

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Penelitian Terdahulu yang Relevan

1. Juliansyah (2018) dengan judul Pengaruh Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada BNI Syariah Palembang. Dengan hasil penelitian Penggunaan nasabah terhadap internet banking, secara signifikan dominan dipengaruhi oleh kemudahan dan fitur layanan, secara tidak langsung teknologi informasi dan risiko juga mempengaruhi minat nasabah menggunakan internet banking.  
Persamaan: Sama-sama membahas pengaruh variable teknologi Informasi terhadap minat nasabah dan studi kasus dilakukan terhadap nasabah.  
Perbedaan: Menggunakan variable kemudahan risiko dan fitur layanan sebagai variabel independen.
2. Amijaya (2010) dengan judul Pengaruh persepsi teknologi informasi, kemudahan dan fitur layanan terhadap minat ulang nasabah bank dalam menggunakan internet banking (studi pada nasabah bank BCA). Dengan hasil penelitian Variable persepsi teknologi informasi berpengaruh positif terhadap minat ulang nasabah menggunakan internet banking. Ini ditandai dengan nilai  $t_{hitung}$  variabel adalah 5,307 dan lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  (1,99). Pengaruh yang diberikan bersifat positif, hal ini terlihat dari besarnya koefisien variabel persepsi teknologi informasi pada persamaan regresi yaitu sebesar 0,400.  
Persamaan : Sama-sama membahas pengaruh variable teknologi Informasi terhadap minat nasabah dan studi kasus dilakukan terhadap nasabah.

Perbedaan: Menggunakan variable kemudahan dan fitur layanan sebagai variabel Independen. Populasi penelitian ini adalah nasabah Bank BCA.

3. Supriyadi (2013) dengan Judul Penelitian Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan Penggunaan, Resiko Transaksi, Dan Fitur Layanan Pada Minat Ulang Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking. Dengan hasil penelitian adalah : hipotesis pertama, kedua, ketiga, dan keempat terbukti dimana ada pengaruh positif dan signifikan variabel persepsi teknologi informasi, kemudahan penggunaan, resiko transaksi, dan fitur layanan pada minat ulang nasabah dalam menggunakan internet banking.

Persamaan: Sama-sama membahas pengaruh variable teknologi Informasi terhadap minat nasabah dan studi kasus dilakukan terhadap nasabah.

Perbedaan: Menggunakan variable kemudahan dan fitur layanan sebagai variabel Independen. Populasi penelitian ini adalah nasabah Bank BCA dan teknik sampel nya *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang.

4. Pratiwi (2016) dengan judul Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Risiko dan Handling Complaint Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ngunut Tulungagung. Dengan hasil penelitian Secara parsial variabel risiko dan handling complaint berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan internet banking. Sedangkan secara simultan semua variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan internet banking pada Bank Syariah Mandiri KCP Ngunut Tulungagung. Persamaan: Menggunakan variable persepsi teknologi

informasi dan Handling complaint sebagai variabel bebas, dan minat nasabah sebagai variabel terikat. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif serta data yang digunakan adalah data primer. Perbedaan: Pada penelitian ini sampel diperoleh menggunakan rumus slovin.

5. Malik (2020) dengan judul Pengaruh *Complaint Handling*, Kualitas Layanan, Dan *Internet Banking* Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Nasabah BRI Syariah Kantor Cabang Semarang). Dengan hasil penelitian *Complaint Handling* dan Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Syariah KC Semarang. Persamaan: Sama-sama membahas pengaruh variable Handling Complaint adapun Perbedaan : Menggunakan variable Kualitas layana, internet banking dan Loyalitas nasabah sebagai variabel Independen.
6. Arfiani (2019) dengan judul penelitian Pengaruh Persepsi Risiko Dan Persepsi Teknologi Informasi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Bri Syariah KCP Ngawi). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa (1) Persepsi Risiko berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking pada Bank BRI Syariah KCP Ngawi dengan nilai thitung  $4,430 > t_{tabel} 1,985$  dan nilai Sig.  $0,000 < t_{tabel} 1,985$  dan nilai Sig.  $0,000 < F_{tabel} 3,09$  dan nilai Sig.  $0,000 < 0,05$ . (2) Persepsi Teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking pada Bank BRI Syariah KCP Ngawi dengan nilai thitung  $3,461 > t_{tabel} 1,985$  dan nilai Sig.  $0,000 < F_{tabel} 3,09$  dan nilai Sig.  $0,000 < 0,05$ . (3) Persepsi risiko dan persepsi teknologi informasi

berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking pada Bank BRI Syariah KCP Ngawi dengan Fhitung 34,163 > Ftabel 3,09 dan nilai Sig. 0,000 < 0,05. Persamaan penelitian penulis dengan penelian ini adalah sama-sama membahas pengaruh variable teknologi Informasi terhadap minat nasabah dan studi kasus dilakukan terhadap nasabah. Perbedaan: Menggunakan variable kemudahan risiko dan fitur layanan sebagai variabel independen

## 2.2 Unsur Kebaharuan (Novelty Element)

1. Juliansyah (2018) dengan judul Pengaruh Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada BNI Syariah Palembang. Persamaan penelitian penulis dengan penelian ini adalah sama-sama membahas pengaruh variable teknologi Informasi terhadap minat nasabah dan studi kasus dilakukan terhadap nasabah. Perbedaan: Menggunakan variable kemudahan risiko dan fitur layanan sebagai variabel independen
2. Amijaya (2010) dengan judul Pengaruh persepsi teknologi informasi, kemudahan dan fitur layanan terhadap minat ulang nasabah bank dalam menggunakan internet banking (studi pada nasabah bank BCA). Persamaan penelitian ini dengan penulis adalah Sama-sama membahas pengaruh variable teknologi Informasi terhadap minat nasabah dan studi kasus dilakukan terhadap nasabah. Perbedaan: Menggunakan variable kemudahan dan fitur layanan sebagai variabel Independen. Populasi penelitian ini adalah nasabah Bank BCA.

3. Supriyadi (2013) dengan Judul Penelitian Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan Penggunaan, Resiko Transaksi, Dan Fitur Layanan Pada Minat Ulang Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis Sama-sama membahas pengaruh variable teknologi Informasi terhadap minat nasabah dan studi kasus dilakukan terhadap nasabah. Perbedaan: Menggunakan variable kemudahan dan fitur layanan sebagai variabel Independen. Populasi penelitian ini adalah nasabah Bank BCA dan teknik sampel nya *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang.
4. Pratiwi (2016) dengan judul Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Risiko dan Handling Complaint Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ngunut Tulungagung. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah sama-sama menggunakan variable persepsi teknologi informasi dan Handling complaint sebagai variabel bebas, dan minat nasabah sebagai variabel terikat. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif serta data yang digunakan adalah data primer. Perbedaan: Pada penelitian ini sampel diperoleh menggunakan rumus slovin.
5. Malik (2020) dengan judul Pengaruh *Complaint Handling*, Kualitas Layanan, Dan *Internet Banking* Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Nasabah BRI Syariah Kantor Cabang Semarang). Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah Sama-sama membahas pengaruh variable Handling Complaint sementara Perbedaannya adalah dalam penelitian ini Menggunakan variable

Kualitas layana, internet banking dan Loyalitas nasabah sebagai variabel Independen.

6. Arfiani (2019) dengan judul penelitian Pengaruh Persepsi Risiko Dan Persepsi Teknologi Informasi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Bri Syariah KCP Ngawi). Persamaan penelitian penulis dengan penelian ini adalah sama-sama membahas pengaruh variable teknologi Informasi terhadap minat nasabah dan studi kasus dilakukan terhadap nasabah. Perbedaan: Menggunakan variable kemudahan risiko dan fitur layanan sebagai variabel independen

### 2.3 Landasan Teori

#### 2.3.1 Teori Persepsi Teknologi Informasi

1. Menurut (Thoha) dalam (Sherinadila 2021) Istilah persepsi sering dijumpai dalam sejumlah percakapan seseorang ketika orang tersebut sedang membicarakan hal-hal tertentu. Persepsi merupakan proses yang melibatkan pemilihan, pengorganisasian, dan interpretasi dari faktor-faktor lingkungan, bentuk, orang, serta stimulus lainnya. Melalui proses persepsi inilah individu berusaha memahami stimulus yang mereka amati. Persepsi pada dasarnya merupakan proses kognitif yang dialami oleh setiap individu di dalam memahami sebuah informasi tentang lingkungan baik lewat pengelihatn, penghayatan, perasaan, penciuman. Persepsi juga merupakan suatu proses pemberian makna terhadap suatu objek pada suatu lingkungan. Setiap orang tentunya mempunyai persepsi yang berbeda, hal tersebut dikarenakan adanya perbedaan kemampuan alat indera untuk menangkap stimulus atau objeknya.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan suatu proses yang dilalui seseorang dalam memilih, mengorganisasikan, serta menginterpretasikan sebuah informasi untuk membentuk sebuah gambaran atau objek yang sedang diamati. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi menurut Thoha adalah sebagai berikut:

a. Psikologi

Persepsi seseorang terhadap segala sesuatu di dunia ini sangat dipengaruhi oleh keadaan psikologinya. Sebagai contoh : suara merdu penyanyi akan berkesan atau menarik terhadap orang yang sedang menikmatinya, tetapi tidak berkesan bagi yang tuli.

b. Famili

Famili atau orang tua merupakan salah satu pengaruh paling besar terhadap anak-anak. Orang tua memiliki persepsi atau cara khusus untuk memahami serta melihat sesuatu yang ada di lingkungannya, dan kemudian persepsi tersebut akan diturunkan kepada anak-anaknya. Seperti pada seorang anak di dalam sebuah kampanye pemilu mendukung salah satu partai politik tersebut, hal tersebut dikarenakan orang tuannya telah menjadi tokoh dalam partai politik tersebut.

c. Kebudayaan

Kebudayaan serta lingkungan tertentu juga merupakan salah satu faktor yang kuat dalam mempengaruhi sikap, nilai, serta cara seseorang memandang serta memahami keadaan yang ada di dunia ini.

Proses persepsi pada dasarnya merupakan proses psikologis yang kompleks melibatkan aspek fisiologis. Proses psikologis penting yang

terlibat dimulai dari adanya proses aktivitas memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan stimuli sehingga konsumen tersebut dapat memberikan makna terhadap suatu obyek. Proses persepsi dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Seleksi

Proses persepsi diawali dengan adanya stimulus yang mengenai panca indera. Stimulus ini beragam bentuknya dan akan selalu melanda indera konsumen. Stimulus yang berasal dari luar individu seperti aroma, iklan, dan lain-lain. Sedangkan stimulus yang berasal dari dalam individu seperti harapan, kebutuhan, dan pengalaman. Ketika konsumen dihadapkan pada berbagai stimulus, maka mereka akan memperlihatkan dan memilihnya.

b. Pengorganisasian

Setelah memilih stimulus, maka konsumen akan mengorganisasikan dengan cara mengelompokkan serta menghubungkan dengan stimulus lain agar di interpretasikan sehingga memiliki makna. Prinsip dasar terpenting dalam sebuah pengorganisasian meliputi: gambar dan latar belakang, penyelesaian terhadap objek tersebut dan kemudian mengelompokkannya.

c. Interpretasi

Setelah konsumen mengorganisir stimulus serta mengaitkannya dengan informasi yang dimiliki, maka konsumen menginterpretasikan atau arti pada stimulus tersebut agar memiliki makna yang tepat dalam hal ini



pengalaman serta kondisi psikologis konsumen akan berperan penting dalam menginterpretasikan stimuli.

2. Menurut Haag (2000) dalam Jurnal (Susilawati and Sunarti 2011), Teknologi informasi adalah studi atau penggunaan peralatan elektronika, terutama komputer untuk menyimpan, menganalisis, dan mendistribusikan informasi dalam bentuk apapun termasuk kata-kata, bilangan, dan gambar. Teknologi informasi dapat dikelompokkan menjadi 2 bagian yaitu perangkat lunak (software) dan perangkat keras (hardware). Perangkat keras menyangkut peralatan-peralatan yang bersifat fisik, seperti memori, printer dan keyboard. Adapun perangkat lunak meliputi : instruksi-instruksi untuk mengatur perangkat keras agar bekerja sesuai dengan tujuan instruksi tersebut. Sedangkan Haag (2000) dalam Jurnal (Susilawati and Sunarti 2011) membagi teknologi informasi menjadi 6 kelompok antara lain :
  - a. Teknologi masukan (input) yaitu Segala perangkat yang digunakan untuk mengangkat data/informasi dari sumber asalnya.
  - b. Teknologi keluaran (output), Supaya informasi dapat diterima oleh pemakai yang membutuhkan, informasi perlu disajikan dalam berbagai bentuk baik kertas dengan menggunakan printer maupun melalui media penyimpanan seperti hardisk, dsb.
  - c. Teknologi perangkat lunak (software), Untuk menciptakan informasi diperlukan perangkat lunak atau program. Program adalah sekumpulan instruksi yang digunakan untuk mengendalikan perangkat keras komputer.
  - d. Teknologi penyimpanan (storage), Teknologi penyimpan menyangkut segala peralatan yang digunakan untuk menyimpan data.

- e. Teknologi telekomunikasi (telecommunication) merupakan teknologi yang memungkinkan hubungan jarak jauh. Internet dan ATM merupakan contoh teknologi yang memanfaatkan teknologi telekomunikasi.
  - f. Teknologi pemroses (process), Mesin pemroses adalah bagian penting dalam teknologi informasi yang berfungsi untuk mengingat data/program berupa komponen memori dan mengeksekusi program berupa komponen CPU.
3. Menurut (Kadir 2003), perkembangan dunia teknologi saat ini semakin cepat, salah satunya adalah teknologi informasi. Dengan adanya teknologi informasi kita dapat terhubung dengan siapapun, kapanpun, dan dimanapun. Teknologi adalah pengetahuan atau ilmu mengenai teknik. Sedangkan pengertian informasi adalah penggunaan teknologi, seperti komputer, elektronik, dan teknik komunikasi untuk mengelola dan mendistribusikan informasi dalam bentuk digital. Jadi definisi teknologi informasi adalah ilmu pengetahuan mengenai penggunaan Komputer atau peralatan elektronik untuk mengolah dan mendistribusikan informasi dalam bentuk digital dan peralatan. Teknologi sangat berhubungan erat dengan informasi. Melalui teknologi, informasi dapat didistribusikan sehingga informasi dapat diterima oleh penerima informasi sehingga menimbulkan komunikasi. Seperti halnya teknologi yang saat ini belum diketahui masyarakat, yaitu teknologi internet banking, dengan adanya teknologi informasi segala bentuk teknologi dapat diketahui oleh masyarakat. Adapun peranan teknologi informasi meliputi :
- a. Teknologi informasi menggantikan peran manusia. Dalam tugas ini, teknologi informasi melakukan otomatisasi terhadap suatu tugas atau proses.

- b. Teknologi informasi memperkuat peran manusia, yakni dengan menyajikan informasi terhadap suatu tugas atau proses.
  - c. Teknologi informasi berperan dalam restrukturisasi terhadap peran manusia. Dalam hal ini, teknologi berperan dalam melakukan perubahan-perubahan terhadap sekumpulan tugas atau proses.
4. Menurut (Davis 1989), *Tecnologi Acceptance Model* (TAM) adalah model yang digunakan untuk melihat atau menguji bagaimana sikap/perilaku seseorang terhadap penggunaan teknologi. Sesuai dengan TAM, penggunaan sistem (actual system usage) paling dipengaruhi oleh minat untuk menggunakan (behavioral intentions toward usage). Behavioral intentions toward usage dipengaruhi oleh dua kepercayaan, yaitu persepsi pengguna terhadap manfaat (perceived usefulness) dan persepsi pengguna terhadap kemudahan (perceived ease of use). Perceived usefulness diartikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerjanya. Menurut (Davis 1989) Persepsi Teknologi Informasi dibagi menjadi beberapa indikator :
- a. perceived usefulness
  - b. perceived ease of use
  - c. behavioral intentions toward usage
5. Menurut (Jogiyanto 2007) terdapat lima konstruksi TAM, kelima konstruksi ini adalah sebagai berikut :
- a. Kegunaan persepsian (*perceived usefulness*)
  - b. Kemudahan Penggunaan persepsian (*perceived ease of use*)

- c. Sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavior*) atau sikap menggunakan teknologi (*attitude towards using technology*)
  - d. Perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*)
  - e. Penggunaan teknologi sesungguhnya (*actual technology use*)
6. Menurut Saepi (2018) Teknologi berarti keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yang di perlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia. Teknologi sendiri diciptakan untuk memudahkan dalam memenuhi kebutuhan manusia, sehingga manusia dengan seiring perkembangan zaman dapat menciptakan inovasi yang begitu luar biasa. Di dalam Al-Qur'an disebutkan juga garis besar tentang kejadian alam semesta, tentang penciptaan makhluk hidup, termasuk manusia didorong hasrat ingin tahunya, dipacu akalnya untuk menyelidiki segala apa yang ada di sekelilingnya. Dalam ayat-ayat Al-Qur'an, Allah SWT memberi bimbinganNya dengan memberi contoh apa saja yang dapat diamati dan untuk tujuan apa pengamatan itu dilakukan, agar manusia selalu melakukan observasi untuk mencari titik terang dari apa yang telah Allah gambarkan, karena alam semesta dan proses-proses yang terjadi di dalamnya sering kali dinyatakan sebagai " ayat-ayat Allah ". Maka, meneliti kosmos atau alam semesta dapat diartikan sebagai " membaca ayatullah". Dalam Al-Qur'an surat Al 'Alaq ayat 1-5, Tuhan telah mengisyaratkan agar manusia mau belajar menguasai ilmu pengetahuan. Perintah Tuhan ini dalam firmannya:

أَقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ ﴿١﴾ خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ ﴿٢﴾ أَلَمْ يَكُنْ لِلْإِنْسَانِ حَسْرَةٌ ۖ لَمَّا رَأَىٰ أَن يُدْعَىٰ إِلَىٰ رَبِّهِ أَكْرَمٌ ۖ ﴿٣﴾

الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ ﴿٤﴾ عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ ﴿٥﴾

*Terjemahnya : “bacalah dengan (meyebut) nama Tuhanmu yang telah menciptakan. Dia menciptakan manusia dari segumpal darah, bacalah dan Tuhanmulah Yang Maha Pemurah. Yang mengajari manusia dengan perantara kalam. Dia mengajari manusia apa yang belum diketahuinya.” (Kemenag : Al-Hambra : 2014: 597)*

Tuhan sengaja menciptakan alam semesta ini agar dipelajari oleh manusia sebagai suatu ilmu pengetahuan. Tuhan juga memberikan ilmu pengetahuan kepada manusia sejak awal penciptaan manusia sebagai pembeda dengan makhluk lainnya. Hal ini dapat dilihat pada surat Al Baqarah ayat 31-33. Dalam ayat-ayat tersebut dijelaskan bahwa Tuhan mengajari (memberi) suatu ilmu kepada manusia yang tidak diberikannya kepada malaikat. Tuhan mengetahui segala yang terlahir maupun yang tersembunyi (di dalam hati) dan ilmu Tuhan sangat luas, meliputi segala rahasia yang ada dilangit dan di bumi. Ilmu yang diberikan Tuhan kepada manusia hanya sebagian kecil saja dari seluruh ilmu Tuhan, seperti yg tercermin dalam firman Allah :

وَيَسْأَلُونَكَ عَنِ الرُّوحِ قُلِ الرُّوحُ مِنْ أَمْرِ رَبِّي وَمَا أُوتِيتُمْ مِنَ الْعِلْمِ إِلَّا قَلِيلًا



*Terjemahnya : “..... dan tidaklah kamu diberi pengetahuan melainkan sedikit.” (Kemenag : Al-Hambra : 2014 : 290)*

Jadi, dalam Al-Qur’an selain beribadah Tuhan juga menyuruh kita untuk membaca dan belajar atau mencari ilmu. Ilmu akan membawa manusia kepada pengakuan akan kebesaran Allah SWT dan hanya orang-orang berilmu sajalah yang mudah menerima kenyataan akan kebesaran Allah SWT tersebut. Dalam ayat-ayat Al-Qur’an, Allah SWT memberi bimbinganNya dengan memberi contoh apa saja yang dapat diamati dan untuk tujuan apa

pengamatan itu dilakukan, agar manusia selalu melakukan observasi untuk mencari titik terang dari apa yang telah Allah gambarkan, karena alam semesta dan proses-proses yang terjadi di dalamnya sering kali dinyatakan sebagai “ ayat-ayat Allah ”. Maka, meneliti kosmos atau alam semesta dapat diartikan sebagai “ membaca ayatullah”. Allah telah menggambarkan tentang teknologi dalam Al-Qur’an, teknologi bagi para pendahulu kita (para utusan Allah). Hal ini Allah gambarkan untuk kita jadikan bahan pembelajaran dan motivasi dalam menguasai berbagai cabang ilmu. Firman Allah yang berkaitan tentang teknologi di antaranya dalam surat al-Anbiya 80-81 :

وَعَلَّمْنَاهُ صَنْعَةَ لَبُوسٍ لَّكُمْ لِيُحْصِنَكُمْ مِنْ بَأْسِكُمْ فَهَلْ أَنْتُمْ  
 شَاكِرُونَ ﴿٨٠﴾ وَلَسُلَيْمَانَ الَّرِّيحَ عَاصِفَةً تَجْرِي بِأَمْرِهِ إِلَى الْأَرْضِ  
 الَّتِي بَارَكْنَا فِيهَا ۚ وَكُنَّا بِكُلِّ شَيْءٍ عَالِمِينَ ﴿٨١﴾

*Terjemahnya : “dan telah Kami ajarkan kepada Daud membuat baju besi untuk kamu, guna memelihara kamu dalam peperanganmu; Maka hendaklah kamu bersyukur (kepada Allah). dan (telah Kami tundukkan) untuk Sulaiman angin yang sangat kencang tiupannya yang berhembus dengan perintahnya ke negeri yang Kami telah memberkatinya. dan adalah Kami Maha mengetahui segala sesuatu.” (Kemenag : Al-Hambra : 2014 : 328)*

Di dalam ayat tersebut dinyatakan bahwa Nabi Daud as diberitahu oleh Allah SWT tentang pembuatan baju pelindung yang dapat digunakan dalam pertempuran. Dari pelajaran yang disampaikan Allah kepada Nabi Daud ini dapat kita lihat perkembangan pembuatan baju besi yang dirancang khusus untuk para prajurit dalam peperangan yang mereka hadapi baik itu berupa

topi besi, rompi anti peluru dan sebagainya, ini merupakan pengembangan dari teknologi yang telah berabad-abad Allah ajarkan kepada nabi-Nya.

### 2.3.2 Teori *Handling Complaint*

1. Menurut Ikatan Bankir Indonesia dalam skripsi (Pratiwi 2016) *Handling complaint* atau pengaduan nasabah merupakan ketidakpuasan nasabah yang disebabkan oleh adanya potensi kerugian financial yang diduga akibat kesalahan atau kelalaian bank. Penanganannya perlu dilakukan secara bijaksana karena keluhan yang disampaikan dapat meruncing kembali bila penyelesaiannya tidak cepat, akurat, dan menimbulkan masalah lain. Jenis penanganan yang harus diberikan secara cepat, tepat, dan memuaskan dengan memperhatikan beberapa hal berikut:

a. Berempati dalam menerima keluhan

Ikut merasakan apa yang dialami pihak yang menghadapi masalah, menyediakan waktu dan memberikan perhatian khusus guna mendengarkan keluhannya, serta mencari jalan keluar hingga tuntas.

b. Kecepatan memberikan tanggapan

Kecepatan dan ketepatan merupakan hal yang sangat penting dalam menangani complain karena dapat meredam atau menghilangkan pemikiran negatif yang dialami si penyampai keluhan. Respon yang cepat, tepat dan tuntas merupakan tindakan recovery yang dapat menambah kepercayaan nasabah.

c. Permintaan maaf

Permintaan maaf merupakan ungkapan yang harus disampaikan pada saat pertama kali merespon permasalahan yang diadukan oleh nasabah. Pernyataan tersebut merupakan kompensasi psikologis yang layak diterima oleh nasabah yang mengalami tekanan akibat persoalan.

d. Kredibilitas

Merupakan suatu pertarungan ketika menangani persoalan, yaitu akan menaikkan reputasi jika mampu mengatasinya, atau merusak citra perusahaan jika tidak bias mengatasi persoalan secara baik. Kredibilitas erat dengan keputusan nasabah dan sangat efektif untuk promosi *word-of-mouth*.

e. Perhatian

Memberikan perhatian merupakan hal yang penting ketika berinteraksi kepada sipenyampai keluhan karena menyangkut kepercayaan terhadap orang dan bukan kepada produser. Komunikasi yang dibangun antara pihak yang melakukan complaint dengan si pemberi layanan merupakan kontruksi kunci dalam pembahasan yang dapat mempengaruhi penyelesaian masalah.

Pengaduan keluhan terjadi pada saat nasabah mengalami resiko yang terjadi pada saat melakukan transaksi. Misalnya seseorang nasabah mengirim uang ke suatu rekening dengan menggunakan internet banking, tetapi yang dikirim tersebut tidak sampai pada rekening yang dituju. Dengan adanya gangguan tersebut nasabah mengajukan complaint kepada pihak bank kemudian bank memberikan tanggapan yang cepat



terhadap masalah yang dialami nasabah, memberikan solusi kepada nasabah agar uang yang dikirim dapat sampai ke rekening tujuan dan mengucapkan permintaan maaf serta meyakinkan nasabah selanjutnya tidak akan terjadi masalah. Adapun berkaitan dengan handling complaint, ada tiga kategori complaint terhadap ketidakpuasan, yaitu sebagai berikut

a. Voice response

Ditujukan pada objek-objek yang sifatnya eksternal bagi lingkaran social konsumen yakni, relasi informal dan pihak-pihak yang secara langsung terlibat dalam pertukaran yang tidak memuaskan (misalnya, pengecer, distributor, pemanufaktur, dan penyedia jasa).

b. Private response

Objek dalam private bukanlah pihak eksternal bagi jejaring social konsumen dan juga bukan pihak yang terlibat langsung dalam pengalaman yang tidak memuaskan. Kategori ini meliputi: memperingatkan kolega, teman, atau keluarganya mengenai pengalaman buruknya dengan produk atau perusahaan bersangkutan. Umumnya tindakan ini sering dilakukan dan dampaknya sangat besar bagi citra perusahaan.

c. Third-party response

Ditujukan pada objek-objek eksternal yang tidak secara langsung terlibat dalam pengalaman yang tidak memuaskan. Bentuk-bentuk responnya bias berupa menuntut ganti rugi secara hukum atau

mengadu lewat social media atau langsung mendatangi lembaga konsumen, instansi hokum, dan sebagainya.

Dalam mendukung pengembangan bisnis bank, teller dalam menyikapi keluhan nasabah dibutuhkan pelayanan yang cepat, tepat sesuai dengan “standar pelayanan teller”. Sedangkan pihak customer service perlu memberikan pelayanan sebagai berikut:

- a. Handal
- b. Kompeten
- c. Dapat dipercaya
- d. Mampu menangani kebutuhan nasabahnya terutama berkaitan dengan keluhan.

2. Menurut Endar Sugiarto (1996) dikutip dalam skripsi (Arif 2010), keluhan pelanggan dapat dikategorikan menjadi empat macam, yaitu:

- a. *Mechanical Complaint* (Keluhan Mekanikal)
- b. *Attitudial Complaint* (Keluhan akibat sikap karyawan perusahaan)
- c. *Service Related Complaint* (Keluhan berkaitan dengan pelayanan)
- d. *Unusual Complaint* (Keluhan yang aneh).

3. Menurut (Wahyudhi 2016) mengemukakan pendapat tentang beberapa faktor yang mempengaruhi pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sehingga nasabah dapat meninggalkan bank dan lari kepada bank pesaing adalah sebagai berikut:

- a. Pelayanan yang tidak memuaskan

Pelayanan yang kurang memuaskan merupakan masalah yang dihadapi nasabah. Terdapat beberapa hal yang menyebabkan nasabah

tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan. Beberapa pelayanan yang kurang memuaskan yaitu karyawan tidak merespon keluhan nasabah, pelayanan kurang efektif, dan dalam pelayanan keuangan, karyawan harus menerapkan 3S (Senyum, Sapa, Salam) sehingga nasabah akan merasakan kepuasan dan kepercayaan.

b. Produk yang kurang baik

Produk perbankan yang ditawarkan oleh bank yang bersangkutan tidak memiliki keunggulan. Bank tersebut terdapat presentase suku bunga pada produk, tidak memenuhi standar yang sudah ditetapkan dalam prinsip syariah.

c. Ingkar janji

Kurang tepat waktu Petugas bank tidak menepati janji seperti waktu pelayanan. Hal tersebut akan membuat nasabah merasa kecewa karena tidak terpenuhi keinginannya.

d. Biaya yang relatif mahal.

Biaya yang ditetapkan kepada nasabah dengan harga yang tinggi. Hal ini dapat menyebabkan nasabah tidak betah dan kabur ke bank lain.

4. Menurut Chrisna dan Artanti (2013) dalam Skripsi (Yeni 2020) indikator penanganan complain sebagai berikut :

- a. Empati Terhadap pelanggan yang marah
- b. Kecepatan dalam penanganan keluhan
- c. Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan masalah atau keluhan
- d. Kemudahan bagi konsumen untuk menyampaikan keluhan

5. Menurut (Mukaffi 2017) Perkembangan Bank Syariah mulai terasa sejak lahirnya UU No.7 tahun 1992 yang kemudian dilakukannya amandemen UU No. 10 tahun 1998 yang dengan tegas mengakui keberadaan dan berfungsinya Bank Bagi Hasil atau Bank Islam. Secara makro ekonomi, pengembangan bank syariah di Indonesia memiliki peluang besar karena peluang pasarnya yang luas sejurus dengan mayoritas penduduk Indonesia. Di dalam UU No. 10 tahun 1998 tidak menutup kemungkinan bagi pemilik bank negara, swasta nasional bahkan pihak asing sekalipun untuk membuka cabang syariahnya di Indonesia. Dengan begitu, berdirinya bank-bank baru yang berlandaskan prinsip syariah akan menambah semarak lembaga keuangan syariah yang telah ada seperti Bank Umum Syariah, BPR Syariah dan Batul Mal wa Tamwil (BMT). Meningkatnya persaingan antar lembaga keuangan syariah menjadikan bisnis perbankan syariah mencari cara untuk mendiferensiasikan diri terhadap pesaingnya. Strategi yang digunakan oleh sektor perbankan adalah berusaha menawarkan kualitas produk yang dimilikinya dengan pelayanan yang baik dan pemasaran yang tepat di dalamnya. Faktor pelayanan nasabah merupakan salah satu ujung tombak perusahaan dalam menjual produknya. Banyak tidaknya jumlah nasabah serta volume pembelian nasabah sangat besar pengaruhnya dari cara perusahaan melayani nasabah tersebut. Hal ini terkait dengan harapan masyarakat bahwa mereka berhubungan dengan bank yang aman, nyaman, dan mudah dalam melakukan transaksi. Produk dan jasa yang ditawarkan pada dasarnya ditujukan untuk pemuasan nasabah di


dalam seluruh aktifitas keuangannya. Umumnya para nasabah bersifat terbuka dan ada kecenderungan untuk minta dilayani dengan ramah, tepat pada sasaran dan cepat. Islam sebagai agama yang *rahmatan lil 'alamin* telah mengajarkan kepada kita tentang tata cara bersikap dan bertindak. Dalam konteks dunia usaha, khususnya perbankan syariah, tentu kaidah tersebut sangat penting untuk dilakukan karena terkait dengan salah satu fungsi perbankan yakni kepuasan pelanggan/nasabah. Dalam QS. Ali Imron 159 Allah telah berfirman:

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Terjemahnya : “Maka disebabkan oleh rahmad Allah-lah kamu berlemah lembut pada mereka. Sekiranya kamu bersikap kasar lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Oleh sebab itu, maafkanlah mereka, mohonkan ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian bila kamu sudah membulatkan tekad, maka bertawakal-lah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakka kepada-Nya”. (Kemenag : Al-Hambra : 2014: 71)

Dari ayat tersebut, Allah mengajarkan kepada kita agar senantiasa bersikap lemah lembut terhadap orang lain dan bukan berarti kita tidak boleh kasar (tegas) dalam bertindak, namun dalam konteks pelayanan terhadap nasabah, maka perilaku lemah lembut tersebut merupakan hal yang sangat penting dalam memberikan kepercayaan terhadap nasabah. Keterkaitan dengan kepuasan nasabah tidak lain adalah bagaimana nasabah memperoleh kepuasan atas pelayanan pihak perbankan syariah. Konsep pelayanan dengan hati (*Service by heart*) yang dikenalkan

perbankan syariah yang meliputi mendengarkan nasabah, mengucapkan dengan santun, berempati dan melayani keluhan kesah merupakan seni yang dikedepankan sebagai bagian dari kualitas pelayanan kepada nasabah. Upaya inilah yang selanjutnya digunakan sebagai dasar pengembangan sumberdaya manusia yang dimiliki oleh perbankan syariah.

6. Menurut (Maguni and Maupa 2018) penanganan complain yang baik dapat dilihat dari prestasi kerja karyawan. Prestasi kerja adalah salah satu ukuran terhadap hasil kerja seseorang dalam suatu organisasi perusahaan dan menjadi salah satu bahan pertimbangan dalam pelaksanaan promosi. Prestasi kerja seseorang dapat dilihat berdasarkan indikator-indikator berikut :
- 
- a. Kualifikasi yang dimiliki
  - b. Kecakapan
  - c. Keterampilan
  - d. Pengalaman
  - e. Lingkungan kerja (Kemampuan adaptasi)

### 2.3.3 Minat

1. Menurut Stiggins (Ikbal 2011) dikutip oleh (Zuharroh 2020) menyatakan bahwa minat merupakan salah satu dimensi dari aspek afektif yang banyak berperan dalam kehidupan seseorang. Aspek afektif adalah aspek yang mengidentifikasi dimensi-dimensi perasaan dari kesadaran emosi, disposisi, dan kehendak yang mempengaruhi pikiran dan tindakan seseorang. Dimensi afektif ini mencakup tiga hal penting yaitu:

- b. Perhubungan dengan perasaan mengenai obyek yang berbeda;
  - c. Perasaan-perasaan tersebut memiliki arah yang dimulai dari titik netral ke kubu yang berlawanan, tidak positif dan tidak negatif;
  - d. Berbagai perasaan yang memiliki intensitas yang berbeda, dari kuat ke sedang ke lemah.
2. Menurut Crow & Crow dalam (Susilowati 2010), Minat merupakan suatu kecenderungan yang menyebabkan seseorang berusaha untuk mencari ataupun mencoba aktivitas-aktivitas dalam bidang tertentu. Minat juga diartikan sebagai sikap positif terhadap aspek-aspek lingkungan. Selain itu, minat juga merupakan kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan menikmati suatu aktivitas disertai dengan rasa senang. Banyak hal yang dapat mempengaruhi minat, baik dari individu maupun lingkungan masyarakat, Crow & Crow dalam (Susilowati 2010).
- a. Faktor dorongan dari dalam (Internal), merupakan faktor yang berhubungan dengan dorongan fisik, motif, mempertahankan diri dari rasa lapar, rasa takut, rasa sakit dan sebagainya. Jika individu merasa lapar ini akan menimbulkan minat untuk mencari makan.
  - b. Faktor motif sosial, merupakan faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan aktifitas demi memenuhi kebutuhan sosial, seperti contoh kebutuhan Hunting Foto demi memenuhi tugas pameran, dan sebagainya.
  - c. Faktor emosional, atau perasaan. Faktor faktor ini dapat memacu minat individu, apabila menghasilkan emosi atau perasaan senang, perasaan ini akan membangkitkan minat dan memperkuat minat yang

sudah ada. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa minat bersifat pribadi yang berkembang dimulai sejak kanak-kanak yang tertanam dalam diri individu ataupun dari lingkungan masyarakat.

3. Menurut Wood dan Marquis (Susilowati 2010) mengemukakan bahwa seseorang yang menemukan suatu obyek dan dapat berhubungan maka ia menaruh minat terhadap obyek tersebut. Jadi minat dapat timbul kesanggupan atau pengalaman yang berhubungan dengan obyek, misalnya individu tersebut berminat untuk membaca buku dikarenakan ada tugas mengulas buku. Sehingga hal tersebut mengharuskannya membaca buku, setelah membaca buku dan menelaahnya maka ia akan berminat membaca buku tersebut.

4. Menurut Jahja (2001), Minat mempunyai sifat dan karakter khusus sebagai berikut :

- a. Minat bersifat pribadi (individu), ada perbedaan antara minat seseorang dengan orang lain.
- b. Minat menimbulkan efek diskriminatif
- c. Erat hubungannya dengan motivasi, mempengaruhi, dan dipengaruhi oleh motivasi.
- d. Minat merupakan sesuatu yang dipelajari, bukan bawaan lahir dan dapat berubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman dan mode.

Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi minat meliputi :

- a. Kebutuhan fisik, sosial, dan egoistik
- b. Pengalaman



Keberadaan minat seseorang dipengaruhi oleh faktor-faktor diatas. Minat seseorang dipengaruhi oleh rasa suka terhadap suatu objek yang menarik perhatiannya. Minat memiliki pengaruh yang besar dengan adanya minat maka akan selalu terdorong untuk lebih giat. Faktor diatas dapat digunakan untuk mendorong minat pada diri seseorang karena dengan adanya minat tinggi yang dimiliki akan meningkatkan keaktifan untuk selalu mencari tahu dan menemukan pengalaman baru sesuai dengan minat tersebut. Minat yang besar akan mendorong motivasi seseorang.

5. Menurut Ferdinand dalam Ferista W. (2014) dalam Skripsi (Husna 2021) terdapat 4 indikator dalam minat, yaitu sebagai berikut:

- a. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk menggunakan produk.
- b. Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- c. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang (kesukaan) yang memiliki prefrensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk prefrensinya.
- d. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

6. Menurut Rusmin (2016) dalam Skripsi (Putri 2021) menjelaskan arti minat adalah sebagai sebuah kecenderungan dan gairah tinggi atau

kemauan yang besar mengenai sesuatu, istilah minat merupakan terminologi aspek yang menggambarkan kepribadian seseorang tentang kemauan yang didampingi dengan dorongan yang berasal dari diri seseorang guna menentukan obyek yang sejenis. Proses minat dapat digambarkan secara sistematis sebagai berikut:

### **Bagan 2.1 Proses Terbentuknya Minat**



**Sumber : Rusmin (2016) dalam Skripsi Putri (2021)**

7. Menurut (Al-Smadi and Al-Wabel 2011) berpendapat bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat digolongkan untuk menimbulkan minat seseorang, seperti berikut:
  - a. Faktor kebutuhan dari dalam. Yang dimaksud dari faktor tersebut adalah berupa kebutuhan yang berkaitan dengan kejiwaan dan jasmani.
  - b. Faktor motif sosial. Faktor ini memiliki arti bahwa minat seseorang dapat timbul karena adanya kebutuhan untuk mendapatkan sebuah pengakuan dan penghargaan bagi diri sendiri dari lingkungan sosial sekitar.
  - c. Faktor emosional. Maksud dari faktor ini adalah sebagai takaran intensitas seseorang pada saat menempatkan perhatian pada suatu kegiatan dan obyek tertentu.

8. Menurut konsep Khac (2012) yang diadaptasi dari Ajzen (1991) dalam Jurnal (Mahendra 2013) minat merupakan suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Minat pemanfaatan sistem informasi berbasis teknologi dalam hal ini yaitu minat menggunakan *mobile banking*. Indikator minat diukur dengan menggunakan tiga item pertanyaan berdasarkan konsep Khac (2012) yang diadaptasi dari Ajzen (1991) dalam Jurnal (Mahendra 2013). yaitu sebagai berikut:

- a. Berencana untuk menggunakan
- b. Berniat untuk menggunakan dalam waktu dekat
- c. Menambahkan sebagai aplikasi favorit

9. Menurut Purwanti (2008) dalam Jurnal (Suhendra, Sudrajat, and Astuti 2012) minat konsumen adalah ketertarikan konsumen terhadap suatu produk, minat konsumen bersifat subjektif karena tergantung pada penilaian terhadap barang tersebut. Minat konsumen menunjukkan adanya kebutuhan psikologis dan kebutuhan yang terkondisi. Minat yang dimiliki seseorang pada dasarnya dipengaruhi dua faktor yaitu :

- a. Faktor intrinsik atau faktor dari dalam yaitu sifat bawaan yang merupakan keinginan dari dalam diri individu.
- b. Faktor ekstrinsik atau faktor dari luar yaitu keluarga, sekolah, masyarakat atau lingkungan.

Allah berfirman dalam surat Al-Hajj ayat 52:43:

وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ قَبْلِكَ مِنْ رَسُولٍ وَلَا نَبِيٍّ إِلَّا إِذَا تَمَنَّى أَلْقَى الشَّيْطَانُ فِي أُمْنِيَّتِهِ فَيَنْسَخُ اللَّهُ مَا يُلْقِي الشَّيْطَانُ ثُمَّ يُحْكِمُ اللَّهُ آيَاتِهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ

حَكِيمٌ

Terjemahnya: “Dan Kami tidak mengutus sebelum kamu seorang Rasulpun dan tidak (pula) seorang Nabi, melainkan apabila ia mempunyai sesuatu keinginan, syaitanpun memasukkan godaan-godaan terhadap keinginan itu, Allah menghilangkan apa yang dimasukkan oleh syaitan itu, dan Allah menguatkan ayat-ayat-Nya. dan Allah Maha mengetahui lagi Maha Bijaksana.” (Kemenag : Al-Hambra : 2014: 338)

Ayat di atas mengingatkan bahwa orang-orang yang beriman supaya berwaspada dengan usaha-usaha yang dilakukan oleh syaitan, baik syaitan dalam bentuk jin maupun dalam bentuk manusia dari jalan Allah. Manusia dalam memenuhi keinginannya untuk membeli suatu produk harus berdasarkan kebutuhan yang akan mendatangkan manfaat yang baik untuknya an tidak berlebih-lebihan, karena yang berlebih-lebihan adalah godaan syaitan untuk manusia.

## 2.4 Grand Theory

Pada Grand Theory dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1. Persepsi Teknologi Informasi (X1)

Variabel X1 Sesuai dengan *Technology Acceptance Model (TAM)*, penggunaan system (*actual system usage*) paling dipengaruhi oleh minat untuk menggunakan (*behavioral intentions toward usage*). Menurut (Jogiyanto 2007) terdapat lima konstruksi *TAM*, kelima konstruksi ini adalah sebagai berikut :

- a. Kegunaan persepsian (*perceived usefulness*)

- b. Kemudahan Penggunaan persepsian (*perceived ease of use*)
- c. Sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavior*) atau sikap menggunakan teknologi (*attitude towards using technology*)
- d. Perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*)
- e. Penggunaan teknologi sesungguhnya (*actual technology use*)

## 2. Handling Complaint (X2)

Variabel X2 (Teori Handling Complaint), dalam penanganan complain dibutuhkan beberapa indikator. Menurut Chrisna dan Artanti (2013) dalam Skripsi (Yeni 2020) indikator penanganan complain sebagai berikut :

- a. Empati Terhadap pelanggan yang marah
- b. Kecepatan dalam penanganan keluhan
- c. Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan masalah atau keluhan
- d. Kemudahan bagi konsumen untuk menyampaikan keluhan

## 3. Minat (Y)

Menurut Ferdinand dalam Ferista W. (2014) dalam Skripsi (Husna 2021) Terdapat 4 indikator dalam minat, yaitu sebagai berikut:

- a. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- b. Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- c. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefrensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganggi jika terjadi sesuatu dengan produk prefrensinya.

- d. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

## 2.5 Kerangka Pikir

Semakin majunya teknologi di dunia transaksi yang berbasis computer, teknologi tersebut mulai digunakan perbankan untuk mempermudah transaksi dengan nasabah, yang awalnya melayani nasabah harus bertemu atau nasabah datang ke cabang-cabang bank yang disediakan. Salah satu model pemanfaatan teknologi informasi dalam dunia perbankan yaitu *Internet* Sebagai salah satu penopang sector ekonomi lembaga keuangan dan keberadaan financial technology (Fintech) pada lembaga keuangan telah mempermudah perusahaan dalam mengatur manajemen, persaingan pasar global, serta lebih mendekatkan diri pada user, termasuk dalam bisnis keuangan. Factor penting yang dapat meningkatkan minat masyarakat adalah penanganan keluhan yang bijak. Sebuah keluhan dari nasabah adalah suatu proses yang penting bagi perusahaan untuk introspeksi dan berubah. Maka dari itu bagaimana cara perusahaan dalam menangani keluhan sangat penting untuk menjaga loyalitas para nasabahnya. Penanganan keluhan atau handling complaint merupakan layanan bank yang diberikan nasabah bila dalam penggunaan internet banking terjadi kesalahan atau risiko, maka nasabah berhak untuk mengajukan keluhan kepada pihak bank untuk memperoleh penanganan sehingga risiko yang dialami akan mendapatkan penanganan yang cepat dan akurat. Menurut Haag (2000) dalam Jurnal (Susilawati and Sunarti 2011), Teknologi informasi adalah studi atau penggunaan

peralatan elektronika, terutama komputer untuk menyimpan, menganalisis, dan mendistribusikan informasi dalam bentuk apapun termasuk kata-kata, bilangan, dan gambar.

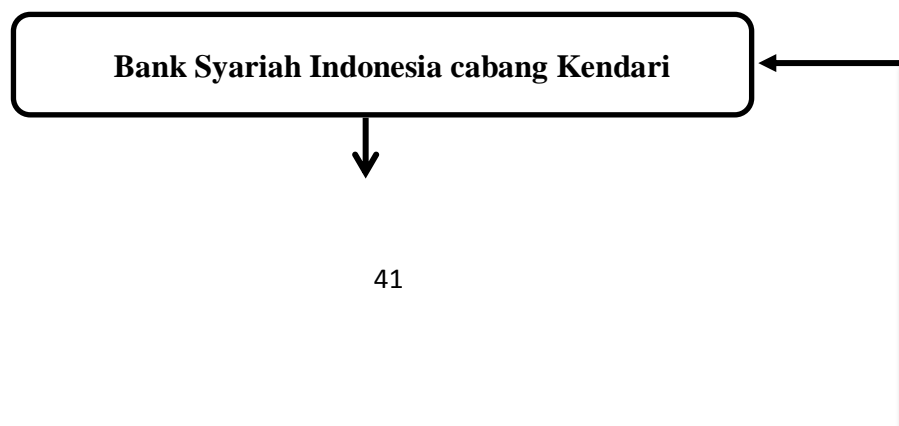
Menurut (Kadir 2003), perkembangan dunia teknologi saat ini semakin cepat, salah satunya adalah teknologi informasi. Dengan adanya teknologi informasi kita dapat terhubung dengan siapapun, kapanpun, dan dimanapun. Teknologi adalah pengetahuan atau ilmu mengenai teknik. Sedangkan pengertian informasi adalah penggunaan teknologi, seperti komputer, elektronik, dan teknik komunikasi untuk mengelola dan mendistribusikan informasi dalam bentuk digital. Jadi definisi teknologi informasi adalah ilmu pengetahuan mengenai penggunaan komputer atau peralatan elektronik untuk mengolah dan mendistribusikan informasi dalam bentuk digital dan peralatan.

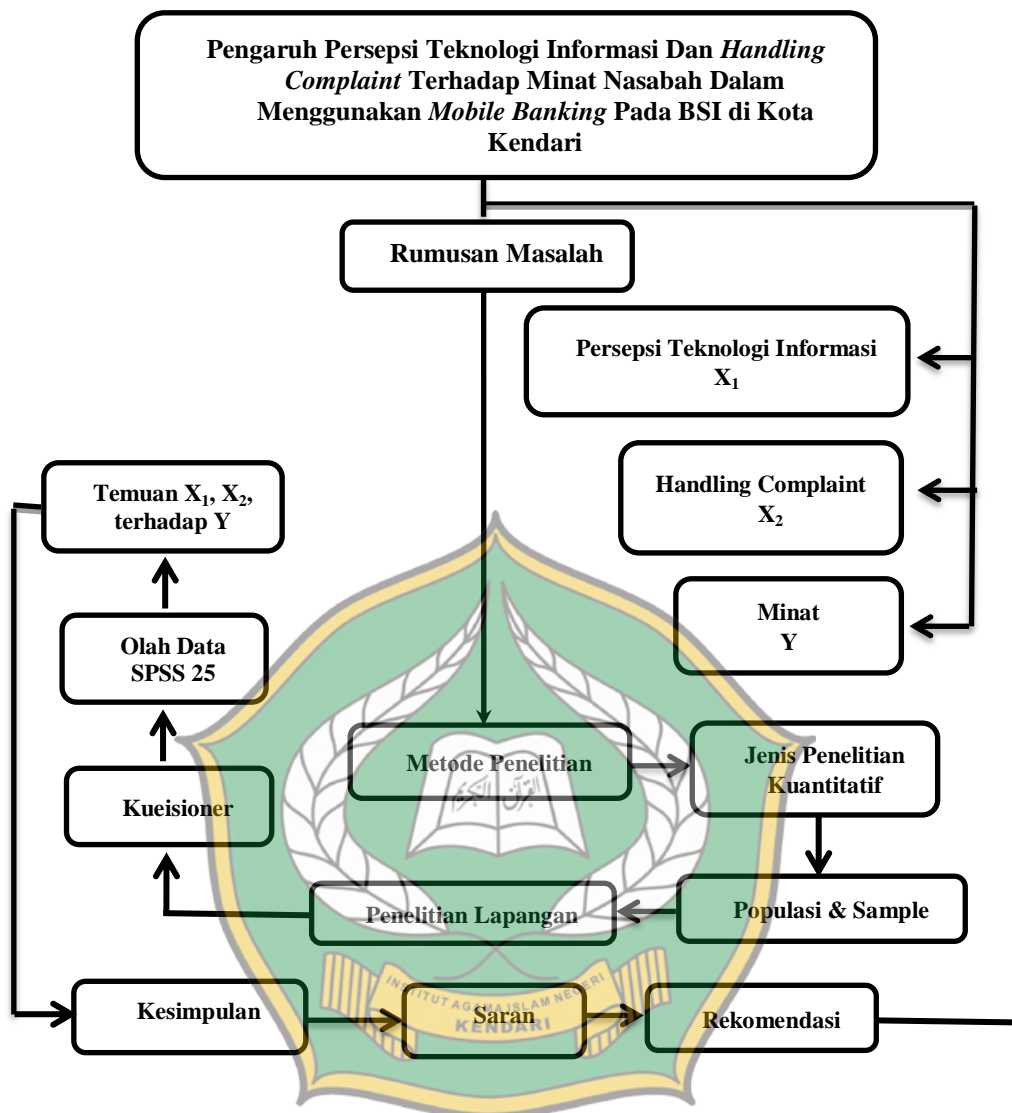
Menurut Ikatan Bankir Indonesia dalam skripsi (Pratiwi 2016) Handling complaint atau pengaduan nasabah merupakan ketidakpuasan nasabah yang disebabkan oleh adanya potensi kerugian finansial yang diduga akibat kesalahan atau kelalaian bank. Penanganannya perlu dilakukan secara bijaksana karena keluhan yang disampaikan dapat meruncing kembali bila penyelesaiannya tidak cepat, akurat, dan menimbulkan masalah lain.

Berikut ini kerangka pemikiran yang telah disusun untuk menjabarkan hipotesis dalam penelitian ini :

## **Bagan 2.2**

### **Kerangka Pikir**





Sumber: Data diolah dilapangan (2021)



**Uraian :** Penelitian Berjudul Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi dan *Handling Complaint* Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile Banking* Pada Bank Syariah Indonesia di Kota Kendari memiliki dua variabel independent yaitu Persepsi Teknologi Informasi dan *Handling Complaint* serta variabel Dependen yaitu Minat Nasabah. Dengan rumusan masalah yaitu apakah Persepsi Teknologi dan *Handling Complaint* berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking*.

Masuk dalam metode penelitian, penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Proses penentuan populasi dan sampel menggunakan teori wiratna sudjarweni dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui. Proses penelitian dilakukan dengan menyebarkan angket/kuisisioner yang nantinya diolah menggunakan SPSS 25 agar di dapatkan temuan atau hasil penelitian berupa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen atau Persepsi Teknologi dan *Handling Complaint* berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking*. Setelah mendapatkan hasil penelitian kemudian dapat ditarik kesimpulan dan memberikan rekomendasi serta saran

## 2.6 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono 2015). Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**H1 : Diduga Persepsi teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *BSI Mobile***

**H0** : Diduga Persepsi teknologi informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *BSI Mobile*

**H2** : Diduga *Handling Complaint* berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *BSI Mobile*

**H0** : Diduga *Handling Complaint* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *BSI Mobile*

**H3** : Diduga Persepsi teknologi informasi dan *Handling Complaint* berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *BSI Mobile*

**H0** : Diduga Persepsi teknologi informasi dan *Handling Complaint* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *BSI Mobile*

