadi. Kita boleh saja merencanakan suatu kegiatan usaha atau investasi, namun kita tidak bisa memastikan apa yang kita dapatkan dari hasil investasi tersebut, apakah untung atau rugi. Hal ini merupakan sunnatullah atau ketentuan Allah seperti yang disampaikan

kepada Nabi Muhammad SAW, 1400an tahun yng silam dalam Surat (QS. Luqman : 34) berikut:

إِنَّ اللَّهَ عِنْدَهُ عِلْمُ السَّاعَةِ وَيُنزِلُ الْغَيْثَ وَيَعْلَمُ مَا فِي  
الْأَرْحَامِ وَمَا تَدْرِي نَفْسٌ مَّاذَا تَكْسِبُ غَدًا وَمَا تَدْرِي  
نَفْسٌ بِأَيِّ أَرْضٍ تَمُوتُ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ □

Terjemahnya :

34. *Sesungguhnya Allah, hanya pada sisi-Nya sajalah pengetahuan tentang hari kiamat: dan Dia-lah yang menurunkan hujan, dan mengetahui apa yang ada dalam rahim. Dan tiada seorangpun yang dapat mengetahui (dengan pasti) apa yang akan diusahakan besok. Dan tiada seorangpun yang dapat mengetahui di bumi mana dia akan mati. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal.*

Selanjutnya dalam surah Al-Hasyr ayat 18, Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ  
وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Terjemahnya:

18. *hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang*

*telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertqwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.*

### 2.3.2. Teori Kualitas Layanan

1. Menurut (H. Wahyuningsih, 2021) Kualitas Layanan adalah tingkat keunggulan (*excelce*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memnuhi apa yang diinginkan pelanggan. Dalam kualitas layanan terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan itu sendiri, yaitu *expect service* dan *perceived service*. Kualitas layanan menurut Rush dan Oliver (1997) adalah penilaian pelanggan dari kualitas layanan secara keseluruhan, yang merupakan hasil suatu perbandingan oleh pelanggan dimana mereka menilai tentang harapan mereka tentang layanan dan persepsi mereka tentang tata cara layanan dilakukan.

Adapun indikator yang mengukur kualitas layanan menurut Zeitmal, Parasurahman, dan Berry dalam penelitian (H. Wahyuningsih, 2021) yakni :

- a. Berwujud (*tangible*). Kualitas layanan yang diberikan berupa sarana fisik perkantoran, komputerisasi administrasi, ruang tunggu, tempat informasi.
- b. Reliabilitas (*reliability*). Kemampuan dan kehandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya.

- c. Ketanggapan (*responsive*). Kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat, serta tanggap terhadap keinginan konsumen.
  - d. Jaminan (*Assurance*). Kemampuan dan keramahan serta sopan santun pegawai dalam meyakinkan kepercayaan konsumen.
  - e. Empati (*Empathy*). Sikap tegas tetapi penuh perhatian dari pegawai terhadap konsumen.
2. Beberapa manfaat kualitas pelayanan menurut Pramesti(2020) bagi pelanggan, dan juga karyawan yakni :
- a. Manfaat bagi pelanggan
    - 1) Pemenuhan kebutuhan
    - 2) Penghargaan mendapatkan layanan yang baik
    - 3) Kepercayaan sebagai mitra bisnis
    - 4) Kepercayaan terhadap perusahaan yang profesional
  - b. Manfaat bagi karyawan
    - 1) Meningkatkan kepercayaan
    - 2) Menumbuhkan kepuasan pribadi
    - 3) Menumbuhkan semangat kerja
    - 4) Meningkatkan laba perusahaan
3. Menurut Wardhana ( 2015) ada 4 tipe jasa layanan dalam mobile banking yakni:
- a. Pertama yaitu dengan menggunakan IVR (*Interactive Voice Respons*) atau disebut *phone banking*, karena nasabah harus

menelepon untuk kemudian dipandu oleh pesan elektronik didalam memilih oleh pesan elektronik didalam memilih menu-menu transaksi lewat telepon.

- b. Kedua yaitu dengan menggunakan SMS (*short Message Service*), layanan berbasis SMS dipadukan dengan SIM tolkit dan SIM card masing-masing operator sehingga akses layanan bisa melalui menu, tidak perlu mengetik perintah melalui SMS.
  - c. Ketiga yaitu dengan menggunakan WAP (*wireless Access Protocol*), layanan ini merupakan m-banking yang mereplika atau meniru i-banking kedalam sebuah ponsel yang didukung oleh teknologi WAP. Layanan yang disediakan mirip dengan i-banking, hanya saja tampilannya lebih sederhana sehingga dapat ditampilkan pada layar handphone
  - d. Keempat, yaitu dengan menggunakan aplikasi pihak ketiga, misalnya dengan menggunakan aplikasi berbasis java, yaitu aplikasi yang mampu menghubungkan handphone berteknologi java dengan pihak bank melalui layanan data.
4. Menurut Gapersz (1997) terdapat delapan dimensi kualitas layanan yang dapat untuk menganalisis karakteristik kualitas barang, yaitu sebagai berikut:
- a. *Efficiency*, yaitu kemampuan pelanggan untuk mengakses website, mencari produk yang diinginkan dan informasi

yang berkaitan dengan produk tersebut dan meninggalkan situs bersangkutan dengan upaya minimal.

- b. *Keistimewaan*, merupakan aspek kedua dari performasi yang menambahkan fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan-pilihan dan pengembangannya.
- c. Keandalan, berkaitan dengan kemungkinan suatu produk berfungsi secara berhasil dalam priode waktu tertentu dibawah kondisi tertentu
- d. Konformansi berkaitan dengan tingkat kesesuaian produk terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan.
- e. Daya tahan, merupakan ukuran masa pakai suatu produk.
- f. Kemampuan pelayanan, merupakan karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan/kesopanan, kompetensi, kemudahan, serta akurasi dalam perbaikan.
- g. Estetika merupakan karakteristik mengenai keindahan yang bersifat subjektif sehingga berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dari prefensi atau pilihan individual.
- h. Kualitas yang dipersepsikan bersifat subjektif, berkaitan dengan perasaan pelanggan dalam mengkonsumsi produk, seperti meningkatkan harga diri.

5. Priansa(2017) dari dimensi tersebut mempunyai lima kelompok karakteristik yang digunakan oleh pelanggan dalam mengevaluasi kualitas yaitu sebagai berikut:



- a. Keandalah (*reliability*) yakni kemampuan memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan.
  - b. Daya tanggap (*responsiveness*) yakni respon atau kesigapan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap
  - c. Jaminan (*assurance*) didefinisikan sebagai kemampuan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dan menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.
  - d. Empati, yakni perhatian secara individu yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan dan usaha perusahaan untuk memahami kegiatan dan kebutuhan pelanggan
  - e. Bukti langsung (*tangibles*) didefinisikan sebagai penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, personil, dan bahan komunikasi. Pada aplikasi, *tangible* ini diterjemahkan sebagai perwujudan dari tampilan aplikasi *mobile banking*
6. Menurut Muhammad (2013) dalam jurnal Nurhadi (2018) pelayanan adalah suatu keharusan yang pengoprasianya sesuai dengan prinsip syariah. Agar suatu pelayanan yang ada di perusahaan jasa harus lebih terarah maka semua pihak

harus mempunyai pedoman dan prinsip-prinsip yang dituangkan dalam ajaran islam. Adapun prinsip-prinsip dalam islam adalah sebagai berikut:

- a. Prinsip Tolong Menolong (*Ta'awun*). Yakni memberikan pelayanan terbaik sesama umat manusia yang merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang melakukannya. Sebagaimana yang dijelaskan dalam Al-Quran pada (QS. Al-Maidah: 2)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحِلُّوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا  
 الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا أَمِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّنْ  
 رَبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا  
 نُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا  
 عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا  
 اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Terjemahnya:

*Dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebijakan dan taqwa, dan janganlah tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertaqwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya (QS. Al-Maidah: 2)*

- b. Prinsip memberi kemudahan (At-Taysir). Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam (QS. Al-Baqarah:185)

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ هُدًى لِّلنَّاسِ وَبَيِّنَاتٍ  
مِّنَ الْهُدَى وَالْفُرْقَانِ فَمَنْ شَهِدَ مِنْكُمُ الشَّهْرَ فَلْيَصُمْهُ ۖ وَمَنْ  
كَانَ مَرِيضًا أَوْ عَلَى سَفَرٍ فَعِدَّةٌ مِّنْ أَيَّامٍ أُخَرَ ۗ يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ  
الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ ۖ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ  
عَلَىٰ مَا هَدَيْكُم ۖ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Terjemahnya :

*Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. Dan hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan hendaklah kamu menaggungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, supaya kamu bersyukur (QS. Al-Baqarah:185)*

- c. Prinsip persamaan (*Musawah*). Manusia semuanya adalah sama, dari asal kejadian yang sama yaitu dari tanah dan dari diri yang satu yakni adam yang diciptakan dari tanah, oleh karena itu tidak layak seseorang atau satu golongan menyombongkan diri atau menghina yang lain. Sebagaimana telah dijelaskan dalam Al-Quran yakni:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ  
شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۚ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ  
أَتْقَىٰكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Terjemahnya :

Wahai manusia kami ciptakan kamu dari laki-laki dan perempuan dan kami jadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sesungguhnya yang paling mulia disisi Allah adalah yang paling taqwa. Sungguh Allah maha mengetahui dan mahamengenal (QS. Al-Hujarat: 13)

- d. Prinsip saling mencintai (*Muhabbah*). Yakni dimana seseorang memeberikan pelayanan ataupun memperlakukan mereka dengan baik. Sebagaimana dijelaskan dalam (QS. Al-Imran: 112)

ضَرَبْتُ عَلَيْهِمُ الدَّلَّةَ أَيْنَ مَا تُقِفُوا إِلَّا بِحَبْلِ مِنَ اللَّهِ وَحَبْلِ  
مِنَ النَّاسِ وَبِأَعْوَابِ عَصَبٍ مِنَ اللَّهِ وَضَرَبْتُ عَلَيْهِمُ الْمَسْكَنَةَ ۚ  
ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ صَوَّأُوا وَكَانُوا يَعْتَدُونَ

Terjemahnya:

Mereka diliputi kehinaan di mana saja mereka berada, kecuali jika mereka berpegang kepada tali (agama) Allah

dan tali (perjanjian) dengan manusia dan mereka kembali mendapat kemurkaan dari Allah dan mereka diliputi kerendahan. Yang demikian itu karena mereka kafir kepada ayat-ayat Allah dan membunuh para Nabi tanpa alasan yang benar. Yang demikian itu disebabkan mereka durhaka dan melampaui batas (QS. Al-Imran: 112)

- e. Prinsip lemah lembut (*Al-Layin*). Untuk prinsip berlaku lemah lembut telah dijelaskan dalam (QS. Al-Imran: 159)

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا  
عَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ  
وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ ۗ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۗ فَإِذَا عَزَمْتَ  
فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Terjemahnya:

Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah

*kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.*

- f. Prinsip kekeluargaan (*ukhuwah*). *Ukhuwah* secara jelas dinyatakan dalam Al-Quran adalah persaudaraan seagama dan persaudaraan yang jalinannya bukan karena agama. Hal ini telah dijelaskan dalam (QS. Al-Hujarat: 10)

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ  
 وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ □

Terjemahnya:

*orang-orang beriman itu sesungguhnya bersaudara. Sebab itu damaikanlah (perbaiki hubungan antara kedua saudaramu itu dan takutlah terhadap Allah, supaya kamu mendapat rahmat (QS. Al-Hujarat: 10)*

### 2.3.3. Teori loyalitas

1. Waqi'ah(2019)salah satu cara untuk membangun loyalitas nasabah, beberapa perusahaan mengembangkan sistem *customer relationship management (CRM)* yang mumpuni. Perusahaan oini menyusun *database* dengan data yang lengkap agar perusahaan dapat memberikan penawaran yang tepat sesuai dengan keinginan pelanggan. Sistem CRM dapat membantu perusahaan untuk memberikan pengalaman yang

baik sesuai dengan harapan nasabah. Cara lain yang dapat dilakuakn perusahaan untuk membangun loyalitas nasabah antara lain ;

- a. Memperkuat merek, kegiatan ini mencerminkan karakter nasabah membentuk ikatan emosional antara nasabah dengan merek tersebut.
  - b. Memperbaiki pelayanan, pelayanan kepada nasabah menciptakan pengalaman yang unik kepada nasabah sehingga ia merasa dihargai
  - c. Meningkatkan kualitas produk, dengan kualitas yang baik maka akan mengurangi risiko nasabah mengalami kegagalan produk.
2. Menurut Tjiptono (2000) dalam penelitian(Priantoro, 2021) loyalitas dapat diukur dengan 3 indikator, yaitu :
- a. *Repeat*, yaitu apabila pelanggan membutuhkan barang atau jasa pelanggan akan kembali pada perusahaan terkait.
  - b. *Retention*, yakni ia tidak terpengaruh jasa yang ditawarkan oleh pihak lain.
  - c. *Refferal*, berkaitan dengan biladirasa jasa yang diterima memuaskan, maka pelanggan akan memberikan kepada pihak lain, dan sebaliknya apabila tidak ada kepuasan atas pelayanan maka pelanggan hanya memberitahukan pelayanan yang kurang memuaskan tersebut pada pihak penyedia dana.

3. Hafifah (2021) loyalitas ialah pola pikir, perilaku, keyakinan dan keinginan. Secara teknis, loyalitas dikembangkan dengan pendekatan persuasive yang mendorong dan berkembang atas sikap berfikir positif dan terkait perilaku. Peran loyalitas menciptakan keseimbangan hubungan dengan apa yang dipikirkan dan dikerjakan atau kemungkinan mencoba. Loyalitas menekankan pada runtutan pembelian yang dilakukan konsumen seperti promosi dan probabilitas pembelian. Loyalitas pelanggan merupakan faktor penting yang menjadi alat ukur pembelian kembali. Berikut indikator menurut Griffin (2005) dalam skripsi Hafifah(2021) :

- a. Melakukan pembelian secara teratur (*makes regular repeat purchases*)
- b. Membeli diluar dari produk/jasa (*purchases across product and service lines*)
- c. Merekomendasikan produk kepada orang lain (*refers other*)
- d. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*demonstrasi immunity to the full the competition*).

4. (Griffin, 2005) Loyalitas dalam perspektif islam, Loyalitas merupakan bentuk kesetiaan seseorang serta perilaku untuk mau merekomendasikan apa yang ia rasakan kepada orang lain ini adalah bentuk kesetiannya kepada perusahaan ataupun



pihak BSI Mobile, sebagaimana bagi umat islam yang beriman, mereka mengakui akan hakikat agama tanpa ada dusta keimanan inilah yang dimaksud dengan loyalitas hamba kepada Rabbnya. Sebagaimana firman Allah :

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ الَّذِينَ آمَنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ ثُمَّ لَمْ  
يَرْتَابُوا وَجَاهَدُوا بِأَمْوَالِهِمْ وَأَنْفُسِهِمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ  
أُولَئِكَ هُمُ الصَّادِقُونَ

Terjemahnya :

*Sesungguhnya orang-orang mukmin yang sebenarnya adalah mereka yang beriman kepada Allah dan Rasul-Nya kemudian mereka tidak ragu-ragu dan mereka berjihad dengan harta dan jiwanya di jalan Allah. Mereka itulah orang-orang yang benar. (QS. Al-Hujurat : 15)*

Ayat ini bisa dikaitkan dengan loyalitas pelanggan yang ketika pelanggan sudah setia dan percaya pada suatu perusahaan atau BSI Mobile maka ia akan tetap menggunakan aplikasi tersebut.

## 2.4. GrandTheory

### 2.4.1 Teori Risiko

Menurut(S. A. Wahyuningsih, 2019) indikator yang mengukur variabel risiko sebagai berikut:

a. Besarnya risiko.

Adalah ukuran seberapa besar kemungkinan dapat terjadinya sebuah risiko yang bisa terjadi disebabkan lemahnya sistem keamanan yang disediakan oleh pihak perusahaan atau penyedia jasa.

b. Kebutuhan transaksi.

Adalah sebuah keinginan nasabah yang timbul ketika nasabah memerlukan jasa yang ditawarkan oleh pihak BSI

c. Jaminan keamanan dari bank

Adalah sebuah tindakan yang di berikan oleh pihak BSI Mobile kepada nasabahnya dengan cara memperkuat keamanan untuk melindungi data nasabah, dalam bank sendiri terdapat 2 jenis keamanan yang diberikan yakni password dan juga PIN.

### 2.4.2. Teori Kualitas Layanan

MenurutKhusna (2020) indikator kualitas layanan yakni :

- a. *Reliability* (keandalan)
- b. *Assurance* (jaminan)
- c. *Responsiveness* (daya tanggap)
- d. *Empathy* (empati)

- e. *Tangible* (bukti langsung)
- f. *Efficiency* (efisien)

### 2.4.3. Loyalitas Nasabah

Menurut Tjiptono (2000) dalam penelitian (Priantoro, 2021) loyalitas dapat diukur dengan 3 indikator, yaitu :

- a. *Repeat*, yaitu apabila pelanggan membutuhkan barang atau jasa pelanggan akan kembali pada perusahaan terkait.
- b. *Retention*, yakni ia tidak terpengaruh jasa yang ditawarkan oleh pihak lain.
- c. *Refferal*, berkaitan dengan biladirasa jasa yang diterima memuaskan, maka pelanggan akan memberikan kepada pihak lain, dan sebaliknya apabila tidak ada kepuasan atas pelayanan maka pelanggan hanya memberitahukan pelayanan yang kurang memuaskan tersebut pada pihak penyedia dana.

### 2.5. Kerangka Pikir

Kerangka berfikir adalah pemahaman yang sangat mendasar yang menjadi landasan bagi pemahaman-pemahaman setiap pemikiran selanjutnya. Menurut teori/Eecho yang ada di laman (<https://eecho.wordpress.com/2008/10/29/apa-itu-kerangka-berfikir/>), menyatakan bahwa kerangka berfikir berbeda dengan sekumpulan informasi atau hanya sekedar sebuah pemahaman. Lebih dari itu kerangka berfikir adalah sebuah pemahaman yang melandasi pemahaman-pemahaman yang lainnya, sebuah

pemikiran yang sangat mendasar yang menjadi pondasi bagi setiap pemikiran berikutnya. (Neoloka, 2014)

Judul yang diangkat pada penelitian ini yakni pengaruh risiko dan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pengguna BSI Mobile Banking.

Kerangka pemikiran menunjukkan antara pengaruh variable independen dengan variable dependen. Variable dependen atau variabel yang akan di uji pada penelitian ini adalah Loyalitas Nasabah (Y), adapun variable independen atau variabel yang akan menguji pada penelitian ini adalah Risiko(X1) dan Kualitas Layanan (X2).

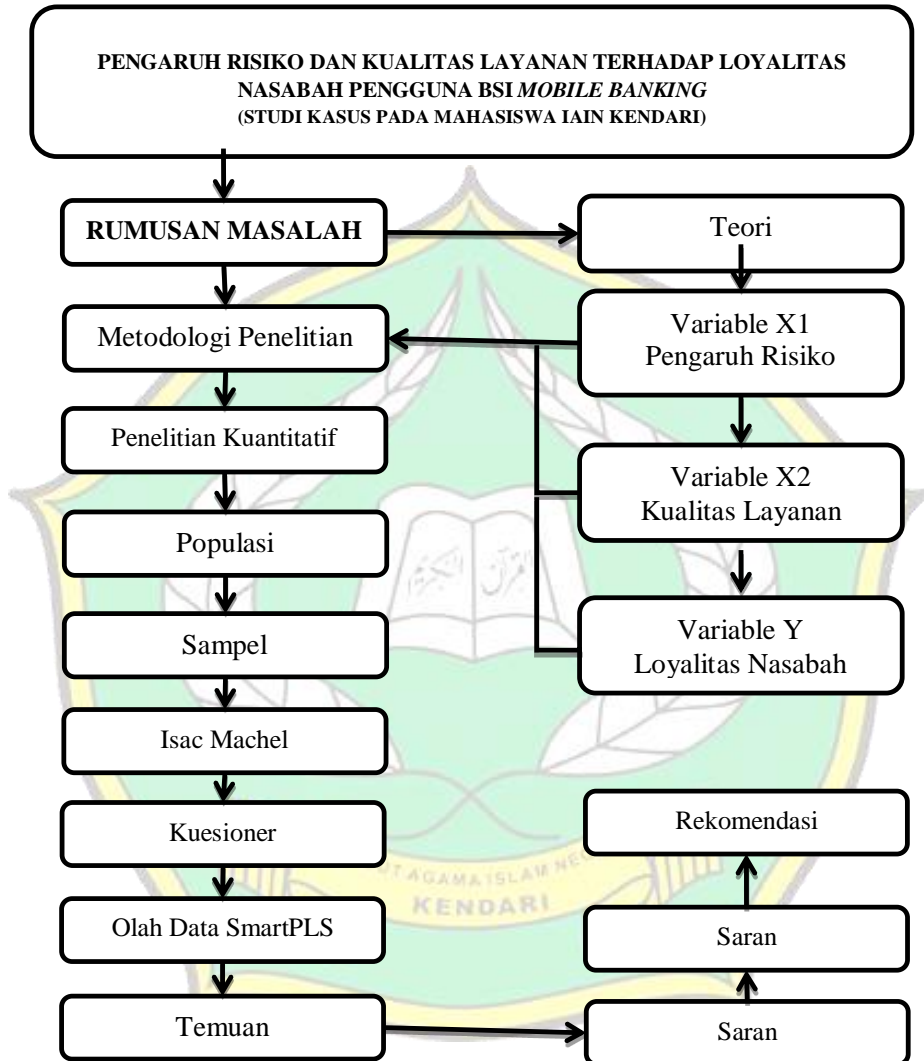
Adapun indikator yang digunakan pada variabel loyalitas (Y) yakni *Repeat*, *Retention*, dan *Refferal* yang nantinya akan di uji oleh variabel Risiko (X1) inidikator yang digunakan yakni besarnya risiko, kebutuhan transaksi, dan juga jaminan keamanan dan juga variabel Kualitas Layanan (X2) indikator yang digunakan yakni keandalaan, jaminan, daya tanggap, empati, bukti langsung, dan effisien. Untuk teknik penelitian yang dilakukan yakni teknik penelitian kuantitatif dengan sumber data yang digunakan yakni data primer, dimana peneliti akan membagikan kuesiner kepada responden, adapun sampel pada penelitian ini di ambil dari mahasiswa IAIN Kendari yang menggunakan aplikasi BSI Mobile, karena kurangnya informasi dilapangan mengenai jumlah mahasiswa IAIN Kendari yang menggunakan BSI Mobile maka peneliti menggunakan rumus Isac Michel. Setelah didapatkannya

data dilapangan maka selanjutnya peneliti akan memasukkannya pada Aplikasi SmartPLS yang kemudian di olah adapun uji-uji yang dilakukan yakni uji validitas yang dapat dilihat dari nilai *convergen validity* dan juga *discriminan validity* kemudian uji reabilitas yang dapat dilihat dari nilai *cronback alpha* dan *composite reability*, dan juga akan dilakukan uji koefisien daterminan dan uji hipotesis setelah beberapa uji ini dilakukan maka akan didapatkan temuan pada penelitian ini yang sekaligus akan menjawab rumusan masalah dan juga hipotesis pada pada penelitian ini.

Berdasarkan kerangka pikir secara deskriptif di atas, maka dapat dirumuskan tahapan kerangka pikir sebagai berikut:



## Bagan 2.1 Kerangka Pikir



**Sumber :** Diolah dilapangan, Tahun 2022

**Uraian:** penelitian ini berjudul Pengaruh Risiko Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna BSI Mobile

Banking (Studi Kasus Pada Mahasiswa Iain Kendari) memiliki 2 variabel X yakni variabel X1 risikodan variabel X2 yakni kualitas layanan terhadap variabel Y yakni loyalitas nasabah yang memiliki tujuan untuk melihat apakah ada pengaruh risiko dan kualitas layanan terhadap tingkat loyalitas nasabah penggunaan produk mobile banking pada mahasiswa IAIN Kendari.

Masuk di metode penelitian, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif adapun cara menentukan sampelnya menggunakan rumus Isac Machel setelah mendapatkan jumlah sampel barulah dilakukan penyebaran kuesioner ataupun angket kepada reponden yang nantinya akan di isi oleh responden, jika data sudah terkumpul maka data tersebut akan di olah menggunakan SmartPLS barulah ditemukan hasil pada penelitian ini. Setelah itu peneliti akan membuat kesimpulan dari hasil yang telah di dapatkan setelah itu peneliti akan memberikan saran dan juga rekomendasi.

## 2.6. Hipotesis

Hipotesis merupakan proposisi yang akan di uji keberlakuannya, atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan penelitian. Hipotesis dalam penelitian kuantitatif dapat berupa hipotesis satu variabel dan hipotesis dua atau lebih variabel yang dikenal sebagai hipotesis kausal.(Prasetyo & Miftahul Jannah, 2014).

Risiko merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah dalam menggunakan BSI Mobile banking hal ini bisa dilihat dari penelitian yang di lakukan oleh (Hendri, 2020) setelah melalui uji t (parsial) ditemukan nilai signifikan dari variabel risiko lebih kecil dari pada 0,05 yakni 0,000. Yang berarti bahwa risiko berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan pernyataan di atas maka riset ini membentuk hipotesis:

**H1 = Risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap loyalitas nasabah pada mahasiswa IAIN Kendari dalam menggunakan BSI Mobile banking.**

Salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah dalam menggunakan mobile banking juga ada pada variabel kualitas layanan, ini juga pernah di teliti oleh (Hendri, 2020) ditemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah hal ini bisa di buktikan dari uji T (parsial) yang dimana ditemukan bahwa nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 yakni 0,006 yang artinya variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan pada loyalitas nasabah. Berdasarkan pernyataan di atas maka riset ini membentuk hipotesis :

**H2 = Kualitas Layanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pada mahasiswa IAIN Kendari dalam menggunakan BSI Mobile bankig.**

Pada penelitian yang dilakukan (Wibiadila, 2016) setelah dilakukan uji hipotesis yakni uji f (simultan) ditemukan bahwa



risiko dan juga kualitas layanan sama-sama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan mobile banking. Berdasarkan pernyataan di atas maka riset ini membentuk hipotesis yakni:

**H3 = Risiko dan Kualitas Layanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada mahasiswa IAIN Kendari dalam menggunakan BSI Mobile banking.**

