

**PREFERENSI NASABAH PERBANKAN SYARIAH TERHADAP
LAYANAN *E-CHANNEL* DI BNI SYARIAH**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR
SARJANA STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH :

**ERRY NITA RAHAYU
NIM. 14820145**

DOSEN PEMBIMBING:

**JOKO SETYONO, SE.,M.Si.
NIP. 19730702 200212 1 003**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2018**

**PREFERENSI NASABAH PERBANKAN SYARIAH TERHADAP
LAYANAN *E-CHANNEL* DI BNI SYARIAH**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR
SARJANA STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH :

**ERRY NITA RAHAYU
NIM. 14820145**

DOSEN PEMBIMBING:

**JOKO SETYONO, SE.,M.Si.
NIP. 19730702 200212 1 003**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2018**



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-2114/Un.02/DEB/PP.00.9/08/2018

Skripsi / tugas akhir dengan judul:

“Preferensi Nasabah Perbankan Syariah Terhadap Layanan *E-Channel* di BNI Syariah”

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Erry Nita Rahayu
Nomor Induk Mahasiswa : 14820145
Telah diujikan pada : Jumat, 10 Agustus 2018
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Joko Setyono, SE., M.Si.
NIP. 19730702 200212 1 003

Penguji I

Jauhar Faradis, S.H.I., M.A.
NIP. 19840523 200101 1 008

Penguji II

Rosyid Nur Anggara Putra, S.Pd., M.Si.
NIP. 19880524 201503 1 010

Yogyakarta, 14 Agustus 2018
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
DEKAN

Dr. H. Syahiq Mahmadah Hanafi, M.Ag.
NIP. 19670518 199703 1 003



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudari Erry Nita Rahayu

Lamp : 1

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga

Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah menimbang, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Erry Nita Rahayu

NIM : 14820145

Judul Skripsi : **Preferensi Nasabah Perbankan Syariah Terhadap Layanan E-Channel di BNI Syariah**

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/ Program Studi Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ekonomi.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi saudara tersebut di atas dapat digunakan sebagai syarat syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ekonomi. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 03 Agustus 2018

Pembimbing,

Joko Setyono, SE.,M.Si.

NIP. 19730702 200212 1 003

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamu 'alaikum Wr.Wb

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Erry Nita Rahayu

NIM : 14820145

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Preferensi Nasabah Perbankan Syariah Terhadap Layanan E-Channel di BNI Syariah**” adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi, dan dipergunakan sebagaimana perlunya.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 03 Agustus 2018

Yang menyatakan,



Erry Nita Rahayu

NIM. 14820145

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Erry Nita Rahayu
NIM : 14820145
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta atas Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Preferensi Nasabah Perbankan Syariah Terhadap Layanan *E-Channel* di BNI Syariah”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 03 Agustus 2018

Yang menyatakan,



(Erry Nita Rahayu)

MOTTO

" TIDAK ADA HASIL YANG MENGKHIANATI USAHA "



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang
tua saya tercinta.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tugas akhir ini merupakan hasil dari penelitian yang penulis lakukan di BNI Syariah Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah terlibat dan memberikan bantuan baik moril maupun materiil dalam penyusunan tugas akhir ini, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak atas dukungannya dalam penyusunan tugas akhir ini, khususnya kepada:

1. Prof. Drs. KH. Yudian Wahyudi A, MA, Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, sebagai teladan yang baik bagi seluruh mahasiswa dalam mengejar cita di ranah akademik.
2. Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang mana selalu mendorong penyusun untuk segera menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Joko Setyono, SE, M.Si, selaku Kepala Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dan selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, mengarahkan, memberi kritik, dan saran serta memberikan motivasi selama penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh jajaran dosen dan staff, khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang juga mendorong penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Keluarga tercinta, yang selalu percaya dan senantiasa mendukung sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.
6. Seluruh teman-teman seperjuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya teman-teman Perbankan Syariah

7. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan tugas akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca, demi kesempurnaan dan kemajuan penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 03 Agustus 2018

Penulis

Erry Nita Rahayu

NIM. 14820145



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi huruf Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 05936/U/1987.

A. KONSONAN TUNGGAL

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Šā'	š	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	j	je
ح	Ĥā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Žāl	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es

ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣād	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	g	ge
ف	Fā'	f	ef
ق	Qāf	q	qi
ك	Kāf	k	ka
ل	Lām	l	‘el
م	Mim	m	‘em
ن	Nūn	n	‘en
و	Waw	w	w
ه	Hā'	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	Y	ye

B. KONSONAN RANGKAP KARENA SYADDAH DITULIS RANGKAP

متعددة	Ditulis	Muta'addidah
عدة	Ditulis	'iddah

C. TA'MARBŪTAH DI AKHIR KATA

1. Bila dimatikan ditulis h

حكمة	Ditulis	<i>Ḥikmah</i>
جزية	ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah diserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, zakat dan sebagainya kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila diikuti dengan kata sandang 'al' serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis *h*.

كرامة الاولياء	Ditulis	<i>Karāmah al-auliyyā'</i>
----------------	---------	----------------------------

3. Bila ta'marbūtah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis *t* atau *h*.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakāh al-ḥiṭri</i>
------------	---------	-----------------------

D. VOKAL PENDEK

◌َ	fathah	ditulis	<i>a</i>
◌ِ	kasrah	ditulis	<i>i</i>
◌ُ	ḍammah	ditulis	<i>u</i>

E. VOKAL PANJANG

1	Fathah + alif	جاهلية	ditulis	<i>ā : jāhiliyyah</i>
2	Fathah + ya' mati	تنسى	ditulis	<i>ā : tansā</i>
3	Kasrah + ya' mati	كريم	ditulis	<i>ī : karīm</i>
4	Dammah + wawu mati	فروض	ditulis	<i>ū : furūḍ</i>

F. VOKAL RANGKAP

1	Fathah ya mati		ditulis	<i>ai</i>
	بينكم		ditulis	<i>bainakum</i>
2	Fathah wawu mati		ditulis	<i>au</i>
	قول		ditulis	<i>qaul</i>

**G. VOKAL PENDEK YANG BERURUTAN DALAM SATU KATA
DIPISAHKAN DENGAN APOSTROF**

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدَّتْ	ditulis	<i>u'iddat</i>
لَنْ شَكَرْتُمْ	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. KATA SANDANG ALIF + LAM

1. bila diikuti huruf *Qomariyyah* ditulis dengan menggunakan “l”.

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (el) nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. PENULISAN KATA-KATA DALAM RANGKAIAN KALIMAT

ذوي الفروض	Ditulis	<i>Žawī al-furūd</i>
أهل السنة	ditulis	<i>Ahl as-Sunnah</i>

J. PENGECEUALIAN

Sistem transliterasi ini tidak berlaku pada:

1. Kosa kata Arab yang lazim dalam Bahasa Indonesia dan terdapat dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, misalnya: al-Qur'an, hadis, mazhab, syariat, lafaz.
2. Judul buku yang menggunakan kata Arab, namun sudah dilatinkan oleh penerbit, seperti judul buku *al-Hijab*.
3. Nama pengarang yang menggunakan nama Arab, tapi berasal dari negara yang menggunakan huruf latin, misalnya Quraish Shihab, Ahmad Syukri Soleh.
4. Nama penerbit di Indonesia yang menggunakan kata Arab, misalnya Toko Hidayah, Mizan.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI	x
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
ABSTRAK	xxii
ABSTRACT	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
D. Sistematika Pembahasan	11
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Telaah Pustaka	12
B. Kerangka Teori	15
1. Pengertian Teknologi Informasi	15
2. <i>E-Channel (Electronic Channel)</i>	17

a. Pengertian <i>E-Channel</i> (<i>Electronic Channel</i>)	17
b. Macam-Macam <i>E-Channel</i>	19
3. Preferensi	28
a. Pengertian Preferensi	28
b. Preferensi Dalam Islam	30
4. Teori <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	33
5. Faktor-Faktor Penggunaan Layanan <i>E-Channel</i> (<i>Internet Banking</i> dan <i>Mobile Banking</i>)	34
a. <i>Easy Of Use</i> (Kemudahan Dalam Menggunakan)	34
b. <i>Visibility</i> (Manfaat Yang Dirasakan)	35
c. <i>Security</i> (Keamanan)	36
C. Kerangka Penelitian	37
D. Pengembangan Hipotesis	37
1. Pengaruh <i>Ease Of Use</i> Terhadap Preferensi Nasabah	37
2. Pengaruh <i>Visibility</i> terhadap Preferensi Nasabah	38
3. Pengaruh <i>Security</i> terhadap Preferensi Nasabah	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Jenis Penelitian dan Sumber Data	41
B. Populasi dan Sampel	42
C. Teknik Pengumpulan Data	45
D. Definisi Operasional Variabel	46
E. Uji Instrumen	48
F. Teknik Analisis Data	49
G. Uji Instrumen	49
1. Uji Validitas	49
2. Uji Reliabilitas	50
H. Uji Asumsi Klasik	50
1. Uji Normalitas	50
2. Uji Multikolonieritas	51
3. Uji Heteroskedastisitas	51

I. Analisis Regresi Linear Berganda	52
J. Pengujian Hipotesis	52
1. Uji F	52
2. Uji t	53
3. Koefisien Determinasi	53
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	55
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	55
1. Deskripsi Penelitian	55
2. Karakteristik Demografi Responden	55
B. Uji Kualitas Data	63
C. Uji Asumsi Klasik	66
D. Analisis Regresi Linear Berganda	69
E. Pengujian Hipotesis	71
F. Pembahasan	74
BAB V PENUTUP	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	87

DAFTAR TABEL

Tabel 1.2 Data Jumlah Pengguna <i>E-Channel (Internet Banking dan Mobile Banking)</i> BNI Syariah	4
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian-Penelitian Terdahulu	14
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	58
Tabel 4.9 Uji Validitas	63
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas	65
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	66
Tabel 4.12 Uji Multikolinieritas	67
Tabel 4.13 Uji Heteroskedastisitas	68
Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	69
Tabel 4.15 Hasil Uji F	71
Tabel 4.16 Hasil Uji t (parsial)	72
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	37
Gambar 4.5 Jumlah Responden yang Mengetahui Layanan <i>E-Channel</i> (<i>Internet Banking</i> dan <i>Mobile Banking</i>)	59
Gambar 4.6 Layanan <i>E-Channel</i> yang Dimiliki Responden	60
Gambar 4.7 Jumlah Responden yang Mengetahui Mengenai Prosedur Penggunaan Layanan <i>E-Channel</i> (<i>Internet Banking</i> dan <i>Mobile Banking</i>).....	61
Gambar 4.8 Kurun Waktu Penggunaan Layanan <i>E-Channel</i> yang Dimiliki Responden (<i>Internet Banking</i> dan <i>Mobile banking</i>).....	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Identitas Responden	87
Lampiran 2: Hasil Kuesioner	88
Lampiran 3: Hasil Uji Validitas	93
Lampiran 4: Hasil Uji Reliabilitas	97
Lampiran 5: Hasil Uji Normalitas	98
Lampiran 6: Hasil Uji Multikolinearitas	99
Lampiran 7: Hasil Uji Heteroskeastisitas	100
Lampiran 8: Hasil Uji Regresi	101
Lampiran 9: Hasil Uji F	101
Lampiran 10: Hasil Uji t	102
Lampiran 11: Hasil Uji Determinasi	102
Lampiran 12: Kuesioner	103



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh *easy of use*, *visibility*, dan *security* terhadap preferensi nasabah dalam menggunakan fasilitas *E-Channel* (*Internet banking* dan *mobile banking*) BNI Syariah. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Semua pertanyaan sudah diuji dan dinyatakan valid serta reliabel, alat uji yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil Uji F menunjukkan bahwa secara bersamaan atau simultan variabel *easy of use*, *visibility*, dan *security* terhadap preferensi nasabah dalam menggunakan fasilitas *E-Channel* (*Internet banking* dan *mobile banking*) BNI Syariah. Hasil Uji t menunjukkan bahwa variabel *easy of use* dan *visibility* berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah. Sedangkan *security* tidak berpengaruh terhadap preferensi nasabah. Koefisien determinasi ($\text{Adjusted } R^2$) nilainya sebesar 0.572 atau 57.2%. dan sisanya 42.8% dipengaruhi oleh variabel lain yang dapat mempengaruhi preferensi nasabah.

Kata Kunci : *easy of use*, *visibility*, *security*, preferensi nasabah

ABSTRACT

This study aims to provide empirical evidence on the effect of easy of use, visibility, and security on customers' preferences in using BNI Syariah's E-Channel (Internet banking and mobile banking) facility. The data used in this study is the primary data. Data collection is done using a questionnaire. All questions have been tested and declared valid and reliable, the test equipment used is multiple linear regression. F test results show that simultaneously or simultaneously variable of easy of use, visibility, and security to customer preference in using BNI Syariah E-Channel (Internet banking and mobile banking) facility. T test results indicate that the variable easy of use and visibility has a significant effect on customer preferences. While security does not affect the preferences of customers. The coefficient of determination (Adjusted R^2) is 0.572 or 57.2% and the remaining 42.8% is influenced by other variables that may affect the customer's preferences.

Keywords: easy of use, visibility, security, customer preference



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri perbankan mempunyai peranan yang penting dalam kegiatan perekonomian suatu negara yang berkaitan dengan lalu lintas pembayaran, yakni industri perbankan sebagai *central* perekonomian suatu negara. Perbankan mempunyai kegiatan pokok yaitu menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk modal usaha atau jenis pinjaman lainnya. Muhammad (2000: 3) menyatakan bahwa perbankan konvensional maupun perbankan syariah mempunyai fungsi yang sama yakni sebagai *intermediary service*, dimana peran tersebut hanya dilaksanakan jika perbankan beroperasi dalam keadaan sehat dan berada pada lingkungan bisnis yang kondusif.

Bank konvensional maupun bank syariah dituntut untuk bersikap profesional agar dapat berfungsi secara efisien dan efektif pada zaman yang semakin modern ini. Perkembangan ilmu dan teknologi yang semakin maju dengan pesatnya di era globalisasi ini, maka industri perbankan diharuskan bisa menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi tersebut untuk melayani nasabahnya dengan baik. Hal ini di dukung dengan pendapat Pinontoan (2013) bahwa kesetiaan nasabah dalam industri perbankan merupakan salah satu bukti bahwa bank tersebut telah mampu bersaing dalam memberikan pelayanan prima pada setiap nasabah.

Peran teknologi di dunia perbankan sangat penting, dimana kemajuan sistem juga dipengaruhi oleh peran teknologi informasi yang digunakan. Semakin berkembangnya fasilitas yang diterapkan oleh perbankan untuk memudahkan pelayanan, berarti semakin beragam pula adopsi teknologi yang dimiliki oleh suatu bank. Tujuannya yaitu untuk semakin memudahkan pelayanan terhadap nasabah. Dengan adanya pelayanan yang mudah, maka nasabah akan lebih loyal dengan bank tersebut dan akan memakai atau menggunakan produk-produk yang dimiliki bank tersebut.

Saat ini dalam dunia perbankan hampir semua produk yang ditawarkan serupa, sehingga terjadi persaingan antar bank yaitu bagaimana bank memberikan produk-produk yang efektif dan efisien. Nasabah menginginkan transaksi yang cepat, mudah, murah dan aman serta dapat dilakukan dari mana saja dan kapan saja. Putri dan Tricahyono (2014) menyatakan bahwa untuk mengatasi hal tersebut maka *self service* merupakan solusinya, salah satu contohnya yaitu bentuk inovasi yang dikembangkan oleh bank untuk memenuhi kebutuhan dari nasabah adalah layanan *E-Channel* (*Electronic Channel*).

Kemajuan teknologi tersebut, maka perbankan di Indonesia berusaha meningkatkan pelayanannya untuk para nasabahnya, tanpa terkecuali yang dilakukan oleh BNI Syariah di Yogyakarta. BNI Syariah selalu berusaha memberikan pelayanan prima untuk para nasabahnya. Tahun 2017 PT BNI Syariah mendapat penghargaan Top Brand Award 2017 kategori bank syariah

atau *sharia bank*, artinya BNI Syariah telah berhasil untuk menarik nasabah untuk menggunakan merek yang diluncurkan oleh BNI Syariah.

Top brand tersebut merupakan penghargaan yang diberikan kepada merek-merek yang meraih posisi puncak dengan berbagai pendekatan, diantaranya *top of mind* (merek yang pertama kali disebut oleh responden ketika kategori produk disebutkan), *last used* (merk yang terakhir kali digunakan oleh responden), dan *future intention* (merk yang digunakan dimasa yang akan datang) (<https://www.bnisyariah.co.id> diakses pada tanggal 29 April 2018).

BNI Syariah juga memberikan layanan berbasis *Electronic Channel* yang telah mendorong layanan perbankan BNI Syariah menjadi relatif tidak terbatas, baik dari sisi waktu maupun jangkauan geografis. Hal ini tentunya akan meningkatkan volume dan nilai transaksi keuangan secara signifikan. Dibuktikan, pada tahun 2017 triwulan II laba bersih BNI Syariah mencapai 165 miliar atau naik sebesar 13.0% dibanding tahun sebelumnya, Juni 2016 sebesar 146 miliar (<https://www.bnisyariah.co.id> diakses pada tanggal 5 Mei 2018).

Dalam penelitian ini peneliti hanya berfokus mengenai *E-Channel* BNI Syariah, secara khususnya *internet banking* dan *mobile banking* saja, bagaimana preferensi nasabah terhadap *internet banking* dan *mobile banking* dilihat dari segi *easy of use*, *visibility* dan *security*.

Tabel 1.2
**Data Jumlah Pengguna E-Channel (*Internet Banking* dan
Mobile Banking) BNI Syariah**

Pengguna	Tahun 2016	Tahun 2017
<i>Internet Banking</i>	10 juta	14 juta
<i>Mobile Banking</i>	7.4 juta	9.9 juta

Sumber: <https://www.bnisyariah.co.id> diakses pada tanggal 5 Mei 2018

Data data diatas menjelaskan bahwa pengguna *internet banking* dan *mobile banking* mengalami kenaikan dari tahun 2016 ke 2017, yaitu pada tahun 2016 pengguna *internet banking* sebesar 10 juta pengguna menjadi 14 juta mengalami kenaikan sebesar 4 juta. Kemudian untuk pengguna *mobile banking* tahun 2017 sebesar 7.4 juta menjadi 9.9 juta mengalami kenaikan sebesar 2.5 juta. Jadi berdasarkan data tersebut dapat dikatakan bahwa dari dua tahun terakhir untuk pengguna *internet banking* dan *mobile banking* BNI Syariah mengalami kenaikan.

Berdasarkan data tersebut peneliti tertarik untuk meneliti mengenai preferensi nasabah dalam menggunakan *internet banking* dan *mobile banking* di lihat dari sisi *easy of use*, *visibility*, dan *security*. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), preferensi dapat berarti hal yang didahulukan atau diutamakan dari yang lain atau sebagai prioritas. Preferensi dapat dikatakan juga sebagai kecenderungan seseorang atau rasa suka atau tidak suka untuk menggunakan sesuatu. Apabila seseorang sudah mempunyai preferensi terhadap suatu barang, dan sudah menggunakannya maka nanti akan

menimbulkan atau menciptakan kemudahan dalam menggunakannya (*easy of use*), manfaatnya (*visibility*), dan keamanan (*security*) dari produk yang digunakan tersebut.

Banyak nasabah yang menggunakan layanan *E-Channel* (*internet banking* dan *mobile banking*) karena merasa bahwa layanan *E-Channel* (*internet banking* dan *mobile banking*) mudah untuk dioperasikan atau digunakan. Tetapi disamping itu masih banyak juga nasabah yang menganggap bahwa menggunakan layanan *E-Channel* (*internet banking* dan *mobile banking*) merupakan sesuatu yang rumit. Kerumitan dalam bertransaksi menggunakan layanan *E-Channel* (*internet banking* dan *mobile banking*) tersebut membuat nasabah berpikir mengenai risiko yang ditimbulkan pada saat melakukan transaksi. Sebuah sistem yang dianggap rumit, tidak akan sering digunakan oleh nasabahnya, padahal tolok ukur penerimaan sebuah sistem dilihat dari segi penggunaannya. Suatu sistem yang sering digunakan, menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih mudah untuk digunakan dan dioperasikan. Hal tersebut bisa diartikan bahwa kemudahan dalam menggunakan (*easy of use*) mempengaruhi penggunaan suatu sistem.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Laksana (2015) tentang “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada Nasabah BRI Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah)” yang menyatakan bahwa variabel persepsi

kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Alifia (2016) tentang “Pengaruh Manfaat, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Keputusan Menggunakan Internet Banking Nasabah Bank BCA Syariah” menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan *internet banking* di Bank BCA Surabaya.

Selain *easy of use* atau kemudahan dalam menggunakan suatu sistem terdapat *visibility* atau manfaat dari layanan *E-Channel* (*internet banking* dan *mobile banking*) yang dapat dirasakan oleh nasabah maupun pihak bank. Menurut Jogiyanto (2007: 114) manfaat penggunaan (*visibility*) merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja dari pekerjaannya.

Manfaat penggunaan (*visibility*) bagi nasabah dalam menggunakan layanan *E-Channel* (*internet banking* dan *mobile banking*) dapat memberikan suatu manfaat kemudahan untuk melakukan aktivitas perbankan tanpa harus datang ke bank. Beberapa aktivitas perbankan antara lain seperti melihat saldo, melakukan transfer, dan melakukan transaksi perbankan lainnya dimana saja dan kapan saja (<https://www.bnisyariah.co.id> diakses pada tanggal 5 Mei 2018). Manfaat (*visibility*) lainnya dalam menggunakan layanan *E-Channel* (*internet banking* dan *mobile banking*) adalah nasabah tidak perlu lagi datang ke bank untuk melakukan transaksi keuangan kecuali ada masalah dan harus datang ke bank.

Manfaat (*visibility*) dalam menggunakan layanan *E-Channel* (*internet banking* dan *mobile banking*) bagi pihak bank yaitu dapat memperluas jaringan usaha serta dapat menghilangkan batas fisik bank dan waktu operasional bank yang terbatas, kemudian pihak bank tidak perlu membuat kantor cabang sebab biaya tersebut tidaklah sedikit. Hal ini bisa diartikan bahwa preferensi nasabah dalam menggunakan layanan *E-Channel* (*internet banking* dan *mobile banking*) dipengaruhi oleh faktor manfaat (*visibility*).

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wati (2015) tentang “Pengaruh Manfaat, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* Pada Bank BRI di Surabaya” yang menyatakan bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh terhadap penggunaan *internet banking*. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Laksana (2015) tentang “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada Nasabah BRI Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah)” yang menyatakan bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*.

Tidak sedikit pula nasabah yang menggunakan layanan *E-Channel* (*internet banking* dan *mobile banking*) dilihat dari segi keamanan. Menurut (*security*), Widjana dan Basuki (2011:147) mengungkapkan bahwa keamanan adalah kemampuan untuk melindungi informasi *internet banking* dari ancaman dan penyalahgunaan rekening nasabah. Dikarenakan banyaknya kejahatan yang terjadi dalam layanan *E-Channel* (*internet banking* dan

mobile banking) yaitu potensi risiko kegagalan sistem atau *cybercrime* seperti terjadinya pencurian identitas, pengambilan data nasabah yang dilakukan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab, adanya kerusakan *file* pada data.

Kegagalan sistem dapat disebabkan oleh *server down* atau bencana alam. Nasabah harus mempertimbangkan faktor keamanan (*security*) dalam menjamin dana serta data nasabah itu sendiri. Oleh karena itu, Alifia (2016) berpendapat bahwa pihak bank harus dapat memberikan pelayanan sistem yang baik sehingga dapat memberikan rasa aman bagi pengguna layanan *E-Channel* (*internet banking* dan *mobile banking*). Hal ini bisa diartikan bahwa preferensi nasabah dalam menggunakan layanan *E-Channel* (*internet banking* dan *mobile banking*) dapat dipengaruhi oleh faktor keamanan (*security*).

Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hadi dan Novi (2014) tentang “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan *Mobile Banking*” menyatakan bahwa faktor keamanan berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan *mobile banking*. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Susanto dkk (2012) tentang “*User acceptance of Internet banking in Indonesia: initial trust formation*” mengungkapkan bahwa *perceived security* mempunyai pengaruh terbesar terhadap penggunaan *internet banking*.

Dari uraian diatas, maka judul penelitian yang diangkat oleh penulis yaitu **“PREFERENSI NASABAH PERBANKAN SYARIAH TERHADAP LAYANAN *E-CHANNEL* DI BNI SYARIAH”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan yang telah dikemukakan pada bagian latar belakang penelitian diatas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *easy of use* dapat mempengaruhi preferensi nasabah BNI Syariah dalam menggunakan fasilitas *E-Channel (internet banking dan mobile banking)* ?
2. Apakah *visibility* dapat mempengaruhi preferensi nasabah BNI Syariah dalam menggunakan fasilitas *E-Channel (internet banking dan mobile banking)* ?
3. Apakah *security* dapat mempengaruhi preferensi nasabah BNI Syariah dalam menggunakan fasilitas *E-Channel (internet banking dan mobile banking)* ?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Sebagai penjelasan rumusan masalah diatas, tujuan yang terkandung dalam penelitian ini yaitu:

1. Menjelaskan apakah *easy of use* dapat mempengaruhi preferensi nasabah BNI Syariah dalam menggunakan fasilitas *E-Channel (internet banking dan mobile banking)*
2. Menjelaskan apakah *visibility* dapat mempengaruhi preferensi nasabah BNI Syariah dalam menggunakan fasilitas *E-Channel (internet banking dan mobile banking)*

3. Menjelaskan apakah *security* dapat mempengaruhi preferensi nasabah BNI Syariah dalam menggunakan fasilitas *E-Channel* (*internet banking* dan *mobile banking*)

Sedangkan untuk kegunaannya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak. Manfaat yang diharapkan adalah:

1. Manfaat Teoritis

Sebagai sarana pembelajaran tentang bagaimana preferensi nasabah Perbankan Syariah terhadap layanan *E-Channel* (*internet banking* dan *mobile banking*) khususnya nasabah BNI Syariah pengguna layanan *E-Channel* (*internet banking* dan *mobile banking*) di Yogyakarta dan diharapkan menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Keunggulan praktis dari penelitian ini adalah dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan BNI Syariah mengenai saran-saran dan temuan-temuan terutama yang berkaitan dengan *E-Channel* khususnya *internet banking* dan *mobile banking* yang berguna untuk pengembangan BNI Syariah di masa yang akan datang.

D. Sistematika Pembahasan

Secara garis besar, sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari 5 (lima) bab dengan beberapa sub bab, masing-masing uraian yang secara garis besar dapat dijelaskan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN. Bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan dan pembatasan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI. Bab ini berisi telaah pustaka, kerangka teoritis dan diakhiri dengan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN. Bab ini menjelaskan tentang sumber-sumber data dan analisisnya untuk menjawab permasalahan yang ada dengan metode yang sesuai.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN. Bab ini berisi tentang deskripsi hasil penelitian dan analisis pembahasan terhadap hasil yang didapat guna mendapatkan kesimpulan.

BAB V PENUTUP. Bab ini berisi kesimpulan hasil penelitian dan saran-saran yang sesuai dengan permasalahan yang diteliti serta implikasi dan keterbatasan penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *easy of use*, *visibility*, dan *security* berpengaruh terhadap preferensi nasabah dalam menggunakan layanan *E-Channel* (*internet banking* dan *mobile banking*). Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Berdasarkan hasil pengujian model (Uji t) dapat disimpulkan bahwa:

1. *Easy of use* berpengaruh positif signifikan terhadap preferensi nasabah. Sehingga semakin mudah aplikasi untuk digunakan maka semakin mempengaruhi preferensi nasabah dalam menggunakan layanan *E-Channel* (*internet banking* dan *mobile banking*).
2. *Visibility* berpengaruh terhadap preferensi nasabah. Sehingga semakin bermanfaatnya aplikasi semakin mempengaruhi preferensi nasabah untuk menggunakan layanan *E-Channel* (*internet banking* ataupun *mobile banking*).
3. *Security* tidak berpengaruh terhadap preferensi nasabah. Sehingga semakin tinggi keamanan suatu aplikasi tidak mempengaruhi preferensi nasabah dalam menggunakan layanan *E-Channel* (*internet banking* ataupun *mobile banking*).

B. Saran

1. Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian yang berkaitan dengan tema yang sama diharapkan dapat melakukan penyempurnaan dengan melakukan penelitian dengan lingkup yang lebih besar dan mampu digeneralisasi.
2. Untuk penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan untuk mempertimbangkan variabel-variabel lain di luar variabel yang diteliti sehingga hasilnya akan lebih maksimal.
3. Bagi pihak bank untuk terus menambah sistem keamanan dalam menggunakan internet banking ataupun mobile banking agar tidak terkena *hacker*.

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Buku

- Al Arif, Nur Rianto. 2010. *Teori Mikroekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Ariani, Wahyuni. 2012, *Manajemen Operasional Jasa*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Alter, Steven. 1992. *Information System: A Management Perspective*. Addison-Wersley Publishing Co.Inc.
- Chaundhry, Muhammad Syarif. 2012. *Sistem Ekonomi Islam Prinsip Dasar* Jakarta: Kencana Prenada Media Groub.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivarite dengan Program IBM SPSS 19*.Semarang: Undip.
- Jogiyanto, 2007. *Sistem Informasi Keprilakuan*. Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran Cet Ke-10*. Jakarta: Prehalindo.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Lucas, H. 2000. *Information Technology for Management (7th ed)*. Irwin/McGRaw-Hill.
- Kotler, Philip. 2002 *Manajemen Pemasaran. Ed. Millenium*. Jakarta: PT Prehallindo
- Mannan, M.A. 1997. *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Dana Bhakti Prima Yasa.
- Mangkunegara, A. A Anwar Prabu. 1998. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Eresco Anggota IKAPI
- Mappiare, Andi. *Psikologi Orang Dewasa Bagi Penyesuaian Dan Pendidikan*. 1994. Surabaya: Usana Offsetprinting.
- Muhammad. 2000. *Sistem Dan Prosedur Operasional Perbankan Syari'ah*. Yogyakarta: UII Press.
- Poerwadaminta,W.J.S. 2006. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi III.*, Jakarta: Balai Pustaka.

- Rahman, Afzalur .1995. *Doktrin Ekonomi Islam*. Dana Bhakti Wakaf: Yogyakarta.
- Rusman. 2012. *Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sekaran, Uma. 2011. *Research Methods for Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sholihin, Ahmad Ifham. 2010. *Buku Pintar Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama..
- Simamora, Bilson. 2003. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Perilaku Konsumen Panduan Riset Sederhana Untuk Menggali Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Sutabri, Tata. 2014. *Pengantar Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. 1994. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.
- Siregar, Syofian. 2012. “*Statistika Deskriptif untuk Penelitian: Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*”– Ed.1- Cet.3. Jakarta: Rajawali Pers.
- Tjiptono, F. 2006. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andy Offset.
- Yamin, Sofyan dan Kurniawan. 2014. *SPSS Complete Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS*. Jakarta Selatan : Salemba Infotek.
- <https://www.bnisyariah.co.id> diakses pada tanggal 5 Mei 2018
- <https://www.bnisyariah.co.id> diakses pada tanggal 29 April 2018
- <https://www.proweb.co.id/articles/ultima-erp/channel.html> diakses pada tanggal 12 Agustus 2018

Jurnal dan Artikel

- Afgani, Moh. Faqih dan Emma Yulianti. 2017. Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, serta Kesadaran Nasabah terhadap Adopsi E-banking di Bank BRI Surabaya. *Journal of Business and Banking*. Vol 6 (1), pp: 133- 128.
- Alifia, Fitri Rizki. 2016. Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Menggunakan Internet Banking Nasabah Bank BCA di Surabaya. *Artikel Ilmiah*.
- Amini, M.T., Ahmadinejad, Mustofa and Azizi, M.J. (2011). Adoption of Internet Banking Service: Perceptions, Attitude an Behavior. *International Journal of Service Marketing*, 24 (3), pp: 42-60.
- Davis, F. D. 1989. Perceived Usefulness, Persaived ease of use, and user acceptance of informantion technology. *MIS Quarterly*. Vol 13 (3), pp: 319-340.
- Mahardika, A dan Basuki, R. 2011. Factor Determining Acceptance Level of Internet Banking Implemantation. *Journal of Economics Businessand Accountancy*.
- Fusilier, Marcelline and Durlabhji, Subhash. 2005. An exploration of Student Internet Use in India (the technology acceptance model and the theory of planned behavior). *Journal of Marketing*. Vol. 22 (4), pp: 233-246.
- Hadi, Syamsul dan Novi. 2014. Faktor-Faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan mobile banking.
- Hyun Shik Yoon dan Luis Occena. 2014. Impacts of Customers Perceptions on Internet Banking Use With a Smart Phone. *Journal of Bussiness and Economic*. Vol 1 (42), pp: 1-9.
- Lakasna, Giga Bawa, dkk. 2015. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah BRI Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol 26
- Madnasir dan Khoirudin. 2012. Etika Bisnis Dalam Islam. Seksi Penerbitan Fakultas Syariah IAIN Raden Intan Lampung.
- Mahardika Aditya Widjana dan Basuki Rachmat. 2011. Factors Determining Acceptance Level Of Internet Banking Implementation. *Journal Of Economics Business and Accountancy*. Vol 14 (2) pp. 161-174.
- Mar'atus Syawalia. 2015. Preferensi Pedagang Pasar Tradisional Terhadap Sumber Modal. *Jurnal Ilmiah*.

- Pambudi, Bambang Setiyo dan Ahmad. 2014. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bnak Dalam Menggunakan Internet Bnaking (Studi Pada Program Layanan Internet Bnaking BRI). Vol 8 (1) pp. 1-11.
- Pinontoan, Wulan. Pengaruh E-Banking, Kualitas Pelayanan, Kualitas Komunikasi dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Mandiri Cabang Manado. 2013. Vol. 1 (4) pp. 192-201.
- Putri, May Fanny Eka dan Dodie Tricahyono. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking (Studi Kasus Pada BRI Unit Jati waringin Cabang Kramat Jati Jakarta Timur Tahun 2014).
- Rahadi, D. R. 2007. Peranan Teknologi Informasi dalam Peningkatan Pelayanan Sektor Publik. Yogyakarta: *JurnalAmikom*. ISSN : 1978 – 9777.
- Susanto, Aries, dkk. 2012. User Acceptance of internet banking in Indonesia: initial trust formation.
- Vekantesh, M.G. Moris G.B. Davis F.D. Davis. 2003. User Acceptance of Information Technology: Toward Unified View, *MIS Quarterly*. Vol.27, pp 425-478.
- Wardhana, Aditya. 2015. Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) terhadap Kepuasan Nasabah di Indonesia. Vol 10 (2) pp. 273-284.
- Wati, Fitri Indra. 2015. Pengaruh Manfaat, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Bank Bri Di Surabaya.
- Widjana, Mahardika Aditya dan Basuki Rachmat. 2011. “Factors Determining Acceptance Level Of Internet Banking Implementation”. *Journal Of Economics, Business And Accountancy Ventura*. Vol 4 (2), Pp : 161-174.
- Wibowo, A. 2006. Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). Program studi sistem informasi. Fakultas teknologi informasi. Universitas budi luhur.
- Zainal, Abidin. 2011. Analisis Pengaruh Ke-andalan dan Etos Kerja terhadap Pelayanan Publik Pegawai Kantor Pelayanan Pajak Pratama Medan Kota.