

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mengenai “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Sikap Nasabah Pengguna *Mobile Banking* Di Bank BRI Sidoarjo” dengan menggunakan acuan penelitian yang dilakukan oleh :

##### 2.1.1 Syamsul Hadi (2014)

Mengacu pada penelitian terdahulu yang dilakukan Syamsul Hadi dengan judul Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan *mobile banking*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kegunaan kemudahan penggunaan, manfaat, risiko, keamanan dan kemudahan akses terhadap penggunaan *mobile banking*. Penelitian ini mengambil 249 responden dari 265 kuesioner yang diterima. Kuisisioner di sebar melalui web atau jejarin sosial secara menyeluruh, responden diambil secara Accidental Sampling, dan dianalisis menggunakan regresi berganda SPSS 17. Penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dalam pengoperasiannya tidak signifikan. Tetapi risiko, kemudahan akses, dan keamanan cukup signifikan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, dan manfaat berpengaruh tidak signifikan terhadap sikap pengguna *Mobile Banking*, risiko berpengaruh signifikan negatif terhadap sikap pengguna *Mobile Banking*,

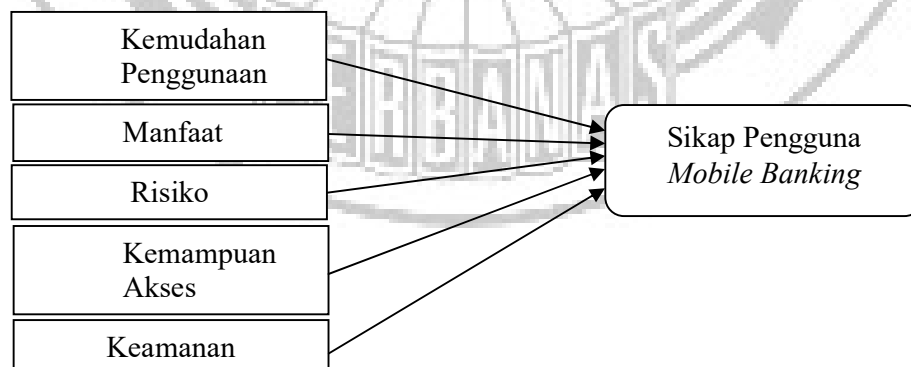
kemampuan akses dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap sikap pengguna *Mobile Banking*.

**Persamaan :**

- 1) Pada variabel bebasnya terdapat variabel kemudahan penggunaan, dan risiko. Pada variabel terikatnya adalah sikap nasabah pengguna *mobile banking*.
- 2) Alat pengujiannya menggunakan analisis regresi berganda.

**Perbedaan :**

- 1) Variabel penelitian sebelumnya menggunakan variabel manfaat, kemampuan akses, dan keamanan. Peneliti sekarang hanya meneliti variabel kemudahan penggunaan dan risiko.
- 2) Peneliti sebelumnya menyebarkan kuisisioner melalui web atau jejaring sosial seluruh pengguna *mobile banking*, sedangkan penelitian sekarang menyebarkan kuisisioner secara langsung namun khusus di peruntukkan pengguna *mobile banking* Bank BRI saja.



Sumber : Syamsul Hadi (2014).

Gambar 2.1  
KERANGKA PEMIKIRAN

### 2.1.2 Mohammad Majedul (2014)

Mengacu pada penelitian terdahulu yang dilakukan Mohammad Majedul dengan judul *Consumers' Attitudes towards Mobile Banking in Bangladesh*. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki faktor yang mempengaruhi penerimaan konsumen *mobile banking* di Bangladesh. Itu demografi, sikap, dan perilaku karakteristik pengguna *mobile banking* yang diperiksa. 292 responden dari tujuh besar pengguna jasa keuangan *mobile* yang berbeda operator jaringan seluler berpartisipasi dalam survei konsumen. Pengaruh sosial, risiko yang dirasakan, kemudahan penggunaan, dirasakan kegunaan, dan layanan pelanggan yang ditemukan untuk mempengaruhi sikap konsumen terhadap layanan *mobile banking*. Infrastruktur fasilitas teknologi yang ramah diperbarui dan ketersediaannya ditemukan untuk menjadikan faktor penting penting yang memotivasi sikap konsumen di Bangladesh menuju seluler perbankan. Ukuran sampel tidak selalu wakil dari populasi Bangladesh secara keseluruhan karena mengabaikan penduduk pedesaan yang besar. Risiko yang dirasakan secara langsung mempengaruhi sikap terhadap pengguna *mobile banking*, dan sikap adalah penentu utama dari pengguna *mobile banking*.

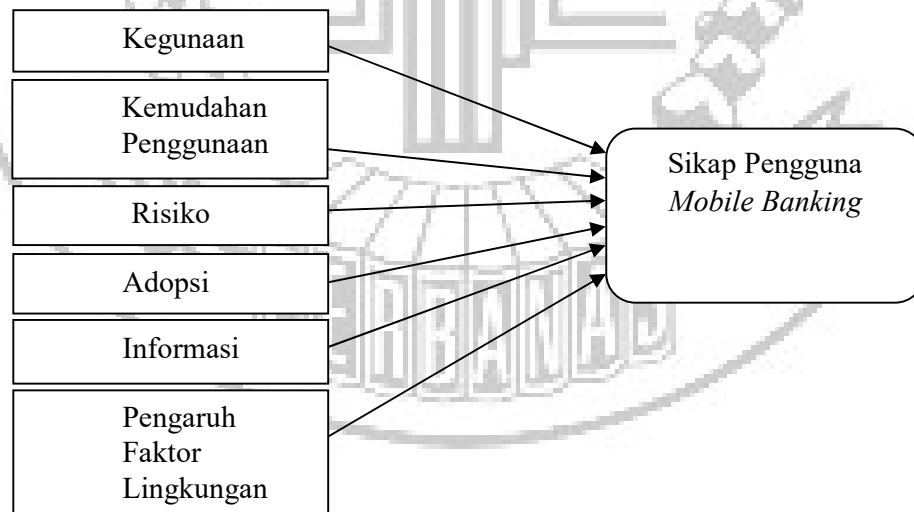
Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegunaan dan kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan pada sikap konsumen terhadap layanan *mobile banking* di Bangladesh. Faktor risiko yang dirasakan menciptakan kesulitan atau berpengaruh tidak signifikan positif terhadap sikap konsumen *mobile banking* di Bangladesh.

**Persamaan :**

- 1) Pada variabel bebasnya terdapat variabel kegunaan, kemudahan penggunaan, dan risiko. Pada variabel terikatnya adalah sikap nasabah pengguna *mobile banking*.

**Perbedaan :**

- 1) Variabel penelitian sebelumnya menggunakan variabel adopsi, informasi, pengaruh faktor lingkungan. Peneliti sekarang hanya meneliti variabel kegunaan, kemudahan penggunaan, risiko dan sikap.
- 2) Peneliti sebelumnya melakukan penelitian dengan nasabah di Kota Dhaka Bangladesh sebagai responden, sedangkan penelitian sekarang meneliti nasabah pengguna *mobile banking* BRI di Sidoarjo.
- 3) Alat pengujiannya menggunakan korelasi matriks.



Sumber : Mohammad Majedul (2014).

Gambar 2.2

KERANGKA PEMIKIRAN

### 2.1.3 Ilham Hassan (2014)

Mengacu pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ilham Hassan dengan judul *Consumers' attitude towards m-banking services in Islamic banks: the case of Sudan*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengguna yang umumnya cenderung atau lebih untuk menerima sistem primarily, karena fungsi itu melakukan dan menyiratkan, bahwa dalam kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan tidak bisa mengimbangi sistem yang tidak menyediakan fungsi yang diperlukan. Dalam konteks sistem perbankan elektronik, jika pengguna berpikir bahwa sistem ini berguna, maka mereka lebih cenderung untuk dapat menerimanya. Tanggapan yang valid diterima dari sampel acak dari nasabah Bank di Sudan. Penelitian ini menggunakan teknologi “model penerimaan” sebagai kerangka kerja konseptual untuk menyelidiki faktor-faktor yang mempengaruhi sikap konsumen untuk menggunakan teknologi perbankan.

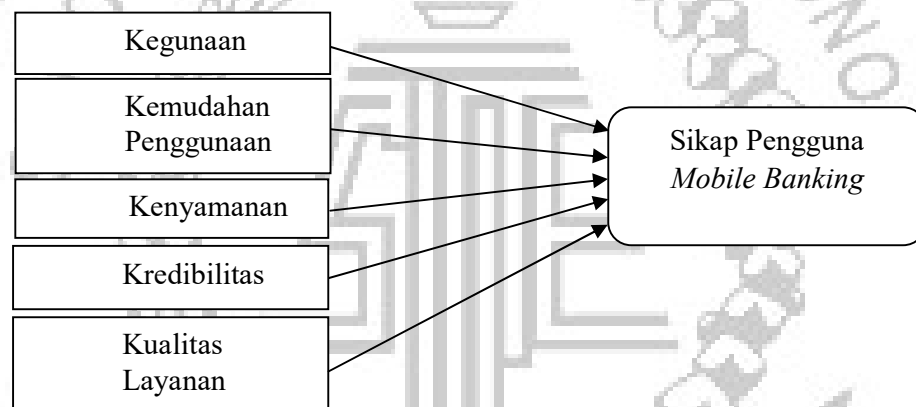
Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegunaan, kemudahan penggunaan, dan kenyamanan yang berpengaruh signifikan positif terhadap sikap konsumen *mobile banking*.

#### **Persamaan :**

- 1) Pada variabel bebasnya terdapat variabel kegunaan dan kemudahan penggunaan. Pada variabel terikatnya adalah sikap nasabah pengguna *mobile banking*.

### Perbedaan :

- 1) Variabel penelitian sebelumnya menggunakan variabel kredibilitas, kenyamanan, dan kualitas layanan. Peneliti sekarang hanya meneliti variabel kegunaan, kemudahan penggunaan, dan sikap.
- 2) Peneliti sebelumnya melakukan penelitian dengan nasabah di Kota Khartoum Sudan sebagai responden, sedangkan penelitian sekarang meneliti nasabah pengguna *mobile banking* BRI di Sidoarjo.
- 3) Alat pengujiannya menggunakan analisis regresi.



Sumber : Ilham Hassan (2014).

Gambar 2.3

### KERANGKA PEMIKIRAN

Tabel 2.1

### PERSAMAAN DAN PERBEDAAN PENELITIAN TERDAHULU DENGAN PENELITIAN SEKARANG

Nama Penelitian	Syamsul Hadi (2014)	Mohammad Majedul (2014)	Ilham Hassan (2014)	Sheila Nanda Ayu Pramudita (2017)
Judul Peneliti	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan <i>Mobile Banking</i>	<i>Consumers' Attitudes towards Mobile Banking in Bangladesh</i>	<i>Consumers' attitude towards m-banking services in Islamic Banks: the case of Sudan</i>	Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi

				Risiko Terhadap Sikap Nasabah Pengguna <i>Mobile Banking</i> Di Bank BRI Sidoarjo
Lokasi Penelitian	Indonesia	Bangladesh	Sudan	Indonesia
Objek Penelitian	Nasabah <i>Mobile Banking</i>	Nasabah di Ibukota Dhaka	Nasabah <i>Mobile Banking</i> Sudan	Nasabah Bank BRI di Sidoarjo
Variabel Bebas	Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Risiko, Kemampuan Akses, Keamanan	Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Risiko	Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kenyamanan	Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko
Variabel Terikat	Sikap Nasabah Pengguna <i>Mobile Banking</i>	Sikap Pengguna <i>Mobile Banking</i>	Sikap Pengguna <i>Mobile Banking</i>	Sikap Nasabah Pengguna <i>Mobile Banking</i>
Instrumen Penelitian	Kuesioner	Wawancara dan Kuesioner	Kuesioner	Kuesioner
Jumlah Sampel / Responden	249 Responden	292 Responden	46 Responden	74 Responden
Teknik Pengambilan Sampel	<i>Accidental Sampling</i>	<i>Teknik Sampling Probabilitas</i>	<i>Teknik Sampling Probabilitas</i>	<i>Purposive Sampling</i>
Teknik Analisis Data	Analisis Regresi Berganda	Korelasi Matriks	Analisis Regresi	Analisis Regresi Berganda
Hasil Penelitian	Persepsi Kemudahan Penggunaan dan manfaat berpengaruh tidak signifikan terhadap pengguna <i>mobile banking</i> , persepsi risiko berpengaruh signifikan negatif terhadap pengguna <i>mobile banking</i> , serta kemampuan akses dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan <i>mobile banking</i> .	Kegunaan dan kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan pada sikap konsumen terhadap layanan <i>mobile banking</i> di Bangladesh. Faktor risiko tidak signifikan terhadap positif sikap konsumen <i>mobile banking</i> di Bangladesh.	Kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan kenyamanan yang berpengaruh signifikan positif terhadap sikap konsumen <i>mobile banking</i> .	Persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap nasabah pengguna <i>mobile banking</i> , namun pada persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko berpengaruh tidak signifikan terhadap sikap nasabah pengguna <i>mobile banking</i> .

Sumber : Syamsul Hadi (2014), Mohammad Majedul (2014), Ilham Hassan (2014).

## 2.2 Landasan Teori

Landasan teori adalah sebagai dasar untuk menganalisa dan sebagai dasar dalam melakukan pembahasan untuk pemecahan yang dirumuskan dalam penelitian ini.

### 2.2.1 Persepsi Kegunaan

Persepsi kegunaan merupakan suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Persepsi kegunaan juga didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Dalam persepsi kegunaan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan dan terjadi hubungan yang signifikan antara persepsi kegunaan dengan sikap penggunaan teknologi informasi. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan teknologi yaitu penelitian yang dilakukan oleh David Kurniawan (2013). David Kurniawan (2013) meneliti tentang faktor-faktor yang menentukan perilaku terhadap penggunaan *mobile banking*, bahwa persepsi kegunaan berpengaruh secara signifikan terhadap sikap dalam bertransaksi menggunakan *mobile banking*.

Radityo F.H. (2015), mendefinisikan sebagai suatu tingkat atau keadaan dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Dan persepsi kegunaan berpengaruh terhadap sikap nasabah dalam penggunaan *mobile banking*. Konsep ini menggambarkan manfaat



sistem bagi penggunanya terkait dengan produktivitas, kinerja tugas, efektivitas, pentingnya suatu tugas, dan kegunaan secara keseluruhan (*overall usefulness*).

Indikator menurut David Kurniawan (2013) dalam kerja lebih cepat, keefektifan kegunaan, pekerjaan lebih mudah, dan bermanfaat ada pada variabel persepsi kegunaan.

### **2.2.2 Persepsi Kemudahan Penggunaan**

Radityo F.H. (2015), mendefinisikan bahwa dalam mengingat keterbatasan teknis perangkat *mobile*, kemudahan penggunaan menjadi *driver* penerimaan dari aplikasi *mobile*. Hal ini berlaku untuk layanan pembayaran *mobile*, yang bersaing dengan solusi pembayaran yang perlu untuk memberikan manfaat ketika menuju ke aspek kemudahan. Aspek penting terkait dengan layanan pembayaran *mobile* yaitu kemudahan penggunaan termasuk misalnya, simbol-simbol yang jelas dan tombol fungsi, langkah-langkah proses pembayaran hanya sedikit dan sederhana, tampilan grafis, dan membantu fungsinya. Akibatnya, peneliti memasukkan persepsi kemudahan penggunaan fasilitas pembayaran *mobile* dalam model penerimaan konsumen.

Syamsul Hadi (2014), persepsi kemudahan penggunaan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang bukan untuk menyulitkan pemakainya, tetapi justru mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya. Dengan kata lain, seseorang yang menggunakan sistem akan bekerja lebih mudah dibandingkan dengan seseorang yang tidak menggunakan sistem atau bekerja secara manual menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan

sebagai keadaan seseorang percaya bahwa dengan menggunakan suatu sistem tertentu tidak diperlukan usaha apapun, sehingga pemakai benar-benar dengan mudah menggunakan suatu sistem. Nasabah akan lebih memilih menggunakan *mobile banking* untuk melakukan transaksi perbankan, jika mereka dapat dengan mudah menggunakan sistem *mobile banking*, sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Menurut Thatit Mahendra (2014) persepsi kemudahan penggunaan merupakan kepercayaan seseorang dimana dalam penggunaan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Sehingga, apabila seseorang percaya bahwa teknologi mudah untuk digunakan maka dia akan menggunakannya, namun apabila sebaliknya, maka dia tidak akan menggunakannya. Persepsi kemudahan penggunaan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini, bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. Semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi. David Kurniawan (2013) meneliti faktor-faktor yang menentukan penerimaan pemakai terhadap fasilitas *mobile banking* dalam konteks penggunaan aplikasi *mobile banking* menyatakan bahwa persepsi kemudahan berdampak positif terhadap sikap penggunaan *mobile banking*, dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap dalam bertransaksi menggunakan *mobile banking*.

Indikator menurut Radityo F.H. (2015) dalam mudah dipelajari dan dipahami, di inginkan pengguna, meningkatkan keterampilan pengguna, dan mudah di operasikan ada pada variabel persepsi kemudahan penggunaan.

### 2.2.3 Persepsi Risiko

Syamsul Hadi (2014), persepsi terhadap risiko adalah persepsi negatif konsumen atas sejumlah aktivitas yang didasarkan pada hasil yang negatif dan memungkinkan bahwa hasil tersebut menjadi nyata. Persepsi risiko sangat mempengaruhi tingkat kepercayaan. Semakin kecil persepsi risiko dari suatu individu maka semakin besar tingkat kepercayaannya, begitupun sebaliknya. Perkiraan subjektif konsumen untuk menderita kerugian dalam menerima hasil di inginkan. Dalam penelitian ini indikator risiko dilihat dari tindakan yang dilakukan oleh bank untuk memperkecil risiko dari penggunaan *mobile banking*, apabila tindakan yang dilakukan oleh bank untuk memperkecil risiko sudah terlaksana, maka akan berdampak positif pada sikap konsumen untuk menggunakan teknologi yang ditawarkan. Kepercayaan konsumen pada fasilitas yang ditawarkan akan berpengaruh terhadap sikap konsumen untuk memanfaatkan fasilitas tersebut.

Menurut Dowling (1986) dalam jurnal Radityo F.H. (2015) bahwa persepsi risiko dipandang sebagai ketidakpastian yang dihubungkan dengan hasil dari suatu keputusan. Risiko adalah suatu keadaan yang orang pertimbangkan untuk memutuskan atau tidak dalam menggunakan *mobile banking*. Persepsi risiko merupakan penafsiran subyektif mengenai probabilitas tipe yang menspesifikkan hal buruk yang terjadi dan bagaimana kekhawatiran akan

konsekuensi yang ditimbulkan. Persepsi risiko mengarah pada kepercayaan keyakinan mengenai kemungkinan keuntungan ataupun kerugian diluar pertimbangan, bahwa meliputi hubungan dengan kepercayaan secara khusus. Jika risiko itu meningkat dari sekedar informasi sampai pada keputusan bertransaksi risiko diasosiasikan dengan kepercayaan (*trust*). Dalam penelitian ini indikator risiko dilihat dari tindakan yang dilakukan oleh bank untuk memperkecil risiko dari penggunaan *mobile banking*, diharapkan tindakan yang dilakukan oleh bank untuk memperkecil risiko akan berdampak positif pada minat konsumen untuk menggunakan teknologi yang ditawarkan. Persepsi risiko di mungkinkan akan berpengaruh negatif untuk menggunakan sistem teknologi. Walaupun persepsi risiko tinggi, konsumen mungkin tidak secara rela untuk memutuskan tidak mengambil bagian dalam perkembangan teknologi ini.

Dalam konteks *Mobile Banking*, Persepsi Risiko dipandang sebagai ketidakpastian yang dihubungkan dengan hasil dari suatu keputusan yang harus ditanggung oleh para pengguna jika menggunakan suatu teknologi menurut Gigi Bawa, Endang Siti, Rizky Yudi (2015). Persepsi risiko menunjukkan hasil yang signifikan, sehingga rasa ketidakpastian akan dialami oleh pengguna (nasabah) saat memutuskan untuk melakukan transaksi melalui *mobile banking*. Bila di adaptasikan dengan konteks penelitian, persepsi risiko adalah persepsi pengguna internet terhadap ketidakpastian dan konsekuensi yang dihadapi saat menggunakan transaksi online, karena penggunaan transaksi online tidak terlepas dari risiko. Risiko yang dapat dihadapi oleh pengguna transaksi online adalah risiko keamanan dalam bertransaksi.

Indikator menurut Syamsul Hadi (2014) dalam tingginya risiko, keamanan bertransaksi, dan ketepatan waktu ada pada variabel persepsi risiko.

#### **2.2.4 Sikap Nasabah**

Menurut Mohamad Majedul (2014), sikap adalah evaluasi kepercayaan atau perasaan positif maupun negatif dari seseorang yang harus melakukan perilaku yang akan ditentukan. Sikap adalah jumlah dari afeksi (perasaan) yang dirasakan seseorang untuk menerima atau menolak suatu objek atau perilaku dan diukur dengan suatu prosedur yang menempatkan individual pada skala evaluatif dua kutub misalkan, baik atau jelek ; setuju atau menolak ; dan lainnya. Dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa sikap seseorang terhadap sistem informasi menunjukkan seberapa jauh orang tersebut merasakan bahwa sistem informasi baik atau jelek bagi dirinya. Penelitian ini membedakan dua macam sikap, yaitu sikap terhadap obyek-obyek dan sikap berhubungan dengan perilaku. Sikap terhadap obyek-obyek merupakan perasaan seseorang terhadap benda-benda atau obyek. Berbeda dengan sikap mengenai perilaku yang lebih mengarah ke perilakunya bukan ke obyeknya. Sikap seseorang terdiri atas unsur kognitif atau cara pandang, afektif, dan komponen-komponen yang berkaitan dengan perilaku.

Sulistiyarini (2014), menguji faktor-faktor yang mengetahui sikap nasabah untuk menggunakan fasilitas *mobile banking*. Faktor-faktor yang memengaruhi sikap nasabah untuk menggunakan *mobile banking* dalam penelitian ini adalah persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan

(*perceived ease of use*), sikap (*attitude*). Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya yang juga menggunakan model kombinasi TAM (*Technology Acceptance Model*) dan TPB (*Theory of Planned Behavior*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan dan sikap mempengaruhi minat individu menggunakan *mobile banking*. Sebaliknya, persepsi kemudahan penggunaan tidak memengaruhi minat dan sikap nasabah untuk menggunakan *mobile banking*. Implikasi dari penelitian ini relevan bagi pihak manajemen bank dan analis *mobile banking* agar memperhatikan kembali faktor – faktor yang memengaruhi sikap nasabah untuk menggunakan *mobile banking* dalam mengembangkan sistem informasinya.

Tatik Suryani (2013:121) mengemukakan bahwa sikap merupakan ekspresi perasaan yang berasal dari dalam diri individu yang mencerminkan apakah seseorang senang atau tidak senang, suka atau tidak suka, dan setuju atau tidak setuju terhadap suatu obyek. Studi yang berkaitan dengan tiga model komponen sikap yaitu komponen kognitif yang berkenaan dengan hal-hal yang diketahui individu atau pengalaman individu baik yang sifatnya langsung atau tidak langsung dengan obyek sikap. Komponen afektif berkenaan dengan perasaan dan emosi konsumen mengenai obyek sikap. Komponen konatif berkenaan dengan prediposisi atau kecenderungan seseorang untuk melakukan suatu tindakan berkenaan dengan obyek sikap.

Indikator menurut Mohamad Majedul (2014) dalam memilih akses *mobile banking* BRI, kenyamanan bertransaksi, nasabah mengecek dan mencari informasi, dan dalam bertransaksi ada pada variabel sikap nasabah.

## **2.3 Hubungan Antar Variabel**

### **2.3.1 Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Sikap Nasabah**

Pengaruh persepsi kegunaan terhadap sikap nasabah akan meningkatkan produktivitas dan kinerja nasabah apabila nasabah tersebut memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap aplikasi *Mobile Banking*. Nasabah akan percaya bahwa mereka dapat mengembangkan kinerja, meningkatkan produktivitas dan meningkatkan efektivitas ketika menggunakan *Mobile Banking*.

Hasil jurnal dari peneliti Mohamad Majedul (2014) menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh signifikan pada sikap konsumen terhadap layanan *mobile banking*, hasil penelitian Ilham Hasan (2014) menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap konsumen *mobile banking*, hasil penelitian Sheila Nanda Ayu Pramudita (2017) menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap nasabah pengguna *mobile banking* Bank BRI.

### **2.3.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Sikap Nasabah**

Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap nasabah adalah meningkatnya produktivitas dan kinerja nasabah apabila nasabah tersebut memiliki tingkat sikap kepercayaan yang tinggi, bahwa aplikasi *Mobile Banking* dapat digunakan dengan mudah. Nasabah akan di mudahkan dalam menggunakan aplikasi *Mobile Banking* akan mudah untuk dipelajari, mudah digunakan, jelas, dan dapat dipahami, serta membuat nasabah semakin lebih terampil, sehingga nasabah akan menggunakannya secara kontinyu (terus-menerus) dalam kehidupan sehari-hari ketika bertransaksi.

Hasil jurnal dari peneliti Syamsul Hadi (2014) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh tidak signifikan terhadap sikap nasabah pengguna *mobile banking*, hasil penelitian Mohamad Majedul (2014) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan pada sikap konsumen terhadap layanan *mobile banking*, hasil penelitian Ilham Hasan (2014) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap konsumen *mobile banking*. hasil penelitian Sheila Nanda Ayu Pramudita (2017) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh tidak signifikan terhadap sikap nasabah pengguna *mobile banking* Bank BRI.

### **2.3.3 Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Sikap Nasabah**

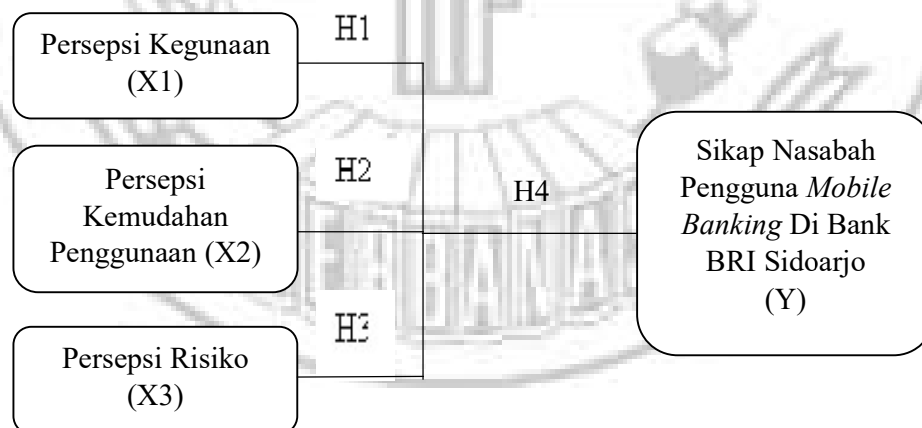
Pengaruh persepsi risiko terhadap sikap nasabah adalah ketika risiko yang tinggi akan mempengaruhi sikap nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking*, karena risiko dipandang sebagai suatu hal ketidakpastian yang dihubungkan dengan hasil dari suatu keputusan. Hal ini juga berarti bahwa nasabah merasa khawatir dalam menggunakan *Mobile Banking* akan ada risiko yang terjadi pada saat tertentu. Risiko bisa datang dari sistem maupun dari nasabah tersebut, risiko dari sistem kendalanya ada pada *signal* atau jaringan internet yang digunakan, karena apabila saat bertransaksi *signal* atau jaringan internetnya tidak bagus maka akan mempengaruhi transaksi tersebut dan risiko yang datang dari pengguna (nasabah) adalah apabila nasabah kehilangan *handphone* yang digunakan untuk bertransaksi. Hal ini menyatakan bahwa persepsi risiko mempunyai pengaruh terhadap pengguna *Mobile Banking*.



Hasil jurnal dari peneliti Mohamad Majedul (2014) menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh tidak signifikan terhadap sikap konsumen *mobile banking*, hasil penelitian Sheila Nanda Ayu Pramudita (2017) menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap sikap nasabah pengguna *mobile banking* Bank BRI.

#### 2.4 Kerangka Pemikiran

Sesuai dengan landasan teori dan penelitian terdahulu yang telah dijelaskan oleh peneliti, maka peneliti akan meneliti sejauh mana Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Nasabah Pengguna *Mobile Banking* Di Bank BRI Sidoarjo. Untuk menunjukkan hubungan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, maka model penelitian yang digunakan adalah Uji Simultan seperti pada gambar berikut ini dan peneliti dapat membuat kerangka pemikiran sebagai berikut :



*Sumber* : Syamsul Hadi (2014), Mohammad Majedul (2014), Ilham Hassan (2014).

Gambar 2.4  
KERANGKA PEMIKIRAN

## 2.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan suatu anggapan yang kemungkinan benar dan sering digunakan sebagai alat untuk pembuatan keputusan dan pemecahan masalah ataupun sebagai penelitian lebih lanjut.

H1 : Persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap nasabah pengguna *mobile banking* di Bank BRI Sidoarjo.

H2 : Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap nasabah pengguna *mobile banking* di Bank BRI Sidoarjo.

H3 : Persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap sikap nasabah pengguna *mobile banking* di Bank BRI Sidoarjo.

H4 : Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko secara simultan berpengaruh signifikan terhadap sikap nasabah pengguna *mobile banking* di Bank BRI Sidoarjo.

