

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

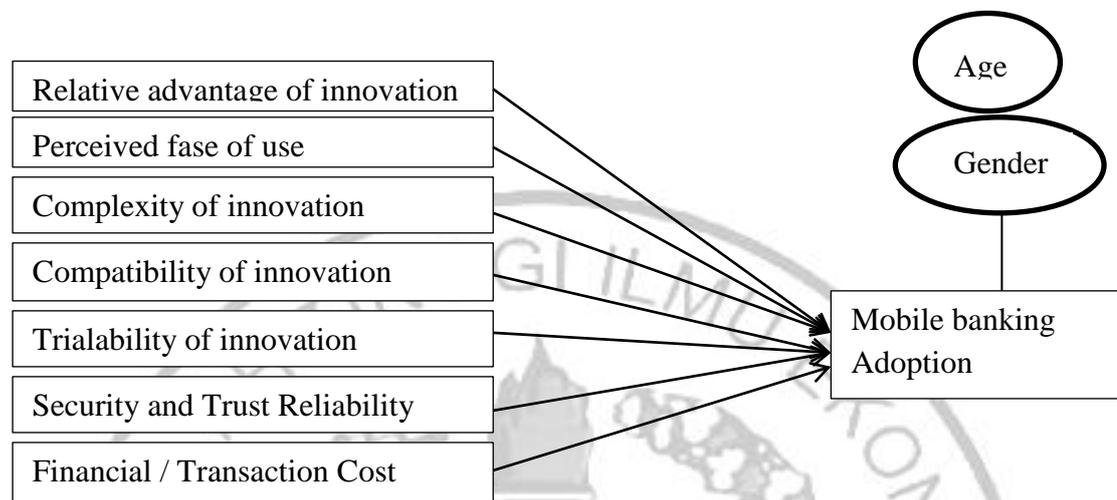
Dalam sub bab ini dijelaskan tentang penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yaitu Nyeko, J.Sony, Moya, Musa., Kabaale, Edward & Odongo, James Makerere (2014) dan Ravichandran, Diluxshy and Madana., Madana, Hiti B., A., Harshani. (2016)

##### **2.1.1 Penelitian Nyeko, J. Sony., Moya, Musa., Kabaale, Edward and Odongo, James Makerere (2014).**

Penelitian sebelumnya yang dijadikan referensi dalam penelitian ini adalah penelitian yang telah dilakukan oleh Nyeko, J. Sony., Moya, Musa., Kabaale, Edward and Odongo, James Makerere (2014) yang berjudul "*Factors Influencing the Short Message Service (SMS) Mobile Banking Adoption : A User's Perspective in the West Nile Region in Uganda*".

Pembahasan pada penelitian tersebut adalah tentang faktor-faktor apa saja yang memiliki pengaruh terhadap adopsi *mobile banking*. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu faktor keuntungan relatif, kemudahan penggunaan, kompatibilitas inovasi, trialability inovasi, keamanan dan kepercayaan, biaya transaksi. Penelitian ini dilakukan dengan kuesioner yang diberikan kepada sampel 90 mahasiswa pascasarjana dari tiga Universitas yang dipilih. Metode yang digunakan dalam rujukan penelitian yang pertama ini adalah dengan *cross-*

*sectional desain*, analisis statistik dan interpretasi, dan untuk analisis datanya peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda pada program SPSS.



Sumber : Nyeko *et all* (2014)

**Gambar 2.1**  
**KERANGKA PEMIKIRAN NYEKO *et all* (2014)**

Hasil menunjukkan bahwa kualitas konektivitas internet, kompleksitas, kompatibilitas, keamanan, kepercayaan dan trialabilitas berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan *mobile banking* sedangkan biaya transaksi tidak berpengaruh signifikan dalam keputusan nasabah menggunakan *mobile banking*.

Persamaan dari penelitian sebelumnya dengan penelitian sekarang yaitu keduanya sama-sama meneliti tentang faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* dan ada kesamaan dalam variabel dependen yaitu keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

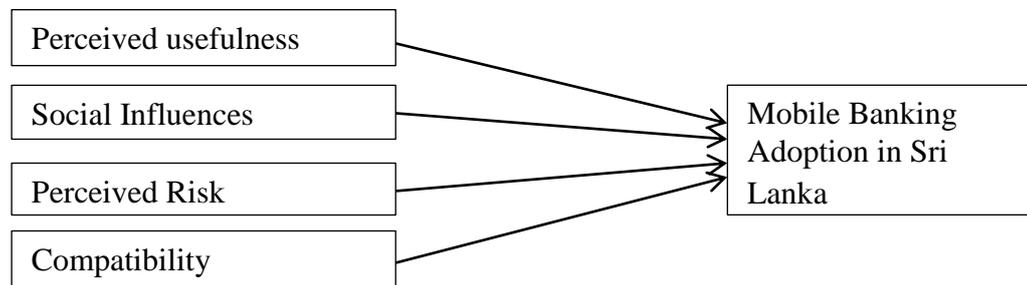
Perbedaan dari penelitian yang sebelumnya dengan penelitian yang sekarang yaitu pada objek penelitian dimana penelitian terdahulu menggunakan

sampel dari mahasiswa pascasarjana di Universitas yang telah dipilih yang menggunakan *mobile banking* sementara penelitian sekarang menggunakan sampel nasabah Bank yang telah dipilih yang menggunakan *mobile banking*. Selain itu juga terdapat perbedaan pada variabel independen antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang. Variabel independen yang digunakan pada penelitian sekarang adalah Kompatibilitas, Kepercayaan dan Risiko, sedangkan pada penelitian terdahulu menggunakan Keuntungan relatif, Kompatibilitas, Kompleksitas, Trialabilitas, Keamanan, Kepercayaan, dan Biaya Keuangan.

### **2.1.2 Penelitian Ravichandran, Diluxshy and Madana, Madana Hiti B., A., Harshani. (2016)**

Penelitian kedua dijadikan rujukan yaitu penelitian yang telah dilakukan Ravichandran, Diluxshy and Madana, Madana Hiti B., A., Harshani. (2016) yang berjudul “Factors Influencing *Mobile Banking* Adoption in Kurunegala District”.

Penelitian ini mengangkat topik mengenai faktor yang mempengaruhi nasabah untuk mengadopsi *mobile banking*. Variabel bebas pada penelitian ini adalah kegunaan, pengaruh sosial, kompatibilitas dan risiko, sedangkan variabel terikat pada penelitian ini adalah keputusan dalam mengadopsi *mobile banking*. Penelitian dilakukan dengan menyebar kuesioner ke 40 nasabah pengguna *mobile banking* pada bank di Sri Lanka. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan mengadopsi analisis regresi linier berganda pada SPSS.



Sumber : Ravichandran and Madana (2016)

**Gambar 2.2**  
**KERANGKA PEMIKIRAN RAVICHANDRAN AND MADANA (2016)**

Hasil dari penelitian ini adalah kompatibilitas dan kegunaan mempunyai pengaruh yang paling kuat dalam pengambilan keputusan dalam menggunakan *mobile banking* dan sebaliknya, faktor risiko dan pengaruh sosial yang dirasakan tidak menunjukkan mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan *mobile banking*.

Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang adalah keduanya sama-sama membahas tentang faktor risiko dan kompatibilitas mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*, dan variabel dependen yang dipilih yaitu keputusan nasabah. Dalam pengujian hipotesis juga menggunakan analisis regresi linier berganda pada program SPSS.

Perbedaan dari penelitian sebelumnya dengan penelitian yang sekarang terletak pada variabel bebas yang digunakan, pada penelitian sekarang memakai faktor Kompatibilitas, Kepercayaan dan Risiko, sementara penelitian terdahulu menambahkan faktor pengaruh sosial dan kegunaan sebagai variabel bebas, selain itu terdapat perbedaan dari pemilihan sampel, di dalam penelitian terdahulu sampel ditujukan kepada nasabah pengguna *mobile banking* di lebih dari satu bank,

sedangkan pada penelitian yang sekarang menggunakan sampel dari nasabah pengguna *mobile banking* di Bank yang akan dijadikan obyek penelitian.

**Tabel 2.1**  
**PERBANDINGAN PENELITIAN SEBELUMNYA DENGAN PENELITIAN SEKARANG**

| Keterangan                       | <b>Nyeko, J. Sony., Moya, Musa., Kabaale, Edward and Odongo, James Makerere (2014)</b>   | <b>Ravichandran, Diluxshy and Madana, Madana Hiti B., A., Harshani (2016)</b> | <b>Arumtia Ajrina Adzhani (2016)</b>   |
|----------------------------------|--|---|--|
| Judul                            | <i>Factors Influencing the Short Message Service (SMS) Mobile Banking Adoption : A User's Perpective in the West Nile Region in Uganda</i> | <i>"Factors Influencing Mobile Banking Adoption in Kurunegala District"</i> . | Analisis Pengaruh Kompabilitas, Kepercayaan dan Risiko terhadap keputusan nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> Bank Jatim Surabaya, Indonesia |
| Variable Bebas                   | Keuntungan relative, kemudahan penggunaan, kompatibilitas inovasi, trialability inovasi, keamanan dan kepercayaan, biaya transaksi         | kegunaan, pengaruh sosial, kompatibilitas dan risiko                          | Kompatibilitas, Kepercayaan dan risiko   |
| Variable Terikat                 | Keputusan menggunakan <i>mobile banking</i>  | Keputusan menggunakan <i>mobile banking</i>                                   | Keputusan menggunakan <i>mobile banking</i>  |
| Populasi dan Sampel              | menggunakan mahasiswa pengguna <i>sms mobile banking</i> di Universitas West Nile Uganda   | Nasabah pengguna <i>mobile banking</i> di Bank                                | Populasi dan sampel menggunakan 74 nasabah Bank Jatim yang menggunakan <i>mobile banking</i> Bank Jatim  |
| Data dan Metode Pengumpulan Data | Data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada 106 mahasiswa  | Data primer dengan kuesioer 40 responden                                      | Data primer dengan menggunakan 74 kuesioner untuk nasabah Bank Jatim Surabaya  |
| Teknik analisis                  | Menggunakan Analisis regresi linier berganda SPSS  | Menggunakan regresi linier berganda SPSS                                      | Menggunakan regresi linear berganda pada SPSS  |

|            |  |   |   |
|------------|--|---|---|
| Keterangan | <b>Nyeko, J. Sony., Moya, Musa., Kabaale, Edward and Odongo, James Makerere (2014)</b>   | <b>Ravichandran, Diluxshy and Madana, Madana Hiti B., A., Harshani (2016)</b>   | <b>Arumtia Ajrina Adzhani (2016)</b>  |
| Hasil      | kualitas konektivitas internet, kompleksitas, kompatibilitas, keamanan, kepercayaan dan trialabilitas memiliki pengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan <i>mobile banking</i> , sedangkan faktor biaya transaksi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> | kompatibilitas dan kegunaan mempunyai pengaruh yang paling kuat dalam pengambilan keputusan dalam menggunakan <i>mobile banking</i> dan risiko dan pengaruh sosial yang dirasakan memiliki hubungan signifikan negatif dalam mempengaruhi keputusan untuk menggunakan <i>mobile banking</i> . | Kompatibilitas mempunyai pengaruh signifikan positif paling kuat dibanding variable lain, kepercayaan mempunyai pengaruh signifikan positif dan risiko mempunyai pengaruh signifikan negatif dalam mempengaruhi keputusan <i>mobile banking</i> Bank Jatim di Surabaya. |

Sumber : Nyeko *et all* (2014) dan Ravichandran and Madana (2016)

## **2.2 Landasan Teori**

Pengaruh keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* dapat disebabkan adanya dari beberapa faktor yang diantaranya : Kompatibilitas , Kepercayaan, dan juga Risiko yang dirasakan oleh nasabah itu sendiri.

### **2.1.1 Pengertian *mobile banking***

Menurut Irwan Tirtana dan Sari (2014), *Mobile banking* merupakan sebuah fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti *handphone* dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM kecuali mengambil uang *cash*. *Mobile banking* adalah bagian dari *electronic banking* yang menggunakan teknologi *mobile phone*. Ada dua macam bentuk *Mobile banking*, yaitu SMS-

*banking* yang diakses dengan mengirimkan pesan tertulis dan *WAP-banking* bentuk *mobile internet service* yang diakses via GPRS (*internet*) *connection*.

*Mobile Banking* memiliki kaitan erat dengan istilah *SMS Banking* yang mempunyai arti layanan yang disediakan oleh pihak Bank menggunakan sarana sms untuk melakukan transaksi keuangan, dan permintaan informasi keuangan. Dalam hal ini, Bank Jatim juga memiliki layanan *mobile banking*. Layanan ini adalah salah satu *electronic channel (e-channel)*, dulunya *mobile banking* Bank Jatim ini hanya berupa sms banking yang dapat diakses menggunakan layanan pesan singkat, baik menggunakan *plain-text mode*, namun dengan seiring berkembangnya teknologi kini *SMS Banking* dari Bank Jatim sudah menjadi aplikasi *mobile app* atau *mobile banking* yang dapat diunduh oleh para pemilik smartphome di berbagai system aplikasi sesuai dengan produk smartphome. *Mobile banking* Bank Jatim itu sendiri memberikan fasilitas atau layanan di mana setiap orang dapat dengan mudah memakai fasilitas seperti transfer dana, informasi saldo, mutasi rekening, informasi nilai tukar uang, pembayaran kartu kredit, telepon, listrik dan asuransi, juga dapat digunakan untuk pembelian isi ulang pulsa. Dalam keunggulan dari *mobile banking* tersebut, dikeluarkan aturan oleh Bank Indonesia mengenai pengelolaan dan manajemen risiko penyelenggaraan kegiatan internet banking (termasuk pada *mobile banking*) berdasarkan peraturan Bank Indonesia No.5/8/PBI/2003 tentang penerapan manajemen Risiko pada aktivitas pelayanan jasa bank melalui sistem internet.

Terdapat tiga cara untuk dapat bertransaksi dengan menggunakan *mobile banking*, tergantung pada komabilitas telepon seluler. Pertama, *mobile banking*

dapat dilakukan melalui *SMS* di mana informasi saldo dan password perbankan dapat dikirim ke nasabah melalui *SMS*. Kedua, beberapa lembaga keuangan telah mendedikasikan aplikasi perangkat lunak yang dapat di download di telepon seluler seperti *smartphone*. Terakhir, telepon seluler dapat mengakses melalui fasilitas dari SIM Card. Fasilitas yang diberikan dari lembaga keuangan berupa *mobile banking* mempermudah setiap nasabah untuk mengakses transaksi dari Bank.

### **2.1.2 Kompatibilitas dalam menggunakan *mobile banking***

Definisi kompatibilitas sendiri berarti sejauh mana suatu inovasi dianggap lebih mampu bekerja dan bergerak sesuai dengan sistem konsumen yang ada nilai, pengalaman, dan kebutuhan. Konsumen akan cenderung lebih memilih untuk mengadopsi atau menggunakan inovasi baru yang kompatibel dengan nilai dan kebutuhan mereka. Rogers dalam Mazhar (2014) mendefinisikan Kompatibilitas sebagai tingkat konsistensi antara teknologi dan kebutuhan pelanggan baru, rutinitas kehidupan sehari-hari, pengalaman dan nilai-nilai. Kompatibilitas juga berhubungan dengan gaya hidup individu dan teknologi. Dalam hal ini adalah dimana nasabah merasakan kompatibilitas dari inovasi yang terjadi pada layanan *mobile banking* yang sekarang sudah berbentuk aplikasi sehingga sudah sangat sesuai dengan perkembangan teknologi, masalah menjadi lebih mudah dan lebih simple dalam mengaksesnya karena sudah dapat diunduh di sistem operasi masing-masing *handphone* yang dimiliki.

Kaitannya dengan kompatibilitas, dalam hal ini bukan hanya menyangkut pada fasilitas yang ada pada *mobile banking* saja, namun terdapat indikator lain

yang dapat mengukur kompatibilitas yaitu terkait dengan *telepon seluler* yang digunakan oleh nasabah. *Mobile banking* tidak tersedia pada setiap *telepon seluler* dan ada beberapa bank yang bahkan tidak menyediakan fasilitas *mobile banking* sama sekali. Sekarang ini, banyak *smartphone* seperti blackberry, iphone dan android yang memang sedang ramai dipasaran dan menjadikan *smartphone* tersebut sistem dari teknologi dan komunikasi bagi bank yang menjadikan *mobile banking* sebagai fasilitas bagi nasabah. Layanan *mobile banking* tidak selalu mendukung semua jenis telepon seluler. Jika nasabah tidak memiliki *telepon seluler* atau *smartphone*, tipe dari *mobile banking* yang dapat digunakan biasanya sangatlah terbatas. Melakukan pengecekan rekening tabungan melalui SMS tidak menjadi masalah, akan tetapi fitur yang lebih canggih seperti transfer antar rekening dan rekening bank lainnya umumnya tidak tersedia bagi pengguna *telepon seluler* dengan fitur yang sudah lama dikarenakan akses tersebut tidak tersedia.

Layanan *mobile banking* memungkinkan tidak dapat diakses lebih bagi nasabah yang memakai telepon seluler yang tidak memiliki software tersebut. Hal ini menjadikan nasabah yang memakai fitur SMS harus mengeluarkan data biaya sms, sama halnya jika nasabah memakai *mobile banking*. Biaya ini akan cepat bertambah apabila nasabah sering mengakses *mobile banking*. Saluran ini pada dasarnya merupakan sebuah evolusi lebih lanjut dari *Phone Banking* yang memungkinkan nasabah untuk bertransaksi via telepon seluler dengan perintah SMS. Untuk stabilitas para nasabah pengguna *mobile banking* memiliki tantangan bagi pendiri bank yang berskala infrastruktur *mobile banking* dalam menangani

pertumbuhannya. Agar sistem *mobile banking* dapat berjalan dengan baik, bank yang memberikan fasilitas *mobile banking* harus memastikan bahwa sistem tersebut dapat berjalan dengan baik dan kompatibel.

Kompatibilitas dapat diukur dengan indikator :

1. Nasabah telah merasakan fasilitas *mobile banking* telah sesuai dengan gaya hidup dan kebutuhan saat ini.
2. Nasabah telah merasakan kecanggihan sistem dalam *mobile banking* yang dapat mempermudah nasabah dalam bertransaksi.
3. Nasabah telah merasakan kemudahan dalam mengunduh sampai dengan menggunakan aplikasi *mobile banking*.
4. Nasabah telah merasakan *mobile banking* memberikan kebebasan mobilitas karena tidak terdapat batasan waktu dan tempat.

### **2.1.3 Kepercayaan dalam menggunakan *mobile banking***

Definisi kepercayaan itu sendiri adalah suatu keadaan psikologis seseorang saat mereka menganggap bahwa hal tersebut benar dan dapat memberikan dampak yang positif bagi diri mereka sendiri. Syaefullah (2013) dalam Radityo (2015). menyebutkan kepercayaan (*trust*) sebagai derajat di mana seseorang yang percaya menaruh sikap positif terhadap keinginan baik dan keandalan orang lain yang dipercayanya di dalam situasi yang berubah ubah dan beresiko.

Rasa percaya nasabah akan timbul saat nasabah yakin pihak bank pemilik layanan *mobile banking* bersedia bertanggung jawab apabila terjadi sesuatu yang tidak diinginkan dalam menggunakan *mobile banking*. Faktor kepercayaan antar

nasabah dan pihak bank adalah merupakan faktor penting dalam membangun relasi yang saling menguntungkan.

Indikator yang berkaitan dengan kepercayaan yaitu berhubungan dengan kualitas pelayanan yang diberikan pihak Bank dalam *mobile banking*nya. Definisi dari kualitas pelayanan itu sendiri yaitu, kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang dapat memenuhi atau melebihi harapan (Fandy Tjiptono, 2015). Dengan kata lain, definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Fandy Tjiptono, 2015). Jika layanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika layanan yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Jadi apabila nasabah telah merasakan kualitas pelayanan yang baik dari *mobile banking* Bank Jatim di Surabaya maka mereka otomatis telah meletakkan kepercayaan juga dalam menggunakan layanan *mobile banking* tersebut. Selain itu terdapat indikator lain yang dapat dijadikan pengukuran kepercayaan nasabah yaitu terkait dengan keamanan yang diberikan oleh pihak bank pada layanan *mobile banking* Bank Jatim di Surabaya, keamanan yang dimaksud yaitu mengenai kerahasiaan data pribadi nasabah yang digunakan saat mendaftarkan diri ke layanan *mobile banking* Bank Jatim. Bank yang berperan sebagai pemberi fasilitas *mobile*

*banking* perlu memastikan bahwa setiap transaksi selalu melakukan akses PIN (*Personal Identification Number*) agar terhindar dari kejahatan sosial. Setelah nasabah merasa bahwa dirinya aman saat bertransaksi menggunakan *mobile banking* Bank Jatim, mereka juga akan percaya pada layanan tersebut dan dapat dilihat dari keajegan nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* itu sendiri.

Kepercayaan dapat diukur dengan indikator:

1. Nasabah merasa yakin bahwa *mobile banking* memberikan keamanan dalam penggunaannya.
2. Nasabah merasa yakin bahwa *mobile banking* memberikan kemudahan dalam penggunaannya.
3. Nasabah konsisten dalam menggunakan layanan *mobile banking* dalam melakukan transaksi perbankan.
4. Nasabah telah merasakan *mobile banking* memberikan informasi yang jelas dan benar.

#### **2.1.4 Risiko dalam menggunakan *mobile banking***

Menurut Bakar W.Samadi (2012) Risiko dianggap sebagai persepsi pelanggan terhadap adanya ketidakpastian dan juga konsekuensi negatif untuk membeli produk atau memakai jasa. Dalam kaitannya dengan dampak negatif tersebut dapat berupa kegagalan sistem ketika *handphone* nasabah tidak dapat mengakses aplikasi, aplikasi sering eror dan mengenai biaya paket data yang harus dimiliki nasabah agar tersambung ke internet untuk dapat mengakses *Mobile Banking*.

Berikut beberapa risiko yang dapat terjadi dalam menggunakan *mobile banking* :

1. **Mobile Banking rentan terhadap pengambilan data.** *Mobile banking* sama seperti komputer yang sangat rentan terhadap pengambilan data oleh pihak-pihak yang tidak bertanggungjawab atau biasa disebut dengan penyalahgunaan.
2. **Jangan menggunakan autosave password.** Membiarkan perangkat Anda menggunakan auto-save password sama seperti anda tidak memiliki password sama sekali.
3. **Jangan menggunakan perangkat yang sama dengan orang lain.** Menggunakan perangkat yang sama untuk *mobile banking* meningkatkan kemungkinan kehilangan informasi akun yang berharga. Pastikan bahwa pengguna lain tidak menggunakan perangkat anda yang memiliki resiko yang tinggi karena meningkatkan kemungkinan pengguna mendownload software key-logging ke perangkat Anda yang di dalamnya berisi *mobile banking*.
4. **Salah download aplikasi .** Ada banyak aplikasi palsu yang beredar dan jika anda menggunakan salah satu darinya membuat Anda kehilangan informasi penting dan akhirnya uang anda terlepas dari genggaman anda.
5. **Beberapa perangkat lebih rentan terhadap virus.** Pada kuartal keempat tahun 2012 hampir 97 persen dari semua malware dilepaskan ke ponsel sebagai targetnya terutama perangkat *Android*. Ponsel pintar lebih rentan terhadap virus dan karenanya lebih rentan terhadap kehilangan informasi perbankan yang berharga.
6. **Jaringan yang tidak stabil.** Kemungkinan kehilangan pesan atau informasi dalam perjalanan jauh lebih tinggi bila konektivitas jaringan operator sangat

rendah karena aplikasi *mobile broadcast* data ke udara terbuka. Saat melakukan *mobile banking*, pastikan Anda berada dalam jangkauan layanan jaringan yang kuat.

Mengenai keputusan nasabah untuk menggunakan *mobile banking*, risiko adalah faktor yang paling penting yang mendorong atau putus asa penggunaan *online banking* (Laforet dan Li, 2005). Jika risiko yang terjadi dalam menggunakan *mobile banking* semakin meningkat, maka akan dapat mengurangi keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

Risiko yang dirasakan dapat diukur dengan indikator:

1. Nasabah merasakan penipuan yang terjadi dalam transaksi *online mobile banking*.
2. Nasabah merasakan gangguan pada kelancaran sistem *mobile banking* saat digunakan nasabah untuk bertransaksi.
3. Nasabah tidak merasakan jaminan perlindungan dampak negatif dari pihak bank penyelenggara *mobile banking*.

### **2.1.5 Keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking***

Menurut Suharno (2010:96), menyatakan bahwa keputusan pembelian / menggunakan konsumen adalah tahap di mana konsumen telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk, serta mengkonsumsinya atau menggunakannya. Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas kebutuhan dan keinginan. Selanjutnya jika sudah disadari adanya kebutuhan dan keinginan, maka konsumen akan mencari informasi mengenai keberadaan produk yang

diinginkannya. Proses pencarian informasi ini akan dilakukan dengan mengumpulkan semua informasi yang berhubungan dengan produk yang diinginkan, dari berbagai informasi yang diperoleh konsumen melakukan seleksi atas alternatif - alternatif yang tersedia.

Menurut Sunyoto (2013:86), ada tiga hal penting dari memahami model keputusan pembelian konsumen yaitu sebagai berikut:

1. Dengan adanya model, pandangan terhadap perilaku konsumen bisa dilihat dalam perspektif yang terintegrasi.
2. Model keputusan pembelian konsumen dapat dijadikan dasar untuk pengembangan strategi pemasaran yang efektif.
3. Model keputusan pembelian konsumen dapat dijadikan dasar untuk segmentasi dan *positioning*.

Adair (2007: 23) mengemukakan lima langkah dalam pengambilan keputusan yakni mendefinisikan tujuan, mengumpulkan data yang relevan, menghasilkan pilihan yang layak, membuat keputusan, mengimplementasikan dan mengevaluasi. Kemampuan yang diperlukan agar seseorang mampu membuat keputusan adalah seperti tercantum dalam tabel berikut.

**Tabel 2.2**  
**KEMAMPUAN YANG DIPERLUKAN DALAM PENGAMBILAN**  
**KEPUTUSAN**

| No | Indikator                              | Kemampuan yang diperlukan  |
|----|--|--|
| 1. | Membuat pertanyaan apa yang diputuskan | Mengenali masalah<br><br>Membantu mengenali masalah dengan bantuan sejumlah pertanyaan (5W+1H)   |
| 2. | Mengumpulkan informasi                 | Mengetahui sumber-sumber informasi<br><br>Membedakan informasi yang relevan dan tidak relevan<br><br>Menghindari bias konfirmasi<br><br>Menggunakan 10 keterampilan berpikir kritis untuk mengevaluasi informasi benar atau masuk akal |
| 3. | Menentukan pilihan-pilihan             | Asesmen resiko (paparan dan intensitas akibat)   |
| 4. | Daftar Pro dan Kontra                  | Menganalisis informasi   |
| 5. | Membuat Keputusan                      | Kemampuan menganalisis tujuan, pilihan dan hasil   |

Sumber : Adair (2007,23)

Pengambilan keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain pengambilan keputusan berdasarkan perasaan hati yaitu ketika nasabah sudah tertarik pada layanan *mobile banking*, pengambilan keputusan rasional yaitu ketika nasabah memilih untuk menggunakan *mobile banking* dengan cara berfikir mengenai manfaat dari layanan itu sendiri, pengambilan keputusan berdasarkan pengalaman, yaitu ketika

nasabah mempunyai pengalaman yang baik pada layanan *mobile banking*, maka ia akan menggunakannya.

Indikator keputusan nasabah meliputi:

1. Nasabah telah mendownload aplikasi *mobile banking* Bank Jatim.
2. Nasabah telah memilih menggunakan *mobile banking* untuk bertransaksi.
3. Nasabah akan tetap menggunakan *mobile banking* di masa depan.

#### **2.1.6 Hubungan antara kompatibilitas dengan keputusan menggunakan *mobile banking***

Kompatibilitas menunjukkan hubungan positif yang kuat dalam adopsi *mobile banking*, menyiratkan bahwa kompatibilitas dianggap sebagai pendorong utama adopsi *mobile banking* oleh pelanggan yang telah menikmati produk dan pelayanan yang disediakan (Nyeko *et al*, 2014).

Hubungan kompatibilitas dengan keputusan nasabah menggunakan *mobile banking* Bank Jatim di Surabaya yaitu dapat dikatakan mempunyai hubungan yang positif apabila nasabah pengguna telah merasakan bahwa layanan *mobile banking* Bank Jatim telah sesuai dengan kebutuhan nasabah dan mempunyai teknologi yang canggih namun tetap mempermudah nasabah dalam mengakesnya.

#### **2.2.7 Hubungan antara kepercayaan dengan keputusan menggunakan *mobile banking***

Kepercayaan merupakan salah satu faktor penting yang mempunyai pengaruh positif dalam mengambil keputusan untuk menggunakan *mobile banking* (Nyeko *et al*, 2014). Hubungan kepercayaan dengan keputusan nasabah menggunakan *mobile banking* Bank Jatim di Surabaya dapat positif apabila nasabah pengguna

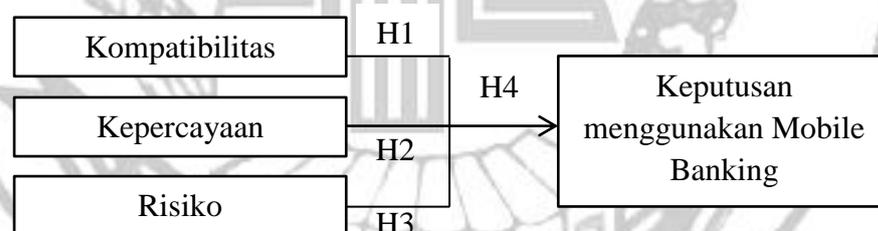
telah merasakan bahwa *mobile banking* dapat memberikan manfaat yang baik dalam membantu nasabah bertransaksi

### 2.2.8 Hubungan antara risiko dengan keputusan menggunakan *mobile banking*

Risiko merupakan salah satu faktor yang mempunyai hubungan negatif terhadap keputusan dalam menggunakan *mobile banking* (Ravichandran, 2016). Hubungan risiko dapat dikatakan negatif apabila nasabah telah merasakan dampak buruk pada saat menggunakan layanan *mobile banking* untuk bertransaksi. Jadi apabila risiko yang terjadi dalam menggunakan *mobile banking* semakin meningkat, maka hal itu akan dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk berhenti atau bahkan enggan untuk menggunakan *mobile banking*.

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran penelitian ini adalah sebagai berikut :



**Gambar 2.3**  
**KERANGKA PEMIKIRAN**

Sesuai dengan yang telah dijelaskan dalam kerangka pemikiran, variable kompatibilitas, kepercayaan dan risiko yang dirasakan oleh nasabah memiliki pengaruh secara langsung terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking*.

## **2.4 Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan pada perumusan masalah, tujuan penelitian, dan landasan teori yang telah dijelaskan di atas, maka hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H1 : Kompatibilitas berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* Bank Jatim di Surabaya.
- H2 : Kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* Bank Jatim di Surabaya.
- H3 : Risiko berpengaruh signifikan negatif terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* Bank Jatim di Surabaya.
- H4 : Kompatibilitas, kepercayaan, dan risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *mobile banking* Bank Jatim di Surabaya.

