



**PENGARUH PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* DAN PERLINDUNGAN  
NASABAH TERHADAP KEPERCAYAAN NASABAH  
(Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KCP Bukittingi Pasar Aur)**

**SKRIPSI**

*Ditulis Sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Pada Program Studi Perbankan Syariah*

**Oleh**

**Nindy Agustin  
NIM.2130401093**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS  
BATUSANGKAR  
1447 H/2025**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nindy Agustin  
NIM : 2130401093  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Dan Perlindungan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia KCP Bukittinggi Pasar Aur) ”** adalah karya sendiri bukan plagiat, kecuali yang dicantumkan sumbernya.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa karya saya ini plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan Perundang-undangan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sumbernya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, Agustus 2025

Saya yang Menyatakan,



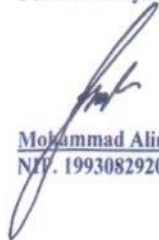
**Nindy Agustin**  
**NIM. 2130401093**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama **Nindy Agustin NIM 2130401093** dengan judul: **"Pengaruh Penggunaan Mobile Banking dan Perlindungan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia KCP Bukittinggi Pasar Aur)"**. Memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk dilanjutkan ke Sidang Munaqasyah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ketua Program Studi,  
Perbankan Syariah



Mohammad Aliman Shahmi, ME  
NIP. 199308292022031002

Batusangkar, Juli 2025

Pembimbing






Rahmat Firdaus, M.E.Sy  
NIP. 199103152023211025

### PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi atas nama **Nindy Agustin** NIM. 2130401093, dengan judul **“Pengaruh Penggunaan Mobile Banking dan Perlindungan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia KCP Bukittinggi Pasar Aur)”** telah diuji dalam ujian Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar pada hari Senin tanggal 11. Agustus 2025 dinyatakan telah lulus dan dapat diterima sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Program Studi Perbankan Syariah

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

No	Nama/NIP Penguji	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Rahmat Firdaus, M.E.Sy NIP. 199103152023211025	Ketua Sidang/ Pembimbing		22/8/2025
2.	Sri Madona Saleh, SE.,M.Si NIP. 198107252023212025	Penguji I/ Anggota		22/8/25
3.	Siska Febriyanti, S.Pd., M.Pd. E NIP. 198702222025212006	Penguji II/ Anggota		22/8/25

Batusangkar, Agustus 2025  
Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP**  
NIP. 197311072002121001

## ABSTRAK

**Nindy Agustin, NIM 2130401093, Judul Skripsi “Pengaruh Penggunaan *Mobile banking* Dan Perlindungan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia KCP Bukittingi Pasar Aur)”** Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar.

Pokok permasalahan dari penelitian ini adalah informasi digitalisasi dalam dunia perbankan yang sangat pesat sehingga akses dalam perbankan mudah dilakukan namun dengan hal tersebut memiliki kelemahan yaitu dengan system yang error. Penggunaan *mobile banking* bank syariah mengalami keburukan dalam memberikan pelayan kepada nasabah sehingga dapat mengganggu aktivitas nasabah. Dengan sistem yang eror di Bank Syariah Indonesia berkemungkinan adanya serangan cyber sehingga dapat terjadi kebocoran dalam perlindungan data nasabah. Tujuan penelitian untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh penggunaan *mobile banking* dan perlindungan nasabah terhadap kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bukittingi Pasar Aur.

Penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif *field research* (penelitian lapangan). Data dalam penelitian ini adalah data primer yaitu berupa angket atau kuesioner. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 14.137 nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bukittingi Pasar Aur dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bukittingi Pasar Aur. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian yaitu analisis regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil penelitian ini secara uji parsial (statistik-t) menunjukkan bahwa penggunaan *mobile banking* dan perlindungan nasabah berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bukittingi Pasar Aur. Secara uji simultan (statistik-f) menunjukkan bahwa *mobile banking* dan perlindungan nasabah berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia Kcp Bukittingi Pasar Aur

**Kata Kunci:** *Mobile banking, Perlindungan dan Kepercayaan Nasabah*

## **ABSTRACT**

**Nindy Agustin, NIM 2130401093, Judul Skripsi “The Influence of Mobile Banking Usage and Customer Protection on Customer Trust (Case Study on Indonesian Sharia Bank KCP Bukittinggi Pasar Aur)” Islamic Banking Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, Mahmud Yunus State Islamic University, Batusangkar.**

*The main problem of this research is the rapid digitalization of information in the banking world, which has made banking access easier. However, this has its drawbacks, namely system errors. The use of mobile banking by Islamic banks has experienced poor service delivery to customers, which can disrupt customer activities. System errors within Bank Syariah Indonesia (BSI) pose a potential risk of cyberattacks, potentially leading to data breaches. The purpose of this research is to determine and explain the effect of mobile banking usage and customer protection on customer trust at Bank Syariah Indonesia KCP Bukittinggi Pasar Aur.*

*This research is a quantitative field study. The data used are primary data collected through questionnaires. The population consists of 14,137 customers of Bank Syariah Indonesia KCP Bukittinggi Pasar Aur, with a sample of 100 respondents. The data were analyzed using multiple linear regression analysis.*

*The results of this study, using a partial test (t-statistic), indicate that mobile banking usage and customer protection influence customer trust at Bank Syariah Indonesia KCP Bukittinggi Pasar Aur. A simultaneous test (f-statistic) shows that mobile banking and customer protection influence customer trust at Bank Syariah Indonesia KCP Bukittinggi Pasar Aur.*

*Keywords: Mobile banking, Customer Protection, and Trust*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi masalah.....	8
C. Batasan Masalah.....	9
D. Rumusan Masalah.....	9
E. Tujuan Penelitian.....	10
F. Manfaat dan Luaran Penelitian.....	10
G. Defenisi Operasional .....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>14</b>
A. Landasan Teori .....	14
1. Kepercayaan Nasabah.....	14
2. Penggunaan <i>Mobile banking</i> .....	22
3. Perlindungan Nasabah .....	29
B. Hubungan Antar Variabel.....	38
1. Hubungan Penggunaan <i>Mobile banking</i> Terhadap Kepercayaan Nasabah .....	38
2. Hubungan Perlindungan Nasabah Dengan Kepercayaan Nasabah..	39
C. Penelitian Relevan .....	40
D. Kerangka Berfikir .....	42
E. Hipotesis .....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>

A. Jenis Penelitian .....	44
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	44
C. Populasi dan Sampel.....	45
D. Pengembangan Instrumen.....	46
E. Teknik Pengumpulan Data .....	47
F. Teknik Analisis Data .....	48
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>54</b>
A. Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia .....	54
1. Gambaran Bank Syariah Indonesia.....	54
2. Logo Bank Syariah Indonesia.....	54
3. Sejarah Bank Syariah Indonesia .....	55
4. Konsep Operasional Bank Syariah Indonesia.....	55
B. Hasil Penelitian.....	57
1. Karakteristik Responden.....	57
2. Analisis Statistik Deskriptif .....	59
3. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen .....	60
4. Uji Asumsi Klasik.....	63
5. Analisis Regresi Linear Berganda .....	66
6. Uji Hipotesis .....	67
7. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	69
C. Pembahasan .....	69
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>78</b>
A. Kesimpulan.....	78
B. Implikasi .....	78
C. Saran .....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Waktu Penelitian .....	44
Tabel 3. 2 Kisi-Kisi Instrumen.....	47
Tabel 3. 3 Nilai Kategori Skala Likert .....	48
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur/Usia .....	58
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	58
Tabel 4. 4 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	59
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Instrumen <i>Mobile banking</i> .....	61
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Instrumen Perlindungan Nasabah .....	61
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Instrumen Kepercayaan Nasabah.....	62
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Instrument Penggunaan <i>Mobile banking</i> , Perlindungan Nasabah dan Kepercayaan Nasabah.....	63
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas .....	64
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	64
Tabel 4. 11 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	66
Tabel 4. 12 Hasil Uji Secara Parsial (Statistik-t) .....	67
Tabel 4. 13 Hasil Uji Secara Simultan (Statistik-f).....	68
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....	42
Gambar 4. 1 Logo Bank Syariah Indonesia .....	54
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heterokedasitas.....	65

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Teknologi informasi telah menjadi bagian yang sangat penting dalam dunia perbankan. Dengan memanfaatkan teknologi secara cerdas, bank dapat memberikan peluang untuk mendukung produk dan layanan yang ada. Perbankan juga memanfaatkan laju perkembangan teknologi informasi untuk menarik nasabah agar menginvestasikan dananya dengan segala kemudahan dan keamanan yang ditawarkan (Purnama, 2024). Dalam dunia perbankan pada umumnya mengadaptasikan layanan ini untuk memudahkan para nasabahnya dalam bertransaksi tanpa harus pergi ke kantor pelayanan bank, tetapi cukup di rumah atau dimana saja berada dapat melakukan transaksi. Secara khusus, layanan ini juga menjadi salah satu bentuk pelayanan yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia dalam rangka mewujudkan visi “Top 10 Global Islamic Bank” dengan visi tersebut dapat memberikan kepercayaan kepada nasabah dan bersaing dengan perbankan lainnya dalam dunia teknologi informasi. Dengan menggunakan teknologi informasi perbankan dapat meningkatkan kepercayaan nasabah.

Kepercayaan adalah kapasitas individu untuk bertindak sesuai dengan nilai dan kewajibannya. Definisi lain dari kepercayaan adalah keyakinan orang lain terhadap harapan mereka, yang memungkinkan individu yang dipercaya untuk tidak terlalu berbakti. Transaksi komersial yang melibatkan dua belah pihak atau lebih hanya bisa terjadi apabila masing-masing pihak siap untuk dipercaya, kepercayaan merupakan komponen penting dalam bisnis, Kepercayaan nasabah merupakan sikap manusia dikala dirinya merasa mengetahui/menyadari bahwa dirinya telah memperoleh kebenaran. Menurut Khotimah kepercayaan adalah anggapan atau sikap mental bahwa sesuatu itu benar. Jika kepercayaan nasabah terhadap bank syariah itu tinggi maka

semakin tinggi pula tingkat minat dan keputusan nasabah untuk menabung pada bank syariah (Cleanita & Nur, 2022).

Dalam hubungan nasabah dengan pihak bank, kepercayaan didefinisikan sebagai keyakinan satu pihak atas keandalan pihak lain dan kesediaan pihak terakhir untuk memenuhi kewajibannya sebagai imbalan atas kepercayaan tersebut. Kepercayaan sebagai harapan pihak-pihak didalam transaksi, serta resiko yang bersangkutan dengan anggapan dan kepribadian yang berkaitan dengan kesempatan tersebut. Kepercayaan nasabah menentukan kecenderungan pelanggan *mobile banking* untuk mempercayai keuntungan produk Bank. Dengan kata lain, kepercayaan ialah keyakinan satu pihak kepada pihak lain dengan hubungan bisnis berdasarkan keyakinan yakni pihak yang dapat dipercayainya bisa menjalankan segala kewajibannya. Proses diperlukan untuk menumbuhkan kepercayaan pihak bank. Dalam penelitian ini, kepercayaan pada kemampuan dan kredibilitas layanan perbankan online difokuskan pada beberapa faktor: sistem keamanan dan kerahasiaan bank, jaminan keamanan dan kerahasiaan, dan kompensasi kerugian karena keamanan dan kerahasiaan.

*Mobile banking* merupakan suatu produk layanan perbankan berbasis digital yang ditawarkan kepada nasabah untuk melakukan transaksi perbankan secara mudah. Kegunaan yang dapat diperoleh dari penggunaan *mobile banking* yaitu untuk melakukan transaksi perbankan kita tidak perlu datang langsung kebank, kecuali pada saat kita mendaftarkan nomor ponsel, setiap nasabah dapat langsung bertransaksi perbankan melalui ponsel setiap saat kapan saja dan dimana saja dan *M-banking* dapat dilengkapi dengan sistem proteksi yang maksimal secara otomatis sudah terprogram sejak pendaftaran. Selain menggunakan pin yang dapat dipilih sendiri dengan nomor ponsel yang didaftarkan, setiap transaksi yang dilakukan juga akan diacak untuk menjamin keamanan para nasabah (Korosando & Fince, 2020). Aktivitas internet banking terbagi menjadi tiga kategori: transaksional, komunikatif, dan informatif. Nasabah dapat mengakses layanan perbankan secara daring dalam bentuk internet

banking yang bersifat informasional tanpa benar-benar menyelesaikan transaksi apa pun. *Mobile banking*, biasanya disebut sebagai SMS banking atau *mobile banking*, yaitu sejenis terminal yang dipergunakan untuk berbagai keperluan, termasuk membayar, melihat saldo, dan melakukan transaksi mata uang, menggunakan *mobile banking* dan perangkat seluler lainnya (Pratiwi et al., 2024).

Menurut *Teori Technology Acceptance Model (TAM)* menyatakan bahwa penerimaan seseorang terhadap teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu *perceived usefulness* (persepsi terhadap kegunaan) dan *perceived ease of use* (persepsi terhadap kemudahan penggunaan). Ketika nasabah merasa bahwa *mobile banking* mudah digunakan dan memberikan manfaat nyata, seperti kemudahan dalam bertransaksi dan efisiensi waktu, maka kepercayaan terhadap layanan tersebut akan meningkat (Jogiyanto, 2007). Kepercayaan ini juga diperkuat oleh persepsi keamanan, keandalan sistem, dan konsistensi layanan yang diterima nasabah dalam penggunaan *mobile banking* (Kusnadi, 2018). Dengan demikian, semakin tinggi tingkat penerimaan teknologi *mobile banking*, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan nasabah terhadap bank tersebut. Dalam perspektif Islam, amanah merupakan salah satu prinsip dasar dalam muamalah yang menekankan pentingnya kejujuran, tanggung jawab, dan kepercayaan dalam setiap aktivitas ekonomi dan transaksi keuangan. Ketika bank menyediakan layanan *mobile banking* yang aman, transparan, dan sesuai dengan prinsip syariah, maka nasabah akan merasa lebih percaya karena adanya keyakinan bahwa transaksi dilakukan dengan penuh tanggung jawab dan integritas (Antonio, 2021).

Perlindungan nasabah dalam bank syariah tidak hanya berkaitan dengan perlindungan hukum terhadap nasabah, tetapi juga melibatkan prinsip keadilan (adl), amanah, dan transparansi dalam transaksi keuangan. Hukum Islam mengatur bahwa transaksi antara bank dan nasabah harus bebas dari riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan maysir (perjudian). Dengan demikian, bank syariah bertanggung jawab untuk memastikan semua

transaksi yang dilakukan sesuai dengan prinsip syariah, guna menjaga hak-hak nasabah dan membangun kepercayaan (Hidayat, 2018). Perlindungan hukum bagi nasabah merupakan bagian dari upaya bank untuk memastikan hak-hak nasabah terlindungi. Perlindungan ini tidak hanya mencakup aspek hukum, tetapi juga aspek finansial, seperti menjamin bahwa dana nasabah dikelola dengan aman dan sesuai dengan prinsip syariah. Ketika nasabah merasa bahwa hak mereka dijaga oleh bank, mereka akan lebih mempercayai bank tersebut. Bank syariah yang memberikan perlindungan nasabah melalui transparansi informasi akan membangun kepercayaan nasabah. Nasabah akan merasa aman jika mereka tahu dengan jelas produk dan layanan apa yang mereka pilih serta risiko yang terkait (Muhammad, 2020).

Berdasarkan *trust theory* menyatakan bahwa kepercayaan timbul ketika pihak yang dipercaya menunjukkan kemampuan, integritas, dan niat baik dalam menjaga kepentingan pengguna. Dalam konteks *mobile banking*, perlindungan data mencerminkan bentuk tanggung jawab bank dalam menjaga informasi sensitif nasabah agar tidak disalahgunakan. Ketika nasabah merasa data pribadinya aman dan tidak bocor, maka kepercayaan terhadap layanan *mobile banking* pun meningkat (Rahardjo, 2019). Selain itu, sistem keamanan seperti enkripsi, autentikasi ganda, dan kepatuhan terhadap regulasi perlindungan data menjadi faktor yang memperkuat keyakinan nasabah terhadap keandalan bank (Sutedi, 2014). Oleh karena itu, semakin baik perlindungan data yang diberikan, maka semakin besar pula kepercayaan nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* dan menurut teori kepercayaan dalam perspektif Islam yang dikembangkan M. Syafi'i Antonio, yang menekankan bahwa kepercayaan (*tsiqah*) antara nasabah dan lembaga keuangan merupakan kunci utama dalam transaksi berbasis syariah. Kepercayaan terbentuk ketika bank sebagai penyedia layanan *mobile banking* menjalankan prinsip amanah, yaitu menjaga kerahasiaan data dan transaksi nasabah, serta menjauhkan diri dari praktik gharar (ketidakjelasan) dan tadhlis (penipuan) (Antonio, 2021).

Berdasarkan fenomena pada tanggal 10 Februari 2025 pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI) mengalami gangguan, baik pelayanan *mobile banking* maupun ATM tidak bisa diakses menyebabkan kepercayaan nasabah terhadap pelayanan BSI hilang, pada hari Kamis 6 Februari 2025 sore seluruh ATM Bank Syariah Indonesia tidak berfungsi sebagaimana mestinya begitu juga dengan *mobile banking* yang tidak bisa di akses. BSI dengan *system* yang kacau menyusahakan nasabah di saat era digital ini. Para nasabah mengeluarkan kekesalannya karna adanya keperluan yang mendesak, namun nasabah tidak bisa menarik uang maupun bertransaksi melalui *mobile banking* (RRI Meulaboh). Berdasarkan ungkapan dari Kepala Eksekutif Pengawasan Perbankan OJK Diana Ediana Rae mengatakan kasus yang menimpa BSI, audit forensic masih dilakukan dengan melakukan pemeriksaan keamanan IT juga terus dilakukan oleh bank. Dengan *system* layanan BSI eror berhari-hari dan diindikasi terkena serangan cyber hingga diduga mengalami kebocoran data ([www.finansial.bisnis.com](http://www.finansial.bisnis.com))

Berdasarkan hasil wawancara dengan Reka Isabela sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia KCP BSI Pasar Aur Bukittinggi menyatakan :

*“Reka menggunakan mobile banking BSI untuk keperluan sehari-hari dikarnakan prosesnya sangat mudah dan cepat serta berdasarkan prinsip syariah. Namun beberapa belakangan hari sebelumnya BSI mengalami pelayanan digital seperti mobile banking yang sangat buruk dikarnakan seluruh ATM BSI tidak berfungsi sehingga menghambat seluruh aktivitas nasabah sehingga nasabah menimbulkan kekesalan”* (Wawancara, Reka Isabela 13 Februari 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Sardi sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia KCP BSI Bukittinggi Pasar Aur menyatakan:

*“Pelayanan mobile banking belakangan hari sangat buruk sehingga seluruh digitalisasi BSI tidak bisa diakses sehingga menghambat aktivitas nasabah yang menggunakan BSI terutama pada KCP BSI Aur Bukittinggi. Dengan pelayanan mobile banking yang buruk sehingga para nasabah tidak percaya terhadap pelayanan yang diberikan kepada nasabah dikarnakan BSI pernah mengalami seluruh data di hack sehingga yang ditakutkan perlindungan data nasabah bocor”*(Wawancara, Sardi 13 Februari 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Mega Purnama sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia KCP BSI Bukittinggi Pasar Aur menyatakan:

*“Alasan utama Mega menggunakan mobile banking BSI adalah dengan kemudahan akses, karna bisa melakukan transaksi tanpa harus pergi ke kantor bank dan tersedai banyak fitur yang dapat digunakan di mobile banking BSI, aktivitas yang paling sering dilakukan seperti penarikan dan transfer uang, namun beberapa waktu belakang pelayanan mobile banking BSI terutam KCP BSI Pasar Aur Bukittinggi sangat buruk karna seluruh akses digital BSI tidak bisa digunakan sehingga menghambat seluruh aktivitas nasabah dengan hal tersebut nasabah tidak percaya lagi dengan BSI dengan pelayanan yang buruk dengan hal tersebut yang ditakutkan perlindungan data nasabah tidak terlindungi dengan system yang eror pada BSI”*(Wawancara, Mega Purnama 13 Februari 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Helda sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia KCP BSI Pasar Aur Bukittinggi menyatakan :

*“Penggunaan mobile banking BSI mengalami gangguan sehingga menghambat aktivitas bagi yang menggunakan Bank BSI, hal tersebut berdampak kepada mahasiswa yang ingin melakukan pembayaran uang UKT kuliah melalui BSI Mobile maupun langsung ke kantor bank tersebut tidak bisa juga dilakukan karna gangguan eror yang terjadi pada BSI, serta dengan gangguan yang sering terjadi pada Bank Syariah Indonesia sehingga dapat bocor perlindungan data nasabah”*(Wawancara, Helda, 13 Februari 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Rinto sebagai pedagang di Pasar Aur Bukittinggi sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia KCP BSI Pasar Aur Bukittinggi menyatakan:

*“Penjualan pada saat ini pada Pasar Aur Bukittinggi dalam keadaan sepi dikarenakan maraknya e-commerce seperti tiktok shop sehingga menyebabkan penurunan drastis dalam penjualan. Dengan era digital pada saat ini, perlu adanya penggunaan mobile banking dalam bertransaksi, namun dalam beberapa waktu terakhir mobile banking pada BSI mengalami error sehingga menghambat pebayaran digital dengan hal tersebut dapat menurunkan kepercayaan kepada BSI dikarenakan bukan hanya sekali namun sudah beberapa kali mengalami error pada bank tersebut”*(Wawancara, Rinto, 26 April 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Randa sebagai pedagang di Pasar Aur Bukittinggi sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia KCP BSI Pasar Aur Bukittinggi menyatakan:

*“Penjualan saat ini mengalami penurunan dalam beberapa tahun terakhir dengan adanya persaingan pasar digital hal tersebut berdampak kepada pendapatan dari penjualan. Namun pada saat ini pedagang sudah menggunakan digital dalam bertransaksi namun ada beberapa bulan terakhir digital online pada Bank Syariah Indonesia mengalami error sehingga pembayaran dialihkan kepada yang lain, dengan dalam keadaan tersebut sehingga membuat para pedagang geram dikarenakan pada saat waktu yang dibutuhkan aplikasi mobile banking error”*(Wawancara, Randa, 26 April 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Citra, seorang mahasiswi di UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia KCP BSI Pasar Aur Bukittinggi menyatakan :

*“Sebagai mahasiswa, saya sangat terbantu dengan adanya fitur QRIS di aplikasi mobile banking BSI untuk jajan dan beli buku. Sayangnya, belakangan ini aplikasinya sering nge-lag atau bahkan tidak bisa diakses sama sekali. Kejadian ini beberapa kali terjadi, terutama saat jam sibuk. Akibatnya, saya harus mencari cara lain untuk membayar, yang tentu saja merepotkan dan membuat saya berpikir untuk pindah ke bank lain yang lebih stabil”*(Wawancara, Citra, 26 April 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Roza Anita, seorang mahasiswi di UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia KCP BSI Pasar Aur Bukittinggi menyatakan:

*“saya termasuk nasabah yang sudah lama menggunakan BSI, jadi sudah terbiasa dengan fitur-fiturnya. Tapi belakangan ini, saya sering mengalami kendala saat masuk ke aplikasi. Notifikasi sering telat masuk atau bahkan tidak ada sama sekali. Ini membuat saya ragu dan khawatir terhadap keamanan dana di rekening saya, apalagi setelah dengar banyak cerita teman yang juga mengalami hal serupa. Pelayanan yang kurang responsif dari pihak bank juga menambah kekhawatiran saya”*(Wawancara, Roza Anita, 26 April 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Dela Syafitri seorang mahasiswa di UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia KCP BSI Pasar Aur Bukittinggi menyatakan :

*“Aplikasi mobile banking BSI sangat membantu dalam transaksi sehari-hari, terutama untuk pembayaran uang kuliah dan transfer ke orang tua. Namun, saya sering merasa khawatir karena aplikasinya beberapa kali mengalami gangguan. Kadang saat butuh cepat untuk bayar, aplikasinya malah tidak bisa dibuka. Hal ini bikin saya panik karena takut pembayaran telat dan data pribadi saya tidak aman”*(Wawancara, Dela Syafitri, 26 April 2025)

Penelitian ini pernah dilakukan Pratiwi et al (2024) menyatakan bahwa penggunaan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah dan penelitian ini pernah dilakukan Nasution & Suprayitno (2022) dengan hasil penelitian menunjukkan perlindungan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah. Berdasarkan fakta dan uraian permasalahan yang telah disampaikan di atas maka, peneliti tertarik untuk meneliti permasalahan diatas dengan judul” **Pengaruh Penggunaan *Mobile banking* dan Perlindungan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah (Studi Kasus Pada KCP Bank Syariah Indonesia Bukittinggi Pasar Aur)**”.

## **B. Identifikasi masalah**

Pada penelitian ini terdapat beberapa identifikasi masalah berdasarkan dari latar belakang masalah sebagai berikut:

1. Dengan perkembangan teknologi dalam informasi digitalisasi dalam dunia perbankan yang sangat pesat sehingga akses dalam perbankan mudah dilakukan namun dengan hal tersebut memiliki kelemahan yaitu dengan sistem yang *error*.
2. Penggunaan *mobile banking* bank syariah mengalami keburukan dalam memberikan pelayan kepada nasabah sehingga dapat mengganggu aktivitas nasabah.

3. Dengan sistim yang *error* dalam Bank Syariah Indonesia berkemungkinan adanya serangan *cyber* sehingga dapat terjadi kebocoran dalam perlindungan data nasabah.
4. Pada saat *mobile-banking* tidak dapat diakses maka hal tersebut berdampak kepada nasabah yaitu menurunnya kepercayaan nasabah dalam menggunakan *mobile-banking*.
5. Dengan pelayanan yang sering terjadi pada Bank Syariah Indonesia memiliki dampak terhadap mahasiswa yang menggunakan BSI untuk melakukan pembayaran UKT kuliah.

### **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka batasan masalah yang dibatasi dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengaruh penggunaan *mobile-banking* terhadap kepercayaan nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia KCP Bukittinggi Pasar Aur).
2. Pengaruh penggunaan perlindungan nasabah terhadap kepercayaan nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia KCP Bukittinggi Pasar Aur).
3. Pengaruh penggunaan *mobile banking* dan perlindungan nasabah secara simultan terhadap kepercayaan nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia KCP Bukittinggi Pasar Aur)

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah diatas, maka rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh penggunaan *mobile banking* terhadap kepercayaan nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia KCP Bukittinggi Pasar Aur) ?
2. Apakah terdapat pengaruh perlindungan nasabah terhadap kepercayaan nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia KCP Bukittinggi Pasar Aur) ?

3. Apakah terdapat pengaruh penggunaan *mobile banking* dan perlindungan nasabah secara simultan terhadap kepercayaan nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia KCP Bukittinggi Pasar Aur) ?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi atau menggambarkan suatu konsep untuk menjelaskan suatu situasi atau solusi untuk suatu situasi yang mengidikasikan jenis studi yang akan dilakukan:

1. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan *mobile banking* terhadap kepercayaan nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia KCP Bukittinggi Pasar Aur).
2. Untuk mengetahui pengaruh perlindungan nasabah terhadap kepercayaan nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia KCP Bukittinggi Pasar Aur).
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh penggunaan *mobile banking* dan perlindungan nasabah secara simultan terhadap kepercayaan nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia KCP Bukittinggi Pasar Aur).

#### **F. Manfaat dan Luaran Penelitian**

##### **1. Manfaat Penelitian**

###### **a. Secara Teoritis**

Penelitian ini sebagai bahan bacaan dan rujukan ilmiah agar bisa menggali ilmu pengetahuan serta operasional pada penggunaan *mobile banking* dan perlindungan nasabah terhadap kepercayaan nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia KCP Bukittinggi Pasar Aur) secara teoritis bahwa dengan adanya pelayanann yang baik dalam penggunaan *mobile banking* dari Bank Syariah indonesia yang baik dan perlindungan nasabah yang aman dan privasi dengan hal tersebut dapat meningkatkan kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia terutama pada KCP Bukittinggi Pasar Aur. Secara keseluruhan, manfaat penelitian secara teoritis adalah menghasilkan pengetahuan baru, mengembangkan teori, mengisi celah pengetahuan,

memperbarui pemahaman, dan memberikan kontribusi pada pemikiran kritis dalam suatu bidang ilmiah.

b. Secara Praktis

Manfaat secara praktis dalam penelitian ini bahwa dalam penggunaan *mobile banking* dan perlindungan nasabah terhadap kepercayaan nasabah ( Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia KCP Bukittinggi Pasar Aur). Penelitian tersebut dapat digunakan sebagai bahan rujukan untuk menyusun strategi serta harus dilakukan berdasarkan teori yang telah dijelaskan. Manfaat penelitian secara praktis merujuk pada kontribusi penelitian dalam memberikan dampak nyata dan solusi yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari atau dunia nyata. Secara keseluruhan, manfaat penelitian secara praktis adalah memberikan solusi masalah, mendukung pengembangan kebijakan, meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan, menghasilkan inovasi teknologi, meningkatkan efisiensi dan produktivitas, mendorong inovasi produk dan layanan, serta meningkatkan pendidikan dan pelatihan. Penelitian yang relevan dan terapan dapat memiliki dampak nyata dalam meningkatkan kehidupan kita dan memajukan masyarakat.

## 2. Luaran Penelitian

Adapun luaran penelitian ini adalah diterbitkan pada jurnal ilmiah.

## G. Defenisi Operasional

Defenisi operasional ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran awal dan mendefenisikan secara operasional dan secara rinci terhadap penelitian tersebut:

**Kepercayaan Nasabah** merupakan sikap manusia dikala dirinya merasa mengetahui/menyadari bahwa dirinya telah memperoleh kebenaran. (Cleanita & Nur, 2022). Kepercayaan nasabah adalah keyakinan nasabah terhadap kemampuan, integritas, dan niat baik suatu lembaga keuangan (misalnya bank) dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan

nasabah. Ada beberapa indikator kepercayaan nasabah sebagai berikut: (Utami, 2020)

1. Sistem keamanan
2. Menepati janji
3. Tidak merasa di bohongi
4. Kepercayaan
5. Memberikan manfaat

**Penggunaan *mobile banking*** merupakan aplikasi yang diluncurkan perbankan mobile untuk memberikan inovasi pelayanan kepada pelanggannya dengan memungkinkan berbagai transaksi perbankan yang dapat dilakukan melalui ponsel. Dengan menggunakan *mobile banking*, pelanggan dalam hal ini tidak hanya dapat menyimpan dan mengirim uang; mereka juga dapat setor dan tarik tunai, membayar tagihan, transfer, membeli pulsa dan data, meningkatkan dompet digital, membeli token listrik, dan menggunakan fitur lain-lain (Kurnia et al., 2024). Ada beberapa indikator penggunaan *mobile banking* sebagai berikut: (Utami, 2020)

1. Kemudahan penggunaan transaksi online
2. Mudah dipahami
3. Efisiensi waktu
4. Penggunaan fleksibel

**Perlindungan nasabah** merupakan suatu upaya yang dilakukan oleh lembaga keuangan, otoritas pengawas, dan pemerintah untuk menjaga hak-hak nasabah, memberikan rasa aman dalam bertransaksi, serta memastikan bahwa nasabah mendapatkan informasi yang jelas, layanan yang adil, dan perlakuan yang transparan dari penyedia jasa keuangan. Dalam bank syariah tidak hanya berkaitan dengan perlindungan hukum terhadap nasabah, tetapi juga melibatkan prinsip keadilan (adl), amanah, dan transparansi dalam transaksi keuangan. Hukum Islam mengatur bahwa transaksi antara bank dan nasabah harus bebas dari riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan maysir (perjudian). Dengan demikian, bank syariah bertanggung jawab untuk memastikan semua transaksi yang dilakukan sesuai dengan prinsip syariah,

guna menjaga hak-hak nasabah dan membangun kepercayaan. Ada beberapa indikator perlindungan nasabah sebagai berikut: (Rahmah, Yuslia Naili, 2020)

1. Pengendalian dalam melindungi nasabah
2. Jaminan keamanan nasabah
3. Kerahasiaan data nasabah
4. Layanan website
5. Ketersediaan layanan

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Kepercayaan Nasabah**

###### **a. Pengertian dan Teori Kepercayaan Nasabah**

Kepercayaan didefinisikan sebagai kesediaan untuk bersandar pada mitra bisnis yang dipercayai. Menurut Kanuk dan Schiffman kepercayaan adalah kesediaan pihak perusahaan untuk mengendalkan mitra bisnis. Kepercayaan tergantung pada sejumlah faktor interpersonal dan antarorganisasi, seperti kompetensi perusahaan, integritas, kejujuran dan kebaikan. Kepercayaan secara umum dipandang sebagai unsur mendasar bagi keberhasilan suatu hubungan tampa kepercayaan suatu hubungan tidak akan bertahan dalam jangka waktu panjang (Nelda & Intan, 2024)

Menurut Deutsch kepercayaan adalah perilaku individu, yang mengharapkan seseorang agar memberi manfaat positif. Adanya kepercayaan karena individu yang dipercaya dapat memberi manfaat dan melakukan apa yang diinginkan oleh individu yang memberikan kepercayaan. Sehingga, kepercayaan menjadi dasar bagi kedua pihak untuk melakukan kerjasama. Menurut Taylor dan Hunter bahwa kepercayaan, tingkah laku, sifat kemudahan nasabah untuk berubah, nilai, jenis sikap dan kepuasan merupakan antecedent (hal yang mendahului) loyalitas pelanggan. Harapan nasabah tentang kepercayaan pada tempat pembelian juga dipengaruhi oleh harga dan kepuasan terhadap tempat pembelian tersebut. Kejujuran tentang harga, tempat pembelian dan waktu melakukan pembelian ini, selanjutnya akan berpengaruh pada persepsi nasabah tentang kejujuran harga dan waktu nasabah untuk melakukan pembelian kembali pada periode berikutnya (Khamdan, 2019)

Dasar utama bisnis perbankan adalah kepercayaan (trust), baik dalam hal penghimpunan dana maupun penyaluran dana. Menurut

Menurut Ganesan dan Hess kepercayaan merupakan keadaan pihak lain akan berperilaku seperti yang diharapkan. Kepercayaan nasabah dalam penelitian ini adalah kesediaan nasabah untuk bergantung pada pihak lain dalam bertransaksi berdasarkan harapan yang dihasilkan dari kemampuan, keandalan, dan kebajikan. Kepercayaan nasabah terhadap sebuah *mobile banking* dapat diukur dengan indikator merek yang jujur, merek terpercaya, dan merek aman. Kepercayaan nasabah juga dapat dilakukan dengan cara menawarkan produk dengan tingkat kualitas yang konstan, membantu memecahkan masalah berkaitan dengan produk, menawarkan produk baru sesuai kebutuhan pada kepercayaan nasabah, dan saran tentang cara memanfaatkan produk sebaik mungkin (Saifuddin, 2021), menjelaskan beberapa elemen penting dari kepercayaan adalah:

- 1) Kepercayaan merupakan perkembangan dari pengalaman dan tindakan di masa lalu watak yang diharapkan dari mitra seperti dapat dipercaya dan dapat diandalkan.
- 2) Kepercayaan melibatkan kesediaan untuk menempatkan diri dalam risiko.
- 3) Kepercayaan melibatkan perasaan aman dan yakin pada diri mitra.

Komponen-komponen Kepercayaan ini dapat diberi label sebagai dapat diprediksi, dapat diandalkan dan keyakinan. Dapat diprediksi direfleksikan oleh pelanggan yang mengatakan bahwa mereka berurusan dengan perusahaan tertentu karena “saya dapat mengharapkannya.” Dapat diandalkan merupakan hasil dari suatu hubungan yang berkembang sampai pada titik dimana penekanan beralih dari perilaku tertentu kepada kualitas individu, kepercayaan pada individunya, bukan pada tindakan tertentu. Keyakinan direfleksikan dari perasaan aman dalam diri pelanggan bahwa mitra mereka dalam hubungan tersebut akan “menjaga mereka.”

Perkembangan kepercayaan dan khususnya keyakinan, seharusnya menjadi komponen fundamental dari strategi pemasaran yang ditujukan untuk mengarah pada penciptaan hubungan nasabah sejati. Nasabah harus mampu merasakan bahwa dia dapat mengandalkan perusahaan, bahwa perusahaan dapat dipercaya. Akan tetapi, untuk membangun kepercayaan membutuhkan waktu lama dan hanya dapat berkembang setelah pertemuan yang berulang kali dengan nasabah. Lebih penting, kepercayaan berkembang setelah seorang individu mengambil risiko dalam berhubungan dengan mitranya. Hal ini menunjukkan bahwa membangun hubungan yang dapat dipercaya akan lebih mungkin terjadi dalam sektor industri tertentu – terutama yang melibatkan pengambilan risiko oleh pelanggan dalam jangka pendek atau membutuhkan obligasi jangka panjang.

Peppers and dikutip oleh Wijaya dan Thio (2007) menyatakan bahwa komponen-komponen kepercayaan adalah:

1) Kredibilitas

Kredibilitas berarti bahwa karyawan jujur dan kata-katanya dapat dipercaya. Kredibilitas harus dilakukan dengan kata-kata, “saya dapat mempercayai apa yang dikatakannya” bentuk lain yang berhubungan adalah believability dan truthfulness.

2) Reliabilitas

Reliabilitas berarti sesuatu yang bersifat reliable atau dapat diandalkan. Ini berarti berhubungan dengan kualitas individu/organisasi. Reliabilitas harus dilakukan dengan tindakan; “saya dapat mempercayai apa yang akan dilakukannya”. Bentuk lain yang berhubungan adalah predictability dan familiarity.

3) Intimacy

Kata yang berhubungan adalah integritas yang berarti karyawan. Memiliki kualitas sebagai karyawan yang memiliki prinsip moral yang kuat. Integritas menunjukkan adanya internal consistency, ada kesesuaian antara apa yang dikatakan dan

dilakukan, ada konsistensi antara pikiran dan tindakan. Selain itu integritas juga menunjukkan adanya ketulusan.

Kepercayaan nasabah dapat dipahami sebagai kesediaan satu pihak untuk menerima resiko dari tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan penting untuk pihak yang mempercayainya, terlepas dari kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan pihak dipercaya. Kepercayaan merupakan penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh ketidakpastian. Kepercayaan nasabah adalah pengetahuan nasabah mengenai objek, atributnya, dan manfaatnya. Berdasarkan konsep tersebut, maka pengetahuan nasabah sangat terkait dengan pembahasan sikap karena pengetahuan nasabah adalah kepercayaan nasabah. Kepercayaan nasabah atau pengetahuan nasabah menyangkut kepercayaan bahwa suatu produk memiliki berbagai atribut, dan manfaat dari berbagai atribut tersebut (Ujang Sumarwan, 2019)

Kepercayaan nasabah adalah sejumlah keyakinan spesifik terhadap kejujuran pihak yang dipercaya dan kemampuan menepati janji (integrity), perhatian dan motivasi yang dipercaya untuk bertindak sesuai dengan kepentingan yang mempercayai mereka (benevolence), kemampuan pihak yang dipercaya untuk melaksanakan kebutuhan yang mempercayai (competency) dan konsistensi perilaku pihak yang dipercaya (predictability) (Nurul, 2018)

Kepercayaan akan meningkat bila informasi yang diterima dinilai akurat, relevan, dan lengkap, Tingkat kepercayaan juga dipengaruhi oleh pengalaman di masa lalu, pengalaman positif yang konsisten di masa lalu dengan suatu pihak akan meningkatkan rasa saling percaya sehingga akan menumbuhkan harapan akan hubungan yang baik di masa yang akan datang, Menurut Soetomo ada lima tindakan yang menunjukkan suatu kepercayaan: menjaga hubungan,

menerima pengaruh, terbuka dalam komunikasi, mengurangi pengawasan, dan kesabaran akan faham (Soetomo, 2022). Dwyer dan Oh dalam Gassenheimer dan Chris Manolis menyatakan bahwa mempercayai adalah keinginan untuk mencapai tujuan yang berlangsung dalam jangka panjang. Kegagalan terbesar dalam membina hubungan antara penjual dan nasabah adalah kurangnya kepercayaan, kepercayaan sendiri di bagi pada dua bahasan seperti: *trust in partner's honesty* (Kepercayaan terhadap kejujuran mitra/perusahaan) dan *trust in partner's benevolence* (Kepercayaan terhadap niat baik perusahaan) (Gassenheimer & Manolis, 2019)

#### **b. Karakteristik Kepercayaan Nasabah**

Kepercayaan Nasabah dibangun atas sejumlah karakteristik. Berbagai karakteristik yang berkenaan dengan kepercayaan nasabah adalah: (Gassenheimer & Manolis, 2019)

- 1) Menjaga Hubungan Nasabah yang percaya akan senantiasa menjaga hubungan yang baik antara dirinya dengan perusahaan karena ia menyadari bahwa hubungan yang baik akan memberikan dampak yang menguntungkan bagi dirinya, baik saat ini maupun di masa yang akan datang.
- 2) Menerima Pengaruh Nasabah yang memiliki kepercayaan yang tinggi akan mudah untuk dipengaruhi sehingga biaya perusahaan / pemasar untuk program pemasaran menjadi semakin murah.
- 3) Terbuka dalam Komunikasi Nasabah yang memiliki kepercayaan tinggi terhadap perusahaan akan memberikan informasi yang konstruktif bagi perusahaan sehingga arus informasi menjadi tidak tersandat yang memudahkan perusahaan / pemasar untuk bertindak dengan cepat.
- 4) Mengurangi Pengawasan Nasabah yang percaya biasanya jarang mengkritik sehingga ia mengurangi fungsi pengawasannya terhadap perusahaan / pemasar.

- 5) Kesabaran Nasabah yang percaya akan memiliki kesabaran yang berlebih dibandingkan dengan nasabah biasa.
- 6) Memberikan Pembelaan Nasabah yang percaya akan memberikan pembelaan kepada perusahaan/pemasar ketika produk yang dikonsumsinya dikritik oleh kompetitor atau bahkan pengguna lainnya yang tidak suka.
- 7) Memberi Informasi yang Positif Nasabah yang percaya akan selalu memberikan informasi yang positif dan membangun bagi perusahaan.
- 8) Menerima Risiko Nasabah yang percaya akan menerima risiko apapun ketika ia memutuskan untuk menggunakan produk yang dihasilkan oleh perusahaan sehingga ia tidak akan mudah dan mengkritik ketika mengkonsumsi produk.
- 9) Kenyamanan Nasabah yang percaya akan melakukan pembelian secara berulang-ulang karena ia percaya bahwa perusahaan memberikannya kenyamanan untuk mengkonsumsi produk dalam jangka pendek maupun jangka panjang.
- 10) Kepuasan Nasabah yang percaya akan mudah untuk diberikan kepuasan daripada nasabah yang tidak percaya. Dengan demikian, maka kepuasan nasabah dapat diwujudkan oleh perusahaan dengan lebih mudah.

**c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Nasabah**

Menurut Mayer faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap yang lain ada tiga yaitu: Pertama, Kemampuan adalah ranah khusus, sehingga individu membutuhkan keyakinan akan seberapa baik seseorang memperlihatkan performanya. Faktor pengalaman dan pembuktian performanya akan mendasari munculnya kepercayaan orang lain terhadap individu. Kim menyatakan bahwa ability meliputi kompetensi, pengalaman, pengesahan institusional, dan kemampuan dalam ilmu pengetahuan. Kedua, Integritas. Integritas terlihat dari konsistensi antara ucapan dan perbuatan dengan nilai-nilai diri

seseorang. Kejujuran saja tidak cukup untuk menjelaskan tentang integritas, namun integritas memerlukan keteguhan hati dalam menerima tekanan. Kim mengemukakan bahwa integrity dapat dilihat dari sudut kewajaran (fairness), pemenuhan (fulfillment), kesetiaan (loyalty), keterus-terangan (honestly), keterkaitan (dependability), dan kehandalan (reliability). Ketiga, Kebaikan hati. Kebaikan hati berkaitan dengan intensi (niat). Ada ketertarikan dalam diri seseorang ketika berinteraksi dengan orang lain. Hal tersebut akan mengarahkannya untuk memikirkan orang tersebut dan memberikan intense untuk percaya atau tidak dengan orang tersebut. Menurut Kim, benevolence meliputi perhatian, empati, keyakinan, dan daya terima (Khamdan, 2019)

Faktor yang mempengaruhi kepercayaan nasabah dalam konteks perbankan, terutama terkait penggunaan *mobile banking* dan perlindungan nasabah, memang banyak dibahas dalam literatur terkait. Beberapa faktor yang sering disebutkan antara lain: (Sutrisno, 2022)

1) Kemudahan penggunaan *mobile banking*

Semakin mudah dan intuitif antarmuka aplikasi *mobile banking*, semakin besar kepercayaan nasabah untuk menggunakannya. Ini melibatkan desain aplikasi yang user-friendly, proses transaksi yang cepat, serta kemampuan aplikasi dalam memberikan layanan yang lengkap.

2) Keamanan dan perlindungan nasabah

Perlindungan data pribadi dan transaksi sangat penting dalam membangun kepercayaan. Faktor seperti penggunaan enkripsi data, otentikasi dua faktor (2FA), serta kebijakan perlindungan yang transparan dapat meningkatkan rasa aman nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

### 3) Reputasi bank

Bank yang sudah dikenal memiliki reputasi yang baik dalam memberikan layanan yang aman dan responsif terhadap keluhan nasabah akan lebih dipercaya.

### 4) Transparansi dan Komunikasi

Bank yang memberikan informasi yang jelas mengenai biaya, kebijakan, dan fitur layanan *mobile banking* akan memudahkan nasabah untuk merasa lebih aman.

## **d. Indikator Kepercayaan Nasabah**

Kepercayaan adalah kapasitas individu untuk bertindak sesuai dengan nilai dan kewajibannya. Definisi lain dari kepercayaan adalah keyakinan orang lain terhadap harapan mereka, yang memungkinkan individu yang dipercaya untuk tidak terlalu berbakti. Karena transaksi komersial yang melibatkan dua belah pihak atau lebih hanya bisa terjadi apabila masing-masing pihak siap untuk dipercaya, kepercayaan merupakan komponen penting dalam bisnis. Dalam hubungan pembeli-penjual, kepercayaan didefinisikan sebagai keyakinan satu pihak atas keandalan pihak lain dan kesediaan pihak terakhir untuk memenuhi kewajibannya sebagai imbalan atas kepercayaan tersebut. Kepercayaan juga didefinisikan sebagai harapan pihak-pihak didalam transaksi, serta resiko yang bersangkutan dengan anggapan dan kepribadian yang berkaitan dengan kesempatan tersebut. Variabel kepercayaan menentukan kecenderungan pelanggan *Mobile banking* untuk mempercayai keuntungan produk Bank. Dengan kata lain, kepercayaan ialah keyakinan satu pihak kepada pihak lain dengan hubungan bisnis berdasarkan keyakinan yakni pihak yang dapat dipercayainya bisa menjalankan segala kewajibannya. Proses diperlukan untuk menumbuhkan kepercayaan pihak bank. Dalam penelitian ini, kepercayaan pada kemampuan dan kredibilitas layanan perbankan online difokuskan pada beberapa faktor: sistem keamanan dan kerahasiaan bank, jaminan keamanan dan kerahasiaan, dan kompensasi

kerugian karena keamanan dan kerahasiaan (Pratiwi et al., 2024) Ada beberapa indikator kepercayaan nasabah sebagai berikut: (Utami, 2020)

- 1) Sistem keamanan
- 2) Menepati janji
- 3) Tidak merasa di bohongi
- 4) Kepercayaan
- 5) Memberikan manfaat

## **2. Penggunaan *Mobile banking***

### **a. Pengertian dan Teori Penggunaan *Mobile banking***

*Mobile banking* merupakan layanan perbankan yang dirancang untuk memberikan kemudahan kepada nasabah bank dalam melakukan berbagai transaksi perbankan melalui perangkat telepon seluler. Aplikasi *mobile banking* dapat diunduh dan diakses oleh nasabah yang telah terdaftar pada bank yang bersangkutan. salah satu fitur utama dalam *mobile banking* menu pembayaran dan menu transfer, yang tidak hanya memfasilitasi transaksi belanja online, tetapi juga memberikan solusi bagi nasabah yang mengadopsi system cashless (Handayani et all, 2024). Terdapat tiga bagian dalam *mobile banking* yakni (Wulandari & Moeliono, 2017):

- 1) Informasional, dalam sistem ini memuat semua informasi mengenai produk-produk dan layanan-layanan yang dimiliki oleh suatu bank.
- 2) Komunikatif, pada sistem ini dapat terjadi interaksi antara nasabah dengan sistem yang ada di bank.
- 3) Transaksional, pada sistem ini nasabah dimungkinkan untuk melakukan transaksi secara langsung seperti akses langsung ke account di bank.

*Mobile banking* adalah sebuah layanan yang menggunakan teknologi informasi yang dapat dengan mudah digunakan oleh penggunanya, maka sistem layanan tersebut memberi manfaat karena menghemat waktu dan tenaga. Berdasarkan hasil temuan (Siyal dkk, 2019) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan yang

dirasakan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap persepsi kegunaan yang dirasakan dan akan berpengaruh secara langsung. Hasil lainnya menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kegunaan dalam menggunakan layanan berbasis teknologi. *Mobile banking* memfasilitasi pengguna untuk melakukan transaksi keuangan yang meliputi informasi saldo, pembayaran tagihan, transfer pembayaran dan pemberitahuan teks. Saat ini, bisnis perbankan dianggap tidak lengkap tanpa *mobile banking* (Chaidir et al., 2021)

Perkembangan penggunaan *mobile banking* oleh perbankan sebagai tuntutan akan meningkatnya kebutuhan transaksi perorangan dan perusahaan, serta didukung oleh adanya kemajuan dalam teknologi telekomunikasi termasuk telepon seluler. Namun dalam implementasinya, penggunaan *mobile banking* saat ini masih terdapat persepsi negatif dari pelanggan, persepsi negatif tersebut berkontribusi terhadap berkurangnya pengguna *mobile banking* di antara para pelanggan perbankan. Adanya persepsi negatif atau ketidakpuasan pelanggan dalam menggunakan *mobile banking*, mengharuskan bank sebagai penyedia layanan mengeluarkan dana atau uang untuk melengkapi fasilitas dan pengembangan aplikasi *mobile banking*. Salah satu alasan kenapa bank-bank mengoptimalkan penggunaan aplikasi *mobile banking* karena penggunaan *mobile banking* oleh pelanggan dapat mengurangi adanya antrian di bank (Chaidir et al., 2021)

Penerimaan dan penggunaan sistem *mobile banking* oleh pelanggan bank ditentukan oleh beberapa faktor, dimana faktor-faktor tersebut memiliki kaitan satu dengan yang lainnya. Salah satu konstruksi model yang kiranya dapat membuktikan penerimaan dan penggunaan teknologi *mobile banking* adalah model teori terpadu penerimaan dan penggunaan teknologi (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology/ UTAUT) yang dikembangkan oleh Venkatesh Keterkaitan atau pengaruh dari keempat faktor dalam model UTAUT

yakni harapan kinerja, harapan berusaha dan pengaruh sosial, serta kondisi fasilitas menentukan niat berperilaku, yang selanjutnya menentukan perilaku menggunakan *mobile banking* sebagai berikut: (Venkatesh et al, 2020)

Faktor pertama yakni harapan kinerja terkait dengan keyakinan individu bahwa menggunakan *mobile banking* akan meningkatkan aktivitas perbankan mereka. Menyimpulkan bahwa pelanggan memiliki niat positif untuk menggunakan teknologi *mobile banking* jika mereka dapat mewujudkan banyak manfaat yang diperoleh dari teknologi *mobile banking*.

Faktor ke-dua yaitu harapan berusaha. Terminologi harapan berusaha bahwa betapa mudahnya bagi individu untuk mengoperasikan teknologi. Kemudahan dalam pengoperasian teknologi dapat meningkatkan keinginan untuk mengadopsinya. Faktor ke-tiga yaitu pengaruh social adalah keyakinan individu bagaimana tanggapan keluarga atau saudara mereka jika mereka mengadopsi penggunaan *mobile banking*. Pendapat keluarga memiliki dampak terhadap penerimaan *mobile banking* mengidentifikasi bahwa pengaruh sosial sebagai faktor penting yang mempengaruhi niat individu untuk menggunakan *mobile banking*. Faktor ke-empat terkait dengan kondisi fasilitas, semakin baik kondisi fasilitas yang tersedia bagi pengguna, semakin besar kemauan mereka untuk menerima teknologi *mobile banking*.

#### **b. Internet Banking**

*Internet Banking* telah hadir sebelum adanya *mobile banking*, dan merupakan salah satu layanan unggulan yang ditawarkan oleh perbankan untuk memudahkan nasabah bertransaksi. Internet Banking adalah kegiatan transaksi, pembayaran, dan transaksi lain melalui internet dengan website milik bank yang dilengkapi system keamanan. Internet Banking merupakan bagian dari program elektronik banking. Aplikasi teknologi informasi dalam internet banking akan

meningkatkan efisiensi, efektifitas, serta produktivitas bagi pengguna. Secara umum, dalam penyediaan layanan internet banking, bank memberikan informasi mengenai produk dan jasanya via portal di internet yang memberikan akses kepada nasabah untuk bertransaksi dan mengupdate data pribadinya secara mandiri.

Dari waktu ke waktu semakin banyak bank yang menyediakan layanan atau jasa internet banking yang diatur melalui Peraturan Bank Indonesia No.9/15/PBI/2007 Tahun 2007 tentang Penerapan Manajemen Resiko dalam Penggunaan Teknologi Informasi oleh Bank Umum, yaitu :

- 1) Penyelenggaraan internet banking merupakan aplikasi teknologi informasi yang terus berkembang dan dimanfaatkan untuk menjawab keinginan nasabah perbankan yang menginginkan servis cepat, aman, nyaman, murah dan tersedia setiap saat (24 jam/hari, 7 hari/minggu) dan dapat diakses dari mana saja baik itu dari HP, computer, laptop/notebook, PDA, dan sebagainya.
- 2) Aplikasi teknologi informasi dalam internet banking akan meningkatkan efisiensi, efektifitas, dan produktivitas sekaligus meningkatkan pendapatan melalui sistem penjualan yang jauh lebih efektif daripada bank konvensional.

Fitur layanan internet banking yang dapat dilakukan melalui layanan ini antara lain: (Budi, 2015)

- 1) Informasi cek saldo
- 2) Transfer dana antar Bank
- 3) Transfer dana antar Bank lain
- 4) Pembarayaran telepon pasca bayar
- 5) Pembayaran internet berlangganan
- 6) Pembayaran tagihan listrik
- 7) Pembayaran tagihan PAM & PDAM
- 8) Pembayaran asuransi
- 9) Pembayaran zakat

#### 10) Pembelian isi ulang pulsa.

Sehingga internet banking merupakan faktor yang tidak terpisahkan dari kepuasan nasabah, karena besar kecilnya internet banking akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini didukung dengan teori yang menyatakan bahwa internet banking memberikan beberapa keuntungan kepada nasabah, diantaranya:

- 1) Penggunaanya mudah
- 2) Responnya real time, transaksinya tercatat secara real time
- 3) Terjaminnya keamanan, menggunakan keamanan berlapis, menggunakan User ID, password, dan dynamic password
- 4) Memiliki fleksibilitas yang tinggi, karena level otoritas dapat diubah sesuai keperluan dan otorisasi dapat dilakukan secara remote.

Keuntungan pihak bank dengan adanya Internet Banking yaitu  
:(Ahmad Ifham, 2015)

##### 1) *Business Expansion*

Nasabah tidak lagi harus datang ke kantor cabang terdekat untuk melakukan transaksi, hal ini dipermudah dengan adanya peletakan mesin ATM di tempat-tempat umum yang bisa dijangkau oleh banyak orang, terlebih lagi nasabah dapat menggunakan handphone untuk melakukan aktivitas perbankannya, dan juga adanya internet banking semakin mempermudah nasabah untuk kapan saja dan dimana saja dalam melakukan kegiatan transaksi.

##### 2) *Customer Loyalty*

Nasabah akan merasa lebih nyaman melakukan aktivitas perbankannya tanpa harus membuka account di bank yang berbeda-beda di berbagai tempat, namun cukup menggunakan satu bank saja.

##### 3) *Revenue and Cost Improvement*

Bagi pihak perbankan bisa menghemat dalam memberikan layanan perbankan dikarenakan melalui internet banking ini jauh lebih murah daripada harus membuka kantor cabang di tempat-tempat baru maupun membuat mesin ATM.

#### 4) *Competitive Advantage*

Akan lebih unggul dibandingkan dengan bank yang tidak mempunyai fasilitas layanan internet banking, karena semakin hari para nasabah akan semakin memilih yang lebih efektif dan efisien dalam melakukan transaksi perbankannya.

#### 5) *New Business Model*

Dengan adanya fasilitas tersebut, maka pihak perbankan akan jauh lebih mudah meluncurkan layanan baru dengan melalui web secara cepat

### c. ***Automatic Teller Machine (ATM)***

*Automatic Teller Machine* atau mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM) merupakan Self Service Terminal yang dibuat khusus untuk melayani nasabah dalam melakukan transaksi perbankan yang dapat dilakukan setiap saat, merupakan salah satu layanan bank yang berbasis electronic channel dengan tujuan agar nasabah dapat bertransaksi layaknya di kantor cabang dengan menggunakan mesin. ATM merupakan salah satu teknologi sistem informasi yang digunakan oleh bank. Bank Indonesia sendiri lebih sering menggunakan istilah Teknologi Sistem Informasi (TSI). Kartu ATM adalah APMK yang dapat digunakan untuk melakukan penarikan tunai atau pemindahan dana dimana kewajiban pemegang kartu dipenuhi seketika dengan mengurangi secara langsung simpanan pemegang kartu pada bank atau lembaga selain bank yang berwenang untuk menghimpun dana (Tri & Conny, 2014)

Pengertian ATM menurut Lipis yaitu alat kasir otomatis tanpa orang, ditempatkan di dalam atau di luar pekarangan bank, yang bisa untuk mengeluarkan uang tunai dan menangani transaksi-transaksi perbankan yang rutin. Sedangkan menurut Ellen Florian, ATM merupakan alat telekomunikasi berbasis komputer yang menyediakan tempat bagi nasabah dalam melakukan transaksi keuangan tanpa memerlukan teller bank. Menurut Kasmir, ATM adalah mesin yang

memberikan kemudahan kepada nasabah dalam melakukan transaksi perbankan secara otomatis selama 24 jam dalam 7 hari termasuk hari libur. Kartu ATM yang dikeluarkan pihak bank menetapkan batas jumlah penarikan atau transaksi tunai maksimum per hari. Batas penarikan ATM ditetapkan untuk mengantisipasi kemungkinan adanya kerusakan pada perangkat ATM. Selain itu batas jumlah penarikan ditetapkan untukantisipasi kelebihan penyediaan uang tunai dalam ATM. Ada lima kepuasan yang bisa dirasakan nasabah apabila bertransaksi melalui ATM, yaitu kemudahan penggunaan jasa perbankan, keleluasaan waktu pelayanan, kecepatan juga ketepatan pelayanan, keamanan dalam pelayanan, dan keragaman jenis pelayanan. Manfaat yang dirasakan nasabah ketika menggunakan pelayanan ATM sebagai berikut: (Dadang, 2019)

- 1) Melakukan transaksi perbankan dalam bentuk tunai maupun non tunai tanpa harus mendatangi kantor cabang.
- 2) Transaksi tidak dibatasi waktu dan tempat karena layanan ATM online selama 24 jam.
- 3) Tidak perlu menyimpan uang kertas dalam jumlah banyak, karena dengan menggunakan ATM bisa melakukan tarik tunai sesuai dengan yang diperlukan.
- 4) Menghemat waktu, mudah, fleksibel.
- 5) Aman.

#### **d. Indikator-Indikator Penggunaan *Mobile banking***

Nasabah yang menginginkan pelayanan yang mungkin diakses dari mana saja dan bisa kapan saja, khususnya melalui telepon seluler, mungkin dapat memenuhi kebutuhan mereka melalui fasilitas *mobile banking*. Melihat saldo, ubah 10 transaksi terakhir, transfer uang ke bank lain, seperti Bank Syariah BNI atau BSM, bayar tagihan, kustomisasi menu, dan masih banyak lagi hanyalah beberapa dari sekian banyak fungsi yang ditawarkan *mobile banking* (Rahayu, 2016). Salah satu layanan yang ditawarkan bank kepada pelanggannya adalah

*mobile banking*, yang memudahkan pelanggan untuk bertransaksi tanpa harus pergi ke bank karena mobilitas pelanggan yang tinggi. Akibatnya, pelanggan hobi sering menggunakan *mobile banking* saat ini karena mereka memiliki kemampuan untuk melakukan transaksi kapan saja mereka inginkan

Aplikasi perbankan yang dapat diakses melalui perangkat seluler, seperti telepon pintar (Android, Blackberry, dan iPhone), dikenal sebagai *mobile banking*. Ini melayani tujuan yang sama dengan perbankan online, yaitu untuk memfasilitasi transaksi perbankan bagi klien. *Mobile banking* bertujuan pada layanan keuangan dan perbankan yang disediakan melalui perangkat seluler. Layanan ini menyediakan setiap kenyamanan yang dibutuhkan untuk menyelesaikan tugas perbankan, termasuk pembayaran tagihan dan transfer dana (Akob & Sukarno, 2022) ada beberapa indikator penggunaan *mobile banking* sebagai berikut: (Utami, 2020)

- 1) Kemudahan penggunaan transaksi online
- 2) Mudah dipahami
- 3) Efisiensi waktu
- 4) Penggunaan fleksibel

### **3. Perlindungan Nasabah**

#### **a. Pengertian Perlindungan Nasabah**

Perlindungan nasabah adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsu-men dari tindakan yang merugikan mereka dalam transaksi barang dan jasa. Secara umum, perlindungan nasabah bertujuan untuk menjaga hak-hak nasabah dan memastikan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab atas produk dan layanan yang mereka tawarkan. Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Nasabah, perlindungan nasabah didefinisikan sebagai segala upaya yang menjamin kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada nasabah. Definisi ini menekankan pentingnya hukum dalam

menciptakan kondisi yang adil bagi nasabah dan pelaku usaha, di mana nasabah dapat menikmati hak-haknya dan pelaku usaha menjalankan kewajibannya. Dalam konteks yang lebih luas, perlindungan nasabah juga mencakup pencegahan terhadap praktik bisnis yang tidak adil, termasuk penipuan, iklan yang menyesatkan, dan pengadaan produk yang tidak aman atau tidak sesuai dengan standar (Yusuf et all, 2024)

#### **b. Prinsip-Prinsip Perlindungan Nasabah**

Prinsip-prinsip perlindungan nasabah adalah landasan dasar yang mengatur bagaimana hak-hak nasabah harus dihormati dan dilindungi dalam berbagai transaksi barang dan jasa. Prinsip-prinsip ini juga menjadi pedoman bagi pelaku usaha, pemerintah, dan Lembaga perlindungan nasabah dalam melaksanakan tugas mereka. Prinsip-prinsip ini menjadi landasan utama dalam membangun sistem perlindungan nasabah yang kuat dan efektif, serta memastikan bahwa kepentingan nasabah diutamakan dalam setiap transaksi. Perlindungan nasabah didasarkan pada sejumlah prinsip dasar yang bertujuan untuk menjamin hak-hak nasabah dan menciptakan keseimbangan antara kepentingan nasabah dan pelaku usaha. Prinsip-prinsip tersebut meliputi: (Yusuf et all, 2024)

##### **1) Prinsip Keamanan dan Keselamatan Nasabah**

Nasabah berhak atas keamanan dan keselamatan dalam menggunakan barang dan jasa. Pelaku usaha berkewajiban untuk menyediakan produk yang sesuai dengan standar keselamatan, bebas dari risiko yang dapat membahayakan nasabah.

##### **2) Prinsip Keadilan dan Keseimbangan**

Perlindungan nasabah bertujuan untuk menciptakan keseimbangan antara hak dan kewajiban antara nasabah dan pelaku usaha. Keadilan harus menjadi landasan dalam setiap transaksi perdagangan, sehingga kedua belah pihak tidak ada yang dirugikan.

### 3) Prinsip Hak untuk Mendapatkan Informasi

Nasabah memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur tentang produk yang mereka beli, termasuk harga, manfaat, dan risiko yang terkait. Informasi yang diberikan harus membantu nasabah untuk membuat keputusan yang tepat.

### 4) Prinsip Kebebasan Memilih

Nasabah harus bebas memilih barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Pelaku usaha tidak boleh memaksa nasabah untuk membeli produk tertentu atau melakukan pembatasan akses nasabah terhadap produk atau jasa.

### 5) Prinsip Perlindungan Hukum yang Memadai

Nasabah memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan hukum yang memadai jika terjadi pelanggaran terhadap hak-haknya. Negara bertanggung jawab untuk menyediakan mekanisme hukum yang efektif bagi nasabah untuk memperjuangkan hak-hak mereka.

## **c. Sumber Hukum Perlindungan Nasabah**

Sumber hukum perlindungan nasabah adalah dasar-dasar hukum yang menjadi acuan dalam peraturan terkait perlindungan nasabah di suatu negara. Hukum perlindungan nasabah di Indonesia bersumber dari berbagai peraturan perundang-undangan, baik nasional maupun internasional. Sumber hukum perlindungan nasabah berasal dari undang-undang, peraturan pemerintah, hingga instrumen internasional. Beberapa sumber utama hukum perlindungan nasabah antara lain: (Yusuf et al, 2024)

#### 1) Undang-Undang Dasar 1945 (UUD 1945)

Konstitusi Indonesia, yaitu Undang-Undang Dasar 1945, secara implisit memberikan dasar bagi perlindungan hak-hak nasabah. Pasal 33 UUD 1945 menegaskan bahwa perekonomian disusun berdasarkan asas kekeluargaan, yang memberikan mandat bagi negara untuk mengatur dan melindungi kepentingan masyarakat, termasuk nasabah, dalam aktivitas ekonomi.

## 2) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan

Nasabah Undang-undang ini merupakan dasar utama bagi perlindungan nasabah di Indonesia. UU Perlindungan Nasabah mengatur hak dan kewajiban nasabah, tanggung jawab pelaku usaha, dan mekanisme penyelesaian sengketa nasabah.

## 3) Peraturan Pemerintah dan Peraturan Menteri

Selain undang-undang, berbagai peraturan pemerintah dan peraturan menteri juga mengatur aspek teknis dari perlindungan nasabah, seperti standar produk, label, dan tata cara pengajuan pengaduan nasabah.

## 4) Hukum Perdata dan Hukum Pidana

Hukum perdata memberikan perlindungan kepada nasabah dalam bentuk gugatan ganti rugi jika mereka mengalami kerugian akibat produk atau jasa yang tidak sesuai dengan perjanjian. Hukum pidana memberikan sanksi bagi pelaku usaha yang melakukan pelanggaran berat, seperti penipuan atau penyediaan produk yang membahayakan nasabah

Menurut UU No. 21 tahun 2008, asas dari kegiatan usaha perbankan syariah adalah prinsip syariah, demokrasi ekonomi dan prinsip kehati-hatian. Maksud dengan berasaskan prinsip syariah adalah kegiatan usaha yang tidak mengandung riba, maisir, gharar, objek haram dan menimbulkan kezaliman. Sedangkan yang dimaksud dengan berasaskan demokrasi ekonomi adalah kegiatan usaha yang mengandung nilai keadilan, kebersamaan, pemerataan, dan kemanfaatan. Berdasarkan definisi di atas kegiatan usaha perbankan harus berdasarkan prinsip kehati-hatian dan tidak mengandung unsur ketidak pastian, oleh karena itu diatur dalam perundang-undangan perbankan yang pengesahannya dari otoritas fatwa yaitu:

- 1) Aturan dan mekanisme pengesahan dari otoritas fatwa tentang kehalalan/kesesuaian produk dan jasa keuangan bank dengan prinsip syariah, otoritas fatwa tentang kehalalan/kesesuaian produk dan jasa

keuangan bank dengan prinsip syariah diatur dengan Peraturan Bank Indonesia No. 10/32/PBI/2008-Komite Perbankan Syariah, merupakan aturan dan mekanisme pengesahan otoritas fatwa tentang kehalalan jasa dan produk perbankan syariah. Secara normatif peraturan BI di atas mengandung norma hukum yang harus ditaati untuk mencapai ketertiban.

- 2) Sistem Pengawasan Yang Memantau Transaksi Keuangan Bank Sesuai Dengan Fatwa Yang Dikeluarkan Oleh Otoritas Fatwa Perbankan Serta Mekanisme Penetapan Opini Syariah Compliance. Karakteristik operasional perbankan syariah secara ideal memiliki ciri utama menerapkan sistem bagi hasil dalam menarik dana maupun dalam kegiatan financing. Kontrak mudharabah adalah instrumen keuangan dengan prinsip bagi hasil. Hak dari deposan (investor) tersebut tidak sama dengan hak deposan bank konvensional ataupun pemegang saham. Menurut UU No. 21 Tahun 2008, asas kegiatan usaha perbankan syariah adalah prinsip syariah, demokrasi ekonomi dan prinsip kehati-hatian. Kegiatan usaha perbankan juga berasaskan demokrasi ekonomi dalam kegiatan usahanya yang mengandung nilai keadilan, kebersamaan, pemerataan, dan kemanfaatan.
- 3) Mekanisme Pengaturan dan Pengawasan Menurut Undang-Undang No. 23 Tahun 1999 Bank Indonesia. Mekanisme perbankan dalam Undang-Undang No. 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia adalah sebagai berikut:
  - a) Tugas mengatur dan menjaga kelancaran sistem pembayaran kewenangan Bank Indonesia dalam mengatur dan menjaga kelancaran sistem pembayaran diatur dalam Pasal 15 sampai dengan Pasal 23 UU-BI. Dalam rangka menjaga kelancaran sistem pembayaran Bank Indonesia berwenang mengatur untuk melaksanakan dan memberikan persetujuan dan izin atas penyelenggaraan jasa sistem pembayaran, mewajibkan

penyelenggaraan jasa sistem pembayaran untuk menyampaikan laporan kegiatannya serta menetapkan penggunaan alat pembayaran.

- b) Tugas Mengatur Dan Mengawasi Bank. Pengaturan dan pengawasan Bank merupakan salah satu tugas Bank Indonesia sebagaimana ditentukan dalam Pasal 8 UU-BI. Dalam rangka melaksanakan tugas, Bank Indonesia menetapkan peraturan, memberikan dan mencabut izin atas kelembagaan dan kegiatan usaha tertentu bank, melaksanakan pengawasan bank, serta mengenakan sanksi terhadap bank (Pasal 24). Bank Indonesia berwenang menetapkan ketentuan-ketentuan perbankan yang memuat prinsip kehati-hatian (Pasal 25). Pengawasan yang dilakukan oleh Bank Indonesia meliputi pengawasan langsung dan tidak langsung (Pasal 27).

**d. Perlindungan Nasabah Bank Syariah Berkaitan dengan Pengawasan Bank Indonesia (BI)**

Berdasarkan pengawasan dari Bank Indonesia perlindungan terhadap nasabah Bank Syariah memiliki beberapa pengawasan yaitu:

- 1) Fungsi Kontrol (Pengawasan) Bank Indonesia terhadap Perbankan Syariah Berkaitan dengan Perlindungan Nasabah. Fungsi kontrol (pengawasan) Bank Indonesia terhadap Bank Syariah adalah perlindungan nasabah Bank Syariah, sebagai berikut :
  - a) Melakukan pengaturan perbankan.
  - b) Melakukan pengawasan berdasarkan program pengawasan yang dibuat oleh Arsitektur Perbankan Indonesia (API).

Perlindungan nasabah Bank Syariah berkaitan dengan pengawasan Bank Indonesia adalah Bank Indonesia mengawasi kegiatan operasional Bank Syariah dengan cara, melakukan pengaturan perbankan dan melakukan pengawasan berdasarkan program pengawasan yang dibuat oleh Arsitektur Perbankan Indonesia. Diprogramkan oleh Bank Indonesia sebagai Bank Sentral

yang dirancang secara umum untuk semua bank maupun hal-hal yang khusus mengenai Bank Syariah. Secara umum pengawasan terhadap perbankan syariah sama dengan pengawasan pada bank.

2) Pengawasan oleh Bank Indonesia (BI) terhadap Bank Syariah dalam melaksanakan prinsip syariah.

Perbankan Syariah pada prinsipnya mempunyai tujuan yang sama dengan tujuan penyusunan Arsitektur Perbankan Indonesia. Demi mewujudkan sistem perbankan yang sehat, kuat, dan efisien dalam mencapai kestabilan dan kesinambungan sistem keuangan dan mendorong pembangunan ekonomi nasional. BI menyusun API yang bertujuan sebagai berikut :

- a) Untuk menciptakan good corporate governance.
- b) Untuk membentuk sistem pengaturan dan p
- c) Pengawasan perbankan yang efektif dan efisien.
- d) Untuk mewujudkan infrastruktur yang lengkap efisien operasional sistem perbankan. Untuk mewujudkan pemberdayaan dan perlindungan nasabah pengguna jasa perbankan. Pengawasan Bank Indonesia terhadap Bank Syariah dalam melaksanakan prinsip syariah yang memiliki tujuan sama dengan tujuan Arsitektur Perbankan Indonesia yaitu, membentuk sistem pengaturan dan pengawasan perbankan yang efektif dan efisien serta mewujudkan pemberdayaan dan perlindungan nasabah pengguna jasa perbankan.

3) Tujuan Pengaturan dan Pengawasan Bank

Pengaturan dan pengawasan Bank ditujukan untuk memaksimalkan fungsi perbankan di Indonesia sebagai lembaga kepercayaan masyarakat dalam kaitannya sebagai lembaga penghimpun dan penyalur dana, pelaksana kebijakan moneter, lembaga yang ikut berperan dalam membantu pertumbuhan ekonomi. Supaya tercipta sistem perbankan yang sehat, baik sistem

perbankan secara menyeluruh maupun individual, agar mampu memelihara kepentingan masyarakat dengan baik.

4) Perlindungan Nasabah Bank Syariah dengan Program Pengaturan Perbankan Oleh Bank Indonesia

Bank Indonesia sebagai Bank Sentral merupakan subyek pengawas yang telah merancang program pengawasan melalui Arsitektur Perbankan Indonesia, yang bertugas menyusun program, target dan skedul pelaksanaan pengawasan perbankan pada periode tertentu. API juga membuat pengaturan yang berkaitan dengan program perlindungan nasabah Bank yang dilaksanakan sejak tahun 2004 hingga tahun 2010.

**e. Perlindungan Hukum Bagi Nasabah Melalui Undang-Undang Perlindungan Nasabah**

Dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia, istilah “nasabah” sebagai definisi yuridis formal ditemukan pada Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Nasabah (UUPK). UUPK menyatakan, nasabah adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Sebelum muncul UUPK-yang diberlakukan Pemerintah mulai 20 April 2000. Lahirnya UUPK diharapkan menjadi payung hukum di bidang nasabah. Dalam perlindungan terhadap nasabah debitur perlu kiranya peraturan tentang perkreditan direalisasikan sehingga dapat dijadikan panduan dalam pemberian kredit (Shidarta, 2006). UUPK menyatakan, nasabah adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk lain dan tidak untuk diperdagangkan. UUPK diharapkan menjadi payung hukum dibidang nasabah. Dalam perlindungan terhadap nasabah debitur tentang perkreditan sehingga dapat dijadikan panduan pemberian kredit.

#### **f. Jaminan Simpanan Nasabah Berdasarkan Prinsip Syariah oleh LPS**

Sesuai dengan Pasal 4 UU No. 24 Tahun 2004. LPS menjalankan fungsi untuk menjamin simpanan nasabah bank dan turut aktif dalam stabilitas sistem perbankan. Berdasarkan Pasal 96, pelaksanaan fungsi LPS juga dilaksanakan bagi bank berdasarkan prinsip syariah, yang ketentuannya diatur lebih lanjut dalam peraturan pemerintah, yakni PP No. 39 Tahun 2005. LPS harus menjamin simpanan nasabah bank berdasarkan prinsip syariah, baik bank umum dan bank pengkreditan rakyat yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah maupun unit usaha syariah dari bank konvensional. Simpanan nasabah bank berdasarkan prinsip syariah yang dijamin oleh LPS berbentuk seperti berikut:

- 1) Giro berdasarkan prinsip wadiah.
- 2) Tabungan berdasarkan prinsip wadiah.
- 3) Tabungan berdasarkan prinsip mudharabah mutlaqah atau prinsip mudharabah muqayyadah yang risikonya ditanggung oleh bank.
- 4) Deposito berdasarkan prinsip mudharabah mutlaqah atau prinsip mudharabah muqayyadah yang risikonya ditanggung oleh bank
- 5) Simpanan berdasarkan prinsip syariah lainnya yang ditetapkan oleh LPS setelah mendapat pertimbangan Lembaga Pengawas Perbankan (Sutedi, 2009). Dalam Pasal 4 UU No. 24 tahun 2004. LPS menjalankan fungsi untuk menjamin simpanan nasabah bank dan turut aktif dalam stabilitas sistem perbankan. LPS harus menjamin simpanan nasabah bank berdasarkan prinsip syariah. Simpanan nasabah bank berdasarkan prinsip syariah yang dijamin LPS adalah, Giro wadiah, Tabungan Wadiah, Tabungan Mudharabah Mutlaqah dan Mudharabah Muqayyadah, Deposito Mudharabah Mutlaqah dan Mudharabah Muqayyadah.

### **g. Indikator Perlindungan nasabah**

Semakin berkembangnya electronic banking, bank juga harus memperhatikan aspek perlindungan nasabah. Perlindungan pada nasabah tersebut dapat dilihat dari keamanan yang menjamin privasi nasabah, yang tidak hanya menginformasikan layanan bank seperti e-banking namun juga dapat menjaga keamanan layanan tersebut agar tidak disalahgunakan dan dapat mempertahankan kepercayaan nasabah (Heryani et al, 2020) ada beberapa indikator perlindungan nasabah sebagai berikut: (Rahmah, Yuslia Naili, 2020)

- 1) Pengendalian dalam melindungi nasabah
- 2) Jaminan keamanan nasabah
- 3) Kerahasiaan data nasabah
- 4) Layanan website
- 5) Ketersediaan layanan

## **B. Hubungan Antar Variabel**

### **1. Hubungan Penggunaan *Mobile banking* Terhadap Kepercayaan Nasabah**

Penggunaan *mobile banking* telah menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi kepercayaan nasabah dalam dunia perbankan modern. Seiring dengan perkembangan teknologi, nasabah semakin mencari kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan melalui perangkat mobile. Berikut adalah beberapa penjelasan mengenai hubungan penggunaan *mobile banking* terhadap kepercayaan nasabah:

- a. *Mobile banking* memberikan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja. Keberadaan aplikasi *mobile banking* yang mudah digunakan dan menyediakan berbagai fitur seperti transfer uang, pembayaran tagihan, dan pengecekan saldo, dapat meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap bank tersebut (Supriyanto, 2023)

- b. Keamanan merupakan salah satu aspek penting dalam membangun kepercayaan nasabah. Fitur keamanan seperti otentikasi dua faktor (2FA), enkripsi data, dan perlindungan terhadap data pribadi nasabah memberikan rasa aman dan nyaman dalam menggunakan *mobile banking*. Dengan demikian, semakin baik tingkat keamanan yang diberikan oleh aplikasi *mobile banking*, semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah terhadap bank tersebut (Rizky, 2022)
- c. Bank yang menyediakan informasi yang jelas dan transparan tentang penggunaan *mobile banking*, biaya layanan, serta prosedur yang mudah dipahami, cenderung lebih dipercaya oleh nasabah. Jika nasabah merasa bahwa mereka mendapatkan informasi yang cukup dan transparansi dari bank terkait aplikasi *mobile banking*, kepercayaan mereka akan semakin meningkat (Handayani & Prabowo, 2022)
- d. Bank yang memiliki reputasi baik dalam memberikan layanan *mobile banking* yang stabil, mudah diakses, dan aman dapat menciptakan loyalitas dan kepercayaan jangka panjang dari nasabah. Kepercayaan ini akan semakin kuat apabila bank terus melakukan inovasi dan menjaga kualitas layanannya.

## **2. Hubungan Perlindungan Nasabah Dengan Kepercayaan Nasabah**

Perlindungan nasabah adalah aspek penting dalam menjaga kepercayaan nasabah terhadap suatu bank, terutama dalam konteks perbankan di Indonesia. Perlindungan nasabah berkaitan erat dengan kebijakan yang diambil oleh bank untuk melindungi hak-hak nasabah, menjaga kerahasiaan data, serta menjamin keamanan transaksi. Berikut adalah beberapa penjelasan mengenai hubungan perlindungan nasabah terhadap kepercayaan nasabah:

- a. Keamanan data pribadi nasabah adalah faktor utama dalam membangun kepercayaan. Perlindungan yang diberikan oleh bank terhadap data pribadi nasabah, termasuk penggunaan teknologi enkripsi dan prosedur keamanan lainnya, memberikan rasa aman kepada nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Semakin tinggi tingkat perlindungan

data nasabah, semakin tinggi pula kepercayaan yang diberikan kepada bank (Wijaya & Andriani, 2023)

- b. Bank yang memberikan jaminan kepastian hukum serta memiliki mekanisme penyelesaian sengketa yang jelas akan memberikan rasa aman bagi nasabah. Perlindungan nasabah yang diatur dengan baik dalam sistem hukum Indonesia dapat meningkatkan kepercayaan nasabah untuk menaruh dananya di bank tersebut, mengetahui bahwa hak-haknya dilindungi oleh hukum (Santoso, 2022)
- c. Bank yang transparan dalam menyampaikan informasi terkait biaya, bunga, risiko, dan produk perbankannya menunjukkan komitmen terhadap perlindungan nasabah. Dengan adanya transparansi, nasabah merasa lebih dihargai dan dilindungi, yang pada gilirannya meningkatkan tingkat kepercayaan nasabah terhadap bank (Harsono, 2021)
- d. Dalam konteks perbankan syariah, perlindungan nasabah juga melibatkan penerapan prinsip-prinsip syariah yang menekankan keadilan dan menghindari praktik yang merugikan nasabah. Dengan prinsip tersebut, bank syariah memberikan rasa aman dan nyaman, sehingga kepercayaan nasabah terhadap bank semakin kuat (Rizki & Setiawan, 2022)

### **C. Penelitian Relevan**

Penelitian tentang “Pengaruh Penggunaan *Mobile banking* dan Perlindungan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Aur Bukitinggi)” telah dilakukan oleh beberapa penelitian terdahulu, sehingga studi ini perlu dilengkapi dengan penelitian yang relevan diantaranya:

Penelitian yang dilakukan Pratiwi et al (2024) dalam bentuk jurnal dengan judul “Pengaruh Penggunaan *Mobile banking* Dan Potensi Risiko Terhadap Kepercayaan Nasabah Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi Pada Bank Syariah Indonesia”. Dengan hasil penelitian

menunjukkan kepercayaan nasabah memengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel penggunaan *mobile banking*, memengaruhi secara positif dan signifikan oleh potensi risiko memengaruhi secara positif dan signifikan oleh literasi keuangan, dan memengaruhi secara positif dan signifikan oleh potensi risiko. Dampak *mobile banking* terhadap kepercayaan nasabah tidak bisa dikurangi oleh variabel literasi keuangan. Kemungkinan ancaman terhadap kepercayaan nasabah tidak bisa dikurangi oleh variabel literasi keuangan. Variabel kepercayaan nasabah dapat mencakup 59,5% dari variabel independen, menurut hasil uji R Square, dan sisanya 40,5% dalam penelitian lain dengan menggunakan variabel yang lainnya.

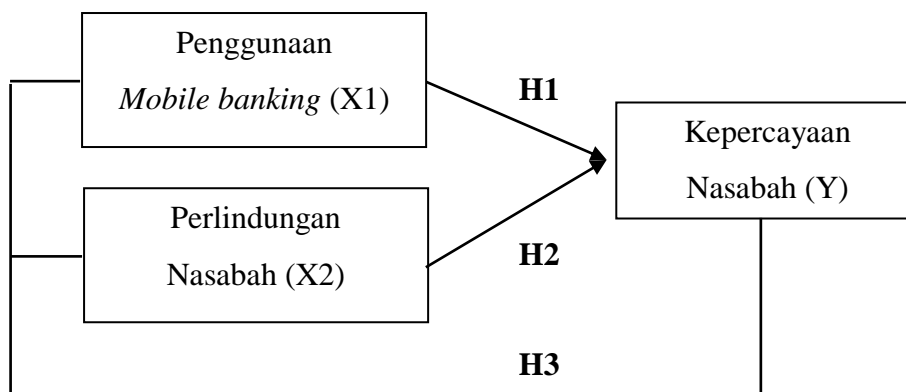
Penelitian yang dilakukan Nasution & Suprayitno (2022) dalam bentuk jurnal dengan judul "Pengaruh Penggunaan M-Banking dan Perlindungan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi". Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel penggunaan e-banking berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepercayaan nasabah sedangkan variabel perlindungan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah. Variabel literasi keuangan tidak mampu memoderasi penggunaan e-banking terhadap kepercayaan nasabah dengan pengaruh negatif dan tidak signifikan. Variabel literasi keuangan tidak mampu memoderasi perlindungan nasabah terhadap kepercayaan nasabah. Hasil pengujian R Square, secara simultan variabel kepercayaan nasabah dan literasi keuangan mampu menjelaskan variabel independen sebesar 82% dan 44% sisanya sebesar 18% dan 56% dijelaskan pada penelitian yang lain dengan variabel yang berbeda.

Penelitian yang dilakukan Ulfa (2025) dalam bentuk jurnal dengan judul "Pengaruh Penggunaan *Mobile banking*, Cyber Crime, Dan Perlindungan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Masyarakat Kota Bandar Lampung)". Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penggunaan *Mobile banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Nasabah pada Masyarakat Kota Bandar Lampung. Cyber crime tidak berpengaruh dan signifikan terhadap

Kepercayaan Nasabah pada Masyarakat Kota Bandar Lampung. Perlindungan Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Nasabah pada Masyarakat Kota bandar lampung.

Penelitian yang dilakukan Ani (2024) dalam bentuk jurnal dengan judul "Pengaruh Citra Perusahaan Dan Perlindungan Nasabah Terhadap Kepercayaan Pengguna *Mobile banking* (Studi kasus pada pengguna BRImo dan BSI Mobile di Kabupaten Pemalang)". Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan pengguna BRImo dan BSI mobile. Perlindungan nasabah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan pengguna BRImo dan BSI mobile. Secara simultan semua variabel bebas dalam penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pengguna *mobile banking* BRImo dan BSI mobile di Kabupaten Pemalang.

#### D. Kerangka Berfikir



**Gambar 2. 1**  
**Kerangka Berfikir**

Dalam kerangka penelitian ini dijelaskan pengaruh dua variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah penggunaan *mobile banking* dan perlindungan nasabah, sedangkan variabel dependennya adalah kepercayaan nasabah. Kerangka berpikir ini memberikan gambaran mengenai langkah-langkah yang akan dilakukan peneliti untuk menarik kesimpulan.

## E. Hipotesis

Hipotesis atau dapat disebut juga dengan dugaan dasar adalah jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena harus dibuktikan kebenarannya. Dugaan jawaban tersebut adalah kebenaran sementara yang akan diuji dengan data penelitian (Sugiyono, 2018). Sehubungan dengan rumusan masalah yang telah dirumuskan, maka hipotesis yang diajukan adalah :

1.  $H_01$ : Tidak terdapat pengaruh penggunaan *mobile banking* terhadap kepercayaan nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia KCP Bukittinggi Pasar Aur).

$H_a1$ : Terdapat pengaruh penggunaan *mobile banking* terhadap kepercayaan nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia KCP Bukittinggi Pasar Aur).

2.  $H_02$ : Tidak terdapat pengaruh perlindungan nasabah terhadap kepercayaan nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia KCP Bukittinggi Pasar Aur).

$H_a2$ : Terdapat pengaruh perlindungan nasabah terhadap kepercayaan nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia KCP Bukittinggi Pasar Aur).

3.  $H_03$ : Tidak terdapat pengaruh penggunaan *mobile banking* dan perlindungan nasabah secara simultan terhadap kepercayaan nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia KCP Bukittinggi Pasar Aur).

$H_a3$ : Terdapat pengaruh penggunaan *mobile banking* dan perlindungan nasabah secara simultan terhadap kepercayaan nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia KCP Bukittinggi Pasar Aur).

### BAB III METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan lapangan (*field research*). Untuk mengetahui pengaruh antar variabel melalui beberapa proses antara lain pengumpulan data, analisis, interpretasi data, serta penulisan hasil-hasil penelitian. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara keseluruhan, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisa data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

#### B. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian dilakukan di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Aur Bukittinggi. Sedangkan untuk waktu penelitian penulis telah membuat jadwal penelitian sebagai berikut :

**Tabel 3. 1  
Waktu Penelitian**

No	Uraian	2024/2025						
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
1	Bimbingan Proposal							
2	Seminar Proposal							
3	Revisi setelah seminar							
4	Penelitian							
5	Pengolahan Data dan Analisis Data							
6	Bimbingan Skripsi							
7	Sidang Munaqasyah							

*Sumber: Olahan Peneliti*

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi dapat diartikan sebagai keseluruhan elemen dalam penelitian meliputi objek dan subjek dengan ciri-ciri dan karakteristik tertentu (Amin et al., 2023). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bukittinggi Pasar Aur dengan populasi berjumlah 14.137 Nasabah (Sumber data, BSI KCP Bukittinggi Pasar Aur)

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semuanya pada populasi (Sugiyono, 2018). Tujuan ditemukannya sampel adalah untuk mempelajari karakteristik suatu populasi, karena tidak dimungkinkannya peneliti melakukan penelitian dipopulasi mungkin karena keterbatasan waktu, biaya atau karan populasi sangat besar.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah teknik *purposive random sampling* atau sampel acak secara sederhana adalah bahwa setiap anggota dari populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel, karena di dalam pengambilan sampel peneliti “mencampur subjek-subjek di dalam populasi sehingga semua subjek dianggap sama. Dengan demikian maka peneliti memberi hak yang sama kepada setiap subjek untuk memperoleh kesempatan dipilih menjadi sampel (Arikunto, 2013)

Penetapan jumlah sampel dengan menggunakan Rumus Solvin. Rumus Solvin adalah salah satu teori penarikan sampel yang paling populer untuk penelitian kuantitatif. Rumus Slovin biasa digunakan untuk pengambilan jumlah sampel yang harus representatif agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel (Tunru et al., 2023)

Rumusnya sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

$n$  = Jumlah sampel yang akan dicari

$N$  = Jumlah Populasi

$e$  = Margin Error Level

Berdasarkan rumus diatas, perhitungan sampel dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$n = 14.137 / (1 + 14.137(0.01)^2)$$

$$n = 14.137 / 142.37$$

$$n = 99.297 \text{ disamakan jadi } 100$$

Jadi sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 sampel

#### **D. Pengembangan Instrumen**

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner sendiri adalah sebuah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyusun dan memberikan seperangkat pertanyaan ataupun pernyataan tertulis kepada responden untuk diberikan respon sesuai dengan permintaan peneliti atau pemberi kuesioner. Sebuah kuesioner diukur menggunakan skala likert, yang mana skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial. Adapun kuesioner yang penulis susun untuk memperoleh data awal penelitian ini, dengan tabel pengembangan instrument sebagai berikut:

**Tabel 3. 2**  
**Kisi-Kisi Instrumen**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Pengukuran Skala Likert</b>
Penggunaan <i>Mobile banking</i> (Rahmah, Yuslia Naili, 2020)	a. Kemudahan penggunaan transaksi online b. Mudah dipahami c. Efisiensi waktu d. Penggunaan fleksibel	1,2,3,4,5
Perlindungan Nasabah (Utami, 2020)	a. Pengendalian dalam melindungi nasabah b. Jaminan kewanasan nasabah c. Kerasahasiaan data nasabah d. Layanan website e. Ketersediaan layanan	1,2,3,4,5
Kepercayaan Nasabah (Utami, 2020)	a. Sistem keamanan b. Jaminan nasabah c. Tidak merasa di bohongi d. Kepercayaan e. Memberikan manfaat	1,2,3,4,5

*Sumber: Data Diolah*

### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuesioner atau angket. Kuesioner atau angket adalah sebuah cara untuk pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan sebuah pertanyaan tertulis kepada responden untuk diberikan jawaban sesuai dengan permintaan pengguna. Kuesioner atau angket dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *mobile banking* dan perlindungan nasabah terhadap kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bukittinggi Pasar Aur. Angket adalah alat pengumpulan data untuk kepentingan penelitian. Angket digunakan dengan mengedarkan formulir

yang berisi beberapa pertanyaan kepada beberapa responden untuk mendapatkan tanggapan secara tertulis.

Kuesioner dapat diukur dengan menggunakan *skala likert*. *Skala Likert* yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial. Penyusunan *skala likert* dengan kategori sebagai berikut:

**Tabel 3. 3**  
**Nilai Kategori Skala Likert**

No.	Pilihan Jawaban	Kode	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2.	Tidak Setuju	TS	2
3.	Kurang Setuju	KS	3
4.	Setuju	S	4
5.	Sangat Setuju	SS	5

*Sumber: Data Diolah (Nempung et al., 2015)*

## F. Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data yang diperoleh yaitu dengan menggunakan metode kuantitatif, yaitu mengumpulkan, menyusun, mengklarifikasi dan melakukan pengujian hipotesis dan menjawab rumusan masalah yang telah diajukan melalui data-data yang diperoleh, yang kemudian diinterpretasikan sehingga memberikan informasi. Analisis data tersebut diolah dengan menggunakan SPSS 27 sebagai berikut :

### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskriptif suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), varian, maksimum, minimum, sum, average, range, kurtosis dan skewness (Ghozali, 2018). Uji deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran atau deskripsi dari sebuah informasi, sehingga informasi tersebut dapat dipahami dengan lebih mudah (Nenti & Angga, 2020)

## 2. Analisis Pengembangan Instrumen

Penelitian menggunakan beberapa uji dalam penentuan pengembangan instrumen sebagai berikut:

### a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah suatu instrumen dikatakan valid atau tidak valid dalam mengukur suatu variable penelitian, misalnya pada kuesioner. Suatu instrumen dari kuesioner dikatakan valid bila instrumen tersebut dapat dengan tepat mengukur apa yang hendak diukur. Sehingga dapat dikatakan bahwa validitas berhubungan dengan “ketepatan” dengan alat ukur. Dengan instrumen yang valid akan menghasilkan data yang valid pula. Maka alat ukur yang valid atau benar maka hasil pengukuranpun pasti akan benar. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- 1) Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- 2) Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel atau  $r$  hitung negatif, maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)

### b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang mempunyai indikator dari variabel atau konstruk. Ghazali (2018). Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Alat ukur dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berkali-kali. Kriteria pengujian sebagai berikut: (Ghozali, 2018)

- 1) Jika Nilai Alpha Cronbach's  $>$  0.70 maka item pertanyaan dalam kuesioner dapat diandalkan (reliable).
- 2) Jika Nilai Alpha Cronbach's  $<$  0.70 maka item pertanyaan dalam kuesioner tidak dapat diandalkan (reliable)

### 3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik diperlukan untuk mengetahui apakah model regresi yang diperoleh dapat menghasilkan estimator linear yang baik. Uji asumsi klasik dilakukan agar data sampel yang diolah benar-benar dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Pada penelitian ini akan dilakukan pengujian asumsi klasik sebelum melakukan pengujian hipotesis yang diajukan.

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan menguji apakah dalam metode regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak, (Ghozali, 2013). Model regresi yang baik adalah data yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini untuk mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak menggunakan analisis statistik nonparametrik One-Sample KolmogorovSmirnov. Jika pada hasil uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan pvalue lebih besar dari 0,05, maka data berdistribusi normal dan sebaliknya, jika p-value lebih kecil dari 0,05, maka data tersebut berdistribusi tidak normal.

#### b. Uji Multikolinearitas

Multikolinieritas terjadi jika ada hubungan linear yang sempurna atau hampir sempurna antara beberapa atau semua variabel independen dalam model regresi. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas, (Ghozali, 2013). Untuk menguji adanya multikolinearitas dapat dilakukan dengan menganalisis korelasi antar variabel dan perhitungan nilai tolerance serta variance inflation factor (VIF). Multikolinieritas terjadi jika nilai tolerance lebih kecil dari 0,1 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen yang nilainya lebih dari 95%. Dan nilai VIF lebih besar dari 10, apabila VIF

kurang dari 10 dapat dikatakan bahwa variabel independen yang digunakan dalam model adalah dapat dipercaya dan objektif.

c. Uji Heterokedastitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas, (Ghozali, 2013). Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antar SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ( $Y$  prediksi –  $Y$  sesungguhnya) yang telah distudentized. Dasar analisisnya adalah:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) akan mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik penyebaran di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka terjadi homokedastisitas.

#### 4. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh perubahan dari beberapa variabel bebas terhadap variabel lainnya, yaitu pengaruh perubahan dari beberapa variabel bebas terhadap variabel lainnya, Rumus persamaan linier berganda yaitu :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kepercayaan Nasabah

a = Konstanta

$b_1$  = Koefisien Regresi Penggunaan *Mobile banking*

$X_1$  = Penggunaan *Mobile banking*

$b_2$  = Koefisien Regresi Perlindungan Nasabah

$X_2$  = Perlindungan Nasabah

$e$  = eror (5%)

## 5. Uji Hipotesis

### a. Uji Secara Parsial (Statistik-t)

Menurut Sujarweni (2019), uji statistik-t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai sig > 0.05 maka variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependent, demikian  $H_0$  diterima.
- 2) Jika nilai sig < 0.05 maka variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependent, demikian  $H_a$  diterima.

### b. Uji Secara Simultan (Statistik-f)

Uji statistik-f digunakan untuk menguji apakah semua variabel bebas yang terdapat dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Adapun kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai sig > 0.05 maka variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependent, demikian  $H_0$  diterima.
- 2) Jika nilai sig < 0.05 maka variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependent, demikian  $H_a$  diterima.

## 6. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Ghozali Imam (2016) koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model menerangkan variasi variabel independen. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas, sebaliknya nilai  $R^2$  yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel endogen secara simultan mampu menjelaskan variabel eksogen. Semakin tinggi nilai R2 berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Uji koefisien determinasi (R2) dilakukan untuk menentukan dan memprediksi seberapa besar atau penting kontribusi pengaruh yang diberikan oleh variabel independen secara bersama – sama terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yaitu antara 0 dan 1. Jika nilai mendekati 1, artinya variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Namun, jika nilai R2 semakin kecil, artinya kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen cukup terbatas (Ghozali, 2016).

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia**

##### **1. Gambaran Bank Syariah Indonesia**

Bank Syariah Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak pada sektor keuangan syariah yang menjadi fokus pada penelitian ini. Bank Syariah Indonesia melaksanakan peran vital disemua kegiatan ekonomi lingkungan industri halal. Kehadiran industri perbankan syariah di Indonesia sudah bertambah dan berkembang secara signifikan. Penambahan layanan, perkembangan jaringan, dan inovasi produk sudah mencerminkan bentuk positif di setiap tahun.

##### **2. Logo Bank Syariah Indonesia**

Logo Bank Syariah Indonesia terdapat bintang bersudut lima yang merenpresentasikan 5 pancasila dan 5 rukun islam. Hal ini menjelaskan bahwasanya Bank Syariah Indonesia menjunjung tinggi pancasila dan rukun islam. Berikut merupakan logo Bank Syariah Indonesia:



*Sumber: BSI.CO.ID*

**Gambar 4. 1**  
**Logo Bank Syariah Indonesia**

### **3. Sejarah Bank Syariah Indonesia**

Penduduk muslim paling besar di dunia ditempati oleh Indonesia, sehingga berpotensi sebagai yang paling depan dalam industri keuangan syariah. Peningkatan kesadaran masyarakat pada sesuatu yang halal maupun dorongan berbagai pihak yang kuat sebagai faktor utama pada perkembangan industri halal di Indonesia terlebih bank syariah. Kehadiran industri perbankan syariah di Indonesia sudah bertambah dan berkembang signifikan pada 3 dekade, sehingga semangat melaksanakan tindakan cepat terjamin dari jumlah bank syariah yang melaksanakan tindakan korporasi. Bank syariah milik BUMN juga turut terlibat yakni Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah, 1 Februari 2021 bertepatan 19 Jumadil Akhir 1442 H sebagai pertanda merger Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, Bri Syariah dalam satu kesatuan sebagai Bank Syariah Indonesia (BSI). Penyatuan kelebihan ketiga Bank Syariah didambakan mampu menyajikan layanan yang lengkap, keluasan jangkauan, dan kapasitas pemodalannya yang baik. Dukungan sinergi dari badan usaha utama (Mandiri, BNI, BRI) beserta komitmen pemerintah dalam kementerian BUMN, BSI didukung mampu bersaing secara global. Merger ketiga Bank Syariah dapat menjadikan ikhtiar dalam menciptakan Bank Syariah kebanggaan umat, dengan harapan energi baru pengembangan ekonomi nasional maupun kontribusi pada kesejahteraan masyarakat umum. Kehadiran Bank Syariah Indonesia yang modern dan universal mampu menyajikan kebaikan seluruh umat.

### **4. Konsep Operasional Bank Syariah Indonesia**

Bank Syariah Indonesia mempunyai beragam konsep operasional untuk menjalankan fungsinya yakni penghimpunan dan penyalur dana serta menyuguhkan pelayanan jasa perbankan. Konsep operasional Bank Syariah Indonesia yakni:

#### a. Penghimpunan Dana

Penghimpunan dana merupakan aktivitas usaha Lembaga keuangan untuk memikat serta melakukan pengumpulan dana dari masyarakat berupa giro, tabungan, deposito maupun surat berharga lainnya.

##### 1) Prinsip Wadiah

Prinsip wadiah yang diaplikasikan dalam penghimpunan dana berupawadi'ah yad dhamanah. Wadi'ah yad dhamamah yakni pihak yang menitipkan ke bank dan bank bertanggung jawab mengenai 58 harta yang sudah dititipkan dan boleh dimanfaatkan.

##### 2) Prinsip Mudharabah

Prinsip mudharabah merupakan penyimpanan dalam bentuk shahibul maal (pemilik modal) serta bank sebagai mudharib (pengelola). Biasanya mudharabah diterapkan dalam produk tabungan berjangka seperti deposit.

#### b. Penyaluran Dana

Proses penyaluran dana nasabah sebagai produk pembiayaan syariah meliputi empat kriteria dengan dasa tujuannya yakni:

##### 1) Prinsip Jual Beli (Ba'i)

Dilaksanakan saat terdapat pindah kepemilikan barang. Taraf untung bank ditetapkan di awal sebagai bagian biaya dari barang yang dijual.

##### 2) Prinsip Sewa (Ijarah)

Transaksi ijarah dilandasi adanya pemindahan manfaat. Meskipun secara prinsip serupa dengan jual beli, perbedaan keduanya terletak pada objek transaksi. Dalam jual beli, objek transaksinya adalah barang, sedangkan dalam ijarah berupa jasa.

##### 3) Prinsip Bagi Hasil (Syirkah)

###### a) Pembiayaan musyarakah

Transaksi musyarakah berlandaskan harapan beberapa pihak untuk kerja sama dalam menambah nilai asset yang dimiliki

bersama. Segala wujud usaha dengan pelibatan dua belah pihak. Secara spesifik kontribusinya berupa dana perdagangan, kepemilikan, kewirausahaan serta ragam barang lain yang bernilai uang

b) Pembiayaan mudharabah

Mudharabah merupakan wujud kerja sama diantara dua ataupun lebih pihak dimana pemilik modal dan pengelola melalui sebuah kesepakatan bagi untung. Hal ini menjelaskan kerja sama dengan pedoman kontribusi 100% modal. Sebagai pengelola wajib waspada serta bertanggung jawab dalam setiap rugi sebab lalai. Musyarakah dan mudharabah dalam literatur fiqih harus mengutamakan jujur demi kepentingan bersama serta usaha disetiap pihak melaksanakan curang maupun ketidakadilan pembagian penghasilan tertuang dalam islam.

## B. Hasil Penelitian

### 1. Karakteristik Responden

Tujuan karakteristik responde untuk mengetahui identitas responden dalam penelitian ini, berikut ini karateristik responden berdasarkan jenis kelamin, umur atau usia dan pekerjaan:

**Tabel 4. 1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	38	38.0	38.0	38.0
	Perempuan	62	62.0	62.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

*Sumber Data: Hasil Olahan SPSS 27, (Lampiran 2)*

Berdasarkan tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa responden menurut jenis kelamin, pada responden laki-laki sebanyak 38 responden dan responden Perempuan sebanyak 62 responden, maka dapat dinyatakan

responden terbanyak menurut jenis kelamin yaitu responden Perempuan sebanyak 62 responden.

**Tabel 4. 2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Umur/Usia**

		Umur/Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 tahun	12	12.0	12.0	12.0
	21-30 tahun	50	50.0	50.0	62.0
	31-40 tahun	26	26.0	26.0	88.0
	41-50 tahun	8	8.0	8.0	96.0
	> 51 tahun	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

*Sumber Data: Hasil Olahan SPSS 27, (Lampiran 3)*

Berdasarkan tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa responden menurut umur/usia, pada responden berumur < 20 tahun sebanyak 12 responden, responden berumur 21-30 tahun sebanyak 50 responden, responden berumur 31-40 tahun sebanyak 26 responden, responden berumur 41-50 tahun sebanyak 8 responden dan responden berumur > 50 tahun sebanyak 4 responden, maka dapat dinyatakan responden terbanyak menurut umur/usia yaitu responden berumur 21-30 tahun sebanyak 50 responden.

**Tabel 4. 3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	IRT	9	9.0	9.0	9.0
	Karyawan Swasta	30	30.0	30.0	39.0
	Pengusahan	7	7.0	7.0	46.0
	PNS	17	17.0	17.0	63.0
	Petani	2	2.0	2.0	65.0
	Dokter	1	1.0	1.0	66.0
	Mahasiswa	31	31.0	31.0	97.0
	Sopir	2	2.0	2.0	99.0
	Satpam	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

*Sumber Data: Hasil Olahan SPSS 27, (Lampiran 4)*

Berdasarkan tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa responden menurut pekerjaan, pada pekerjaan sebagai IRT sebanyak 9 responden, pada pekerjaan sebagai karyawan swasta sebanyak 30 responden, pada pekerjaan sebagai pengusaha sebanyak 7 responden, pada pekerjaan sebagai pns sebanyak 17 responden, pada pekerjaan sebagai petani sebanyak 2 responden, pada pekerjaan sebagai mahasiswa sebanyak 31 responden, pada pekerjaan sebagai sopir sebanyak 2 responden, pada pekerjaan sebagai satpam sebanyak 1 responden, maka dapat dinyatakan responden terbanyak menurut pekerjaan yaitu responden pekerjaan sebagai mahasiswa sebanyak 31 responden.

## 2. Analisis Statistik Deskriptif

Nilai standar yang digunakan dalam menentukan persebaran data pada suatu sampel dan melihat seberapa dekat data-data tersebut dengan nilai mean. Semakin besar nilai *standard deviation* maka semakin tidak akurat dengan mean, sebaliknya semakin kecil nilai *standard deviation* maka semakin akurat dengan mean. Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4. 4**  
**Hasil Analisis Statistik Deskriptif**

Variabel	Minimum	Maksimum	Rata-Rata	Std. Deviation
Penggunaan <i>Mobile banking</i>	18	30	26.37	3.070
Perlindungan Nasabah	18	30	24.87	2.773
Kepercayaan Nasabah	24	40	33.70	3.243

*Sumber Data: Hasil Olahan SPSS 27, (Lampiran 5)*

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dijelaskan hasil analisis statistik deskriptif variabel dalam penelitian ini sebagai berikut :

### a. Penggunaan *Mobile banking* (X1)

Berdasarkan pengujian statistik deskriptif dapat diketahui bahwa nilai minimum penggunaan *mobile banking* sebesar 18 sedangkan maksimum penggunaan *mobile banking* sebesar 30 dengan nilai rata-

rata penggunaan *mobile banking* sebesar 26.37 dengan standar deviasi sebesar 3.070. hal ini menunjukkan bahwa terdapat penyebaran data yang baik karena nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasi.

b. Perlindungan Nasabah (X2)

Berdasarkan pengujian statistik deskriptif dapat diketahui bahwa nilai minimum perlindungan nasabah sebesar 18 sedangkan maksimum perlindungan nasabah sebesar 30 dengan nilai rata-rata perlindungan nasabah sebesar 24.87 dengan standar deviasi sebesar 2.773. hal ini menunjukkan bahwa terdapat penyebaran data yang baik karena nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasi.

c. Kepercayaan Nasabah (Y)

Berdasarkan pengujian statistik dapat diketahui bahwa nilai minimum kepercayaan nasabah sebesar 24 sedangkan maksimum kepercayaan nasabah sebesar 40 dengan nilai rata-rata kepercayaan nasabah sebesar 33.70 dengan standar deviasi sebesar 3.243 hal ini menunjukkan bahwa terdapat penyebaran data yang baik karena nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasi.

### 3. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen

a. Uji Validitas Instrumen

Validitas/kesahihan adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur. Validitas ini menyangkut akurasi instrumen. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dinyatakan valid apabila pernyataan dalam kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur untuk kuesioner tersebut. Setiap pernyataan diukur dengan menghubungkan total dari masing-masing pernyataan yang digunakan dalam setiap variabel. Kriteria uji validitas adalah dengan membandingkan nilai r-hitung dengan nilai r-tabel. Nilai r-hitung ini nantinya yang akan digunakan sebagai tolak ukur yang menyatakan valid atau tidaknya item pernyataan yang digunakan untuk mendukung penelitian, maka akan dicari dengan membandingkan r-hitung terhadap

nilai r-tabelnya. Dalam menentukan nilai r hitung, digunakan nilai yang tertera pada baris *Pearson Correlation*. Sedangkan untuk menentukan nilai r-tabel, pada kolom df digunakan rumus  $N-2$ , dimana N adalah banyaknya responden. Kriteria pengujian uji validitas jika nilai r-hitung  $>$  r-tabel, maka instrumen penelitian dikatakan valid dan sebaliknya jika nilai r-hitung  $<$  r-tabel, maka instrumen penelitian dikatakan invalid, dengan hasil sebagai berikut:

1) Validitas Instrumen Variabel Penggunaan *Mobile banking*

**Tabel 4. 5**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen *Mobile banking***

Variabel	No. Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Penggunaan <i>Mobile banking</i>	P1	0.693	0.361	Valid
	P2	0.728	0.361	Valid
	P3	0.693	0.361	Valid
	P4	0.830	0.361	Valid
	P5	0.870	0.361	Valid
	P6	0.870	0.361	Valid

Sumber Data: Hasil Olahan SPSS 27, (Lampiran 6)

Berdasarkan tabel 4.5 di atas dapat menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel penggunaan *mobile banking* memiliki nilai r-hitung  $>$  nilai r-tabel, sehingga seluruh instrument pada variabel penggunaan *mobile banking* adalah valid sehingga, instrumen kuesioner ini dapat digunakan untuk melakukan penelitian selanjutnya.

2) Validitas Instrumen Variabel Perlindungan Nasabah

**Tabel 4. 6**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen Perlindungan Nasabah**

Variabel	No. Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Perlindungan	P1	0.978	0.361	Valid
	P2	0.878	0.361	Valid
	P3	0.778	0.361	Valid

Variabel	No. Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Nasabah	P4	0.579	0.361	Valid
	P5	0.679	0.361	Valid
	P6	0.882	0.361	Valid

*Sumber Data: Hasil Olahan SPSS 27, (Lampiran 7)*

Berdasarkan tabel 4.6 di atas dapat menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel perlindungan nasabah memiliki nilai r-hitung > nilai r-tabel, sehingga seluruh instrument pada variabel perlindungan nasabah adalah valid sehingga, instrumen kuesioner ini dapat digunakan untuk melakukan penelitian selanjutnya.

### 3) Validitas Instrumen Variabel Kepercayaan Nasabah

**Tabel 4. 7**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen Kepercayaan Nasabah**

Variabel	No. Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Kepercayaan Nasabah	P1	0.816	0.361	Valid
	P2	0.937	0.361	Valid
	P3	0.437	0.361	Valid
	P4	0.657	0.361	Valid
	P5	0.686	0.361	Valid
	P6	0.914	0.361	Valid
	P7	0.556	0.361	Valid
	P8	0.856	0.361	Valid

*Sumber Data: Hasil Olahan SPSS 27, (Lampiran 8)*

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dapat menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel kepercayaan nasabah memiliki nilai r-hitung > nilai r-tabel, sehingga seluruh instrument pada variabel kepercayaan nasabah adalah valid sehingga, instrumen kuesioner ini dapat digunakan untuk melakukan penelitian selanjutnya.

#### b. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas adalah menyangkut tingkat kepercayaan, keterandalan, kosistensi, atau kestabilan hasil suatu pengukuran. Uji reliabilitas instrumen penelitian menggunakan nilai *Cronbach's Alpha*. *Cronbach's Alpha* merupakan rumus matematis yang digunakan untuk menguji tingkat reliabilitas, dimana suatu instrumen dapat dikatakan reliabel bila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari nilai batas 0.70, dengan hasil sebagai berikut sebagai berikut:

**Tabel 4. 8**  
**Hasil Uji Reliabilitas Instrument Penggunaan *Mobile banking*,  
Perlindungan Nasabah dan Kepercayaan Nasabah**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Batas	Keterangan
Penggunaan <i>Mobile banking</i>	0.875	0.70	Reliabel
Perlindungan Nasabah	0.984	0.70	Reliabel
Kepercayaan Nasabah	0.961	0.70	Reliabel

*Sumber Data: Hasil Olahan SPSS 27, (Lampiran 9)*

Berdasarkan hasil tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* variabel penggunaan *mobile banking* sebesar 0.875 perlindungan nasabah sebesar 0.984 dan kepercayaan nasabah sebesar 0.961 > 0.70 sehingga dapat dinyatakan bahwa semua instrumen pada seluruh variabel dikatakan reliabel.

#### 4. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang baik apabila nilai signifikan > 0,05 maka data tersebut dapat dikatakan normal sedangkan jika nilai signifikan < 0,05 maka data berdistribusi tidak normal. Dalam penelitian ini untuk menguji normalitas sampel menggunakan *one sample kolmogrov-smirnov*, dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4. 9**  
**Hasil Uji Normalitas**

<b>One Sample Kolmogrov Smirnov</b>		
<b>Signifikan (2-tailed)</b>	<b>Alpha</b>	<b>Keterangan</b>
0.130	0.05	Berdistribusi Normal

*Sumber Data: Hasil Olahan SPSS 27, (Lampiran 10)*

Berdasarkan tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa hasil uji normalitas (*one sample kolmogrov-smirnov*) menggambarkan data yang digunakan dalam penelitian ini sudah terdistribusi normal. Terlihat dari nilai signifikan sebesar 0.130 lebih besar dari 0.05. Sehingga variabel dalam penelitian ini dikatakan telah berdistribusi normal dan bisa dilanjutkan untuk pengujian selanjutnya.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berguna untuk menguji model regresi mengenai ada tidaknya korelasi antar variabel independen. Uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF) dengan dasar pengambilan Keputusan-nya apabila nilai tolerance  $> 0,1$  dan nilai VIF  $< 10$  maka tidak terjadi masalah Multikolinearitas dan sebaliknya apabila nilai tolerance  $< 0,1$  dan nilai VIF  $> 10$  maka terjadi masalah Multikolinearitas.

**Tabel 4. 10**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

<b>Variabel</b>	<b>Tolerance</b>	<b>VIF</b>	<b>Keterangan</b>
Penggunaan <i>Mobile banking</i>	0.711	1.406	Tidak terjadi multikolinearitas
Perlindungan Nasabah	0.711	1.406	Tidak terjadi multikolinearitas

*Sumber Data: Hasil Olahan SPSS 27, (Lampiran 11)*

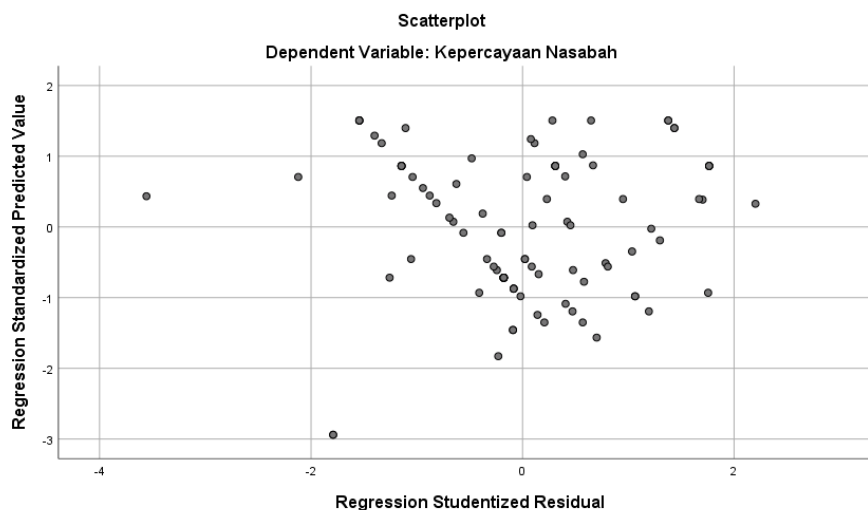
Berdasarkan tabel 4.10 di atas menunjukkan bahwa nilai VIF variabel penggunaan *mobile banking* sebesar 1.406 dan perlindungan nasabah sebesar  $1.406 < 10$  dan nilai tolerance variabel penggunaan

*mobile banking* sebesar 0.711 dan perlindungan nasabah sebesar 0.711  $> 0.1$ , maka dari hasil uji multikolinearitas yang terdapat pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heterokedasitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menilai apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Uji heteroskedastisitas dapat dilihat dengan grafik plot (scatterplot) dimana penyebaran titik-titik yang ditimbulkan terbentuk secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu, serta arah penyebarannya berada di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y maka dapat dikatakan tidak terjadi heterokedasitas dan sebaliknya apabila pola titik berbentuk grafik dan tidak secara acak maka dapat dikatakan terjadi heterokedasitas, penelitian yang baik adalah apabila tidak terjadi heterokedasitas, dengan hasil sebagai berikut:

**Gambar 4. 2**  
**Hasil Uji Heterokedasitas**



*Sumber Data: Hasil Olahan SPSS 27, (Lampiran 9)*

Berdasarkan gambar 4.2 di atas menunjukkan bahwa hasil uji heterokedasitas dengan menggunakan *scatterplot* dapat dilihat titik menyebar dan tidak membentuk pola yang jelas, dan titik menyebar diatas dan dibawah angka nol (0) pada sumbu Y. Maka dapat dikatakan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi heterokedasitas.

## 5. Analisis Regresi Linear Berganda

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apakah nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dengan melihat dari nilai koefisien negative atau positif dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4. 11**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

Variabel	Koefisien	Keterangan
<b>Konstanta</b>		17.568
Penggunaan <i>Mobile banking</i>	0.442	Positif
Perlindungan Nasabah	0.180	Positif

Y: Kepercayaan Nasabah

Sumber Data: Hasil Olahan SPSS 27, (Lampiran 12)

$$Y = a + BX1 + BX2 + e$$

$$\text{Kepercayaan Nasabah} = 17.568 + 0.442X1 + 0.180X2 + e$$

Persamaan regresi diatas, maka dapat dijelaskan bahwa:

- Berdasarkan persamaan diatas, besarnya konstanta sebesar 17.568. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel independen (penggunaan *mobile banking* dan perlindungan nasabah) bernilai 0, maka kepercayaan nasabah sebesar 17.568 atau 1.75%.
- Nilai koefisien dari penggunaan *mobile banking* sebesar 0.442 dan bertanda positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan penggunaan *mobile banking* sebesar 1% maka kepercayaan nasabah akan meningkat sebesar 0.442 atau 44.2% artinya apabila penggunaan *mobile banking* semakin mudah maka dapat meningkatkan kepercayaan nasabah.
- Nilai koefisien dari perlindungan nasabah sebesar 0.180 dan bertanda positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan perlindungan nasabah sebesar 1% maka kepercayaan nasabah akan meningkat sebesar 0.180 atau 18% artinya apabila perlindungan nasabah semakin aman atau privasi maka dapat meningkatkan kepercayaan nasabah.

## 6. Uji Hipotesis

### a. Uji Secara Parsial (Statistik-t)

Uji ini bertujuan untuk membuktikan apakah variabel-variabel independen secara parsial (individu) mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Jika nilai  $t$ -hitung  $>$   $t$ -tabel dan nilai signifikan lebih kecil dari pada 0.05, maka variabel independen secara satu per satu berpengaruh terhadap variabel dependen, yang berarti  $H_a$  diterima. Sedangkan  $t$ -hitung  $<$   $t$ -tabel dan nilai signifikan lebih besar dari pada 0,05 maka variabel independen secara satu per satu tidak berpengaruh terhadap variabel dependen, yang berarti  $H_0$  diterima, dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4. 12**  
**Hasil Uji Secara Parsial (Statistik-t)**

Variabel	t-hitung	Signifikan	Keterangan
Penggunaan <i>Mobile banking</i>	4.065	0.000	$H_a$ 1 Diterima
Perlindungan Nasabah	3.493	0.039	$H_a$ 2 Diterima

Y: Kepercayaan Nasabah

Sumber Data: Hasil Olahan SPSS 27, (Lampiran 13)

Berdasarkan tabel 4.12 di atas menunjukkan bahwa hasil uji secara parsial (statistik-t) dengan hasil sebagai berikut:

- 1) Pengujian pertama menunjukkan bahwa penggunaan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bukittingi Pasar Aur dengan nilai signifikan sebesar  $0.000 < 0.05$  atau nilai  $t$ -hitung sebesar  $4.065 >$  nilai  $t$ -tabel sebesar 1.660, maka hal ini dapat dinyatakan penggunaan *mobile banking* memiliki pengaruh terhadap kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bukittingi Pasar Aur. Dengan demikian hipotesis  $H_0$ 1 ditolak dan  $H_a$ 1 diterima.
- 2) Pengujian ke-dua menunjukkan bahwa perlindungan nasabah berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bukittingi Pasar Aur dengan nilai signifikan sebesar  $0.039 <$

0.05 atau nilai t-hitung sebesar 3.493 > nilai t-tabel sebesar 1.660, maka hal ini dapat dinyatakan perlindungan nasabah memiliki pengaruh terhadap kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bukittingi Pasar Aur. Dengan demikian hipotesis  $H_02$  ditolak dan  $H_a2$  diterima.

b. Uji Secara Simultan (Statistik-f)

Pengujian ini bertujuan untuk membuktikan apakah variabel independent secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Jika nilai f-hitung > f-tabel dan nilai signifikan lebih kecil dari pada 0,05, maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan jika nilai t-hitung < t-tabel dan nilai signifikan lebih besar dari pada 0,05 maka variabel independen secara bersama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

**Tabel 4. 13**  
**Hasil Uji Secara Simultan (Statistik-f)**

Variabel	f-hitung	Signifikan	Keterangan
Penggunaan <i>Mobile banking</i> dan Perlindungan Nasabah	17.765	0.000	$H_a3$ Diterima

Y: Kepercayaan Nasabah

Sumber Data: Hasil Olahan SPSS 27, (Lampiran 14)

Berdasarkan tabel 4.13 di atas menunjukkan bahwa penggunaan *mobile banking* dan perlindungan nasabah secara simultan berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bukittingi Pasar Aur dengan nilai signifikan sebesar  $0.000 < 0.05$  atau nilai f-hitung sebesar  $17.765 >$  nilai f-tabel sebesar 3.09, maka hal ini, menunjukkan bahwa penggunaan *mobile banking* dan perlindungan nasabah secara simultan memiliki pengaruh terhadap kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bukittingi Pasar Aur. Dengan demikian hipotesis  $H_03$  ditolak dan  $H_a3$  diterima.

## 7. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Apabila koefisien determinan ( $R^2$ ) semakin besar (mendekati 1) menunjukkan semakin baik kemampuan variabel dependen menerapkan variabel dependent, dimana  $0 < R\text{-square} < 1$ . Sebaliknya, jika koefisien determinan ( $R^2$ ) semakin kecil (mendekati 0) maka pengaruh variabel independen ialah kecil terhadap variabel independen, dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4. 14**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Variabel	R-square
Penggunaan <i>Mobile banking</i> dan Perlindungan Nasabah	0.468

Y: Kepercayaan Nasabah

Sumber Data: Hasil Olahan SPSS 27, (Lampiran 15)

Berdasarkan tabel 4.14 di atas menunjukkan bahwa pengujian koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar penggunaan *mobile banking* dan perlindungan nasabah dalam menjelaskan kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bukittingi Pasar Aur. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada tabel di atas diperoleh nilai R-square sebesar 0.468 atau 46.8% artinya penggunaan *mobile banking* dan perlindungan nasabah dalam menjelaskan kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bukittingi Pasar Aur sebesar 46.8%. Sedangkan untuk sisa sebesar 53.2% yang tidak dibahas dalam penelitian ini, artinya pada penelitian ini memiliki kemampuan terbatas dalam menjelaskan variabel dependent.

## C. Pembahasan

Hasil penelitian ini merupakan pengujian dari “Pengaruh Penggunaan *Mobile banking* Dan Perlindungan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Kcp Bukittingi Pasar Aur)”. Setelah

dilakukan pengujian, maka akan ditelaah lebih lanjut mengenai pengaruh masing-masing variabel.

### **1. Pengaruh penggunaan *mobile banking* terhadap kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bukittingi Pasar Aur.**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial (statistik-t) menunjukkan bahwa penggunaan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bukittingi Pasar Aur. Hal tersebut berarti bahwa penggunaan *mobile banking* semakin mudah atau tidak sulit maka dapat meningkatkan kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bukittingi Pasar Aur. Dengan demikian hipotesis  $H_01$  ditolak dan  $H_a1$  diterima.

Berdasarkan teori, *mobile banking* merupakan layanan perbankan yang dirancang untuk memberikan kemudahan kepada nasabah bank dalam melakukan berbagai transaksi perbankan melalui perangkat telepon seluler. Aplikasi *mobile banking* dapat diunduh dan diakses oleh nasabah yang telah terdaftar pada bank yang bersangkutan, salah satu fitur utama dalam *mobile banking* menu pembayaran dan menu transfer, yang tidak hanya memfasilitasi transaksi belanja online, tetapi juga memberikan solusi bagi nasabah yang mengadopsi *system cashless* (Handayani et al, 2024). Perkembangan penggunaan *mobile banking* oleh perbankan sebagai tuntutan akan meningkatnya kebutuhan transaksi perorangan dan perusahaan, serta didukung oleh adanya kemajuan dalam teknologi telekomunikasi termasuk telepon seluler. Namun dalam implementasinya, penggunaan *mobile banking* saat ini masih terdapat persepsi negatif dari pelanggan, persepsi negatif tersebut berkontribusi terhadap berkurangnya pengguna *mobile banking* di antara para pelanggan perbankan. Adanya persepsi negatif atau ketidakpuasan pelanggan dalam menggunakan *mobile banking*, mengharuskan bank sebagai penyedia layanan mengeluarkan dana atau uang untuk melengkapi fasilitas dan pengembangan aplikasi *mobile banking*. Salah satu alasan kenapa bank-bank mengoptimalkan penggunaan aplikasi *mobile banking* karena

penggunaan *mobile banking* oleh pelanggan dapat mengurangi adanya antrian di bank (Chaidir et al., 2021)

Menurut *Teori Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikembangkan oleh Davis. Teori ini menjelaskan bahwa penerimaan seseorang terhadap teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu *perceived usefulness* (persepsi terhadap kegunaan) dan *perceived ease of use* (persepsi terhadap kemudahan penggunaan). Ketika nasabah merasa bahwa *mobile banking* mudah digunakan dan memberikan manfaat nyata, seperti kemudahan dalam bertransaksi dan efisiensi waktu, maka kepercayaan terhadap layanan tersebut akan meningkat (Jogiyanto, 2007). Kepercayaan ini juga diperkuat oleh persepsi keamanan, keandalan sistem, dan konsistensi layanan yang diterima nasabah dalam penggunaan *mobile banking* (Kusnadi, 2018). Dengan demikian, semakin tinggi tingkat penerimaan teknologi mobile banking, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan nasabah terhadap bank tersebut.

Penggunaan *mobile banking* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepercayaan nasabah terhadap lembaga perbankan. Kemudahan akses, kecepatan layanan, dan efisiensi waktu yang ditawarkan oleh *mobile banking* memberikan pengalaman positif bagi nasabah, yang pada akhirnya meningkatkan rasa percaya mereka terhadap bank. Selain itu, fitur keamanan seperti otentikasi dua faktor, notifikasi transaksi real-time, dan sistem enkripsi yang canggih turut memperkuat persepsi nasabah bahwa bank mampu melindungi data dan dana mereka secara optimal. Kepercayaan nasabah juga tumbuh seiring dengan konsistensi pelayanan digital yang diberikan bank melalui aplikasi *mobile banking*, karena nasabah merasa kebutuhan mereka dapat dipenuhi secara cepat dan aman tanpa harus datang ke kantor cabang. Oleh karena itu, semakin sering dan nyaman nasabah menggunakan *mobile banking*, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan mereka terhadap bank tersebut.

Penggunaan *mobile banking* telah menjadi salah satu inovasi penting dalam industri perbankan modern yang memengaruhi kepercayaan

nasabah terhadap layanan perbankan. Kepercayaan nasabah dipengaruhi oleh kemudahan akses, kenyamanan, dan keamanan yang ditawarkan oleh teknologi *mobile banking*.

Dalam konteks *mobile banking*, jika nasabah merasa bahwa layanan tersebut mudah digunakan dan berguna dalam aktivitas keuangan sehari-hari, maka akan tumbuh rasa percaya terhadap bank penyedia layanan tersebut (Wahyuni, 2020). Selain itu, teori kepercayaan (*Trust Theory*) juga menekankan bahwa kepercayaan dapat dibangun melalui interaksi yang konsisten, dapat diandalkan, dan memberikan pengalaman positif bagi pengguna (Lestari & Hidayat, 2021). Dalam hal ini, fitur keamanan seperti otentikasi dua faktor, enkripsi data, serta notifikasi transaksi real-time memberikan jaminan kepada nasabah bahwa transaksi mereka aman dan terlindungi, yang pada akhirnya memperkuat kepercayaan terhadap institusi keuangan yang bersangkutan. Adanya transparansi informasi dan layanan pelanggan yang responsif melalui aplikasi *mobile banking* juga memperkuat persepsi positif nasabah terhadap bank. Penelitian ini sejalan dengan teori *technology acceptance model* (TAM) dan kepercayaan (*Trust Theory*) hasil penelitian ini sejalan atau menguat penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi et al (2024) hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia.

## **2. Pengaruh perlindungan nasabah terhadap kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bukittingi Pasar Aur.**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial (statistik-t) menunjukkan bahwa perlindungan nasabah berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bukittingi Pasar Aur. Hal tersebut berarti bahwa perlindungan nasabah semakin aman dan privasi maka dapat meningkatkan kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bukittingi Pasar Aur. Dengan demikian hipotesis  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima.

Perlindungan nasabah adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen dari tindakan yang merugikan mereka dalam transaksi barang dan jasa. Secara umum, perlindungan nasabah bertujuan untuk menjaga hak-hak nasabah dan memastikan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab atas produk dan layanan yang mereka tawarkan. Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Nasabah, perlindungan nasabah didefinisikan sebagai segala upaya yang menjamin kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada nasabah. Definisi ini menekankan pentingnya hukum dalam menciptakan kondisi yang adil bagi nasabah dan pelaku usaha, di mana nasabah dapat menikmati hak-haknya dan pelaku usaha menjalankan kewajibannya. Dalam konteks yang lebih luas, perlindungan nasabah juga mencakup pencegahan terhadap praktik bisnis yang tidak adil, termasuk penipuan, iklan yang menyesatkan, dan pengadaan produk yang tidak aman atau tidak sesuai dengan standar (Yusuf et al, 2024). Prinsip-prinsip perlindungan nasabah adalah landasan dasar yang mengatur bagaimana hak-hak nasabah harus dihormati dan dilindungi dalam berbagai transaksi barang dan jasa. Prinsip-prinsip ini juga menjadi pedoman bagi pelaku usaha, pemerintah, dan Lembaga perlindungan nasabah dalam melaksanakan tugas mereka. Prinsip-prinsip ini menjadi landasan utama dalam membangun sistem perlindungan nasabah yang kuat dan efektif, serta memastikan bahwa kepentingan nasabah diutamakan dalam setiap transaksi. Perlindungan nasabah didasarkan pada sejumlah prinsip dasar yang bertujuan untuk menjamin hak-hak nasabah dan menciptakan keseimbangan antara kepentingan nasabah dan pelaku usaha (Yusuf et al, 2024)

Berdasarkan *teori kepercayaan (trust theory)* menyatakan bahwa kepercayaan timbul ketika pihak yang dipercaya menunjukkan kemampuan, integritas, dan niat baik dalam menjaga kepentingan pengguna. Dalam konteks *mobile banking*, perlindungan data mencerminkan bentuk tanggung jawab bank dalam menjaga informasi

sensitif nasabah agar tidak disalahgunakan. Ketika nasabah merasa data pribadinya aman dan tidak bocor, maka kepercayaan terhadap layanan *mobile banking* pun meningkat (Rahardjo, 2019). Selain itu, sistem keamanan seperti enkripsi, autentikasi ganda, dan kepatuhan terhadap regulasi perlindungan data menjadi faktor yang memperkuat keyakinan nasabah terhadap keandalan bank (Sutedi, 2014). Oleh karena itu, semakin baik perlindungan data yang diberikan, maka semakin besar pula kepercayaan nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Dalam perspektif Islam dapat dijelaskan melalui pemikiran pakar ekonomi Islam seperti M. Syafi'i Antonio, yang menekankan bahwa kepercayaan (*tsiqah*) antara nasabah dan lembaga keuangan merupakan kunci utama dalam transaksi berbasis syariah. Kepercayaan terbentuk ketika bank sebagai penyedia layanan *mobile banking* menjalankan prinsip amanah, yaitu menjaga kerahasiaan data dan transaksi nasabah, serta menjauhkan diri dari praktik gharar (ketidakjelasan) dan tadlis (penipuan) (Antonio, 2021). Oleh karena itu, semakin sesuai layanan *mobile banking* dengan nilai-nilai syariah seperti keterbukaan informasi, keamanan transaksi, dan tanggung jawab terhadap perlindungan data, maka semakin tinggi pula kepercayaan nasabah terhadap lembaga tersebut (Karim, 2004). Kepercayaan dalam Islam bukan hanya bersifat rasional, tetapi juga moral dan spiritual, sehingga teknologi yang digunakan dalam perbankan harus membawa nilai maslahat dan tidak menimbulkan mudarat bagi pengguna.

Perlindungan nasabah Bank Syariah berkaitan dengan pengawasan Bank Indonesia adalah Bank Indonesia mengawasi kegiatan operasional Bank Syariah dengan cara, melakukan pengaturan perbankan dan melakukan pengawasan berdasarkan program pengawasan yang dibuat oleh Arsitektur Perbankan Indonesia. Diprogramkan oleh Bank Indonesia sebagai Bank Sentral yang dirancang secara umum untuk semua bank maupun hal-hal yang khusus mengenai Bank Syariah. Secara umum pengawasan terhadap perbankan syariah sama dengan pengawasan pada bank. Perlindungan data nasabah pada bank syariah diatur dalam berbagai

peraturan perundang-undangan di Indonesia guna menjamin keamanan dan kerahasiaan informasi pribadi nasabah. Salah satu dasar hukumnya adalah Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi, yang mengatur hak-hak subjek data, kewajiban pengendali data, dan sanksi atas pelanggaran data pribadi, termasuk data nasabah bank. Selain itu, Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah juga menegaskan bahwa bank syariah wajib menjaga kerahasiaan data dan informasi nasabah, kecuali dalam hal tertentu yang diatur oleh hukum. Ketentuan ini diperkuat oleh Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK), seperti POJK No. 6/POJK.07/2022 tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan, yang menekankan pentingnya perlindungan data konsumen, termasuk di sektor perbankan syariah. Dengan adanya regulasi ini, bank syariah dituntut untuk mengelola dan melindungi data nasabah secara hati-hati, transparan, dan bertanggung jawab sesuai prinsip syariah dan hukum positif yang berlaku.

Kepercayaan nasabah akan meningkat apabila mereka merasa hak-haknya sebagai konsumen dilindungi secara adil, transparan, dan profesional oleh institusi keuangan. Salah satu teori yang dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan ini adalah *Trust Theory*, yang menyatakan bahwa kepercayaan terbentuk dari keyakinan bahwa pihak lain akan bertindak sesuai dengan harapan dan tidak akan mengambil keuntungan secara sepihak. Dalam perbankan, hal ini mencakup jaminan atas keamanan dana, perlindungan data pribadi, serta adanya mekanisme pengaduan yang responsif. Perlindungan konsumen yang efektif menciptakan persepsi bahwa lembaga keuangan bertanggung jawab dan memiliki integritas tinggi, sehingga memperkuat loyalitas nasabah (Sari, 2021). Selain itu, teori *Stakeholder* juga relevan, karena menyatakan bahwa perusahaan harus memperhatikan kepentingan seluruh pemangku kepentingan, termasuk konsumen, demi kelangsungan bisnis jangka Panjang. Oleh karena itu, semakin kuat perlindungan yang diberikan kepada nasabah, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan yang

tumbuh terhadap institusi keuangan tersebut, yang pada akhirnya berdampak pada loyalitas dan retensi jangka panjang. Penelitian ini sejalan dengan teori kepercayaan (*Trust Theory*) hasil penelitian ini sejalan atau menguat penelitian yang dilakukan oleh Nasution & Suprayitno (2022) hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan nasabah berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia.

### **3. Pengaruh penggunaan *mobile banking* dan perlindungan nasabah terhadap kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bukittingi Pasar Aur.**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan (statistik-f) menunjukkan bahwa penggunaan *mobile banking* dan perlindungan nasabah berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bukittingi Pasar Aur. Hal tersebut berarti bahwa penggunaan *mobile banking* dan perlindungan nasabah bagus dalam manajemen-nya maka dapat meningkatkan kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bukittingi Pasar Aur. Dengan demikian hipotesis  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima.

Penggunaan *mobile banking* dan perlindungan nasabah memiliki peran penting dalam membentuk dan meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap bank. Kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan yang ditawarkan oleh layanan *mobile banking* membuat nasabah merasa lebih efisien dalam melakukan transaksi keuangan tanpa harus datang langsung ke kantor cabang. Di sisi lain, kepercayaan nasabah tidak hanya bergantung pada kemudahan layanan, tetapi juga pada sejauh mana bank mampu menjaga keamanan dan kerahasiaan data pribadi mereka. Perlindungan terhadap data nasabah, baik melalui sistem keamanan teknologi maupun kepatuhan terhadap regulasi seperti Undang-Undang Pelindungan Data Pribadi, menjadi fondasi penting dalam membangun rasa aman. Jika bank mampu menyediakan layanan digital yang andal serta menunjukkan komitmen terhadap perlindungan konsumen, maka kepercayaan nasabah akan tumbuh dan semakin menguat. Oleh karena itu, integrasi antara kualitas

layanan *mobile banking* dan perlindungan nasabah secara menyeluruh sangat berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan nasabah dalam jangka panjang.

Penggunaan *mobile banking* dan perlindungan nasabah merupakan dua faktor penting yang saling melengkapi dalam membentuk kepercayaan nasabah terhadap lembaga perbankan di era digital. *Mobile banking* sebagai inovasi teknologi dalam sektor keuangan memberikan kemudahan akses, kecepatan transaksi, dan efisiensi waktu bagi nasabah. Namun, kemudahan ini juga harus didukung oleh sistem perlindungan yang kuat, seperti keamanan data, transparansi informasi, serta perlindungan hukum terhadap penyalahgunaan akun dan kebocoran informasi pribadi. Kedua faktor ini dapat dijelaskan melalui *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Trust Theory*. TAM menjelaskan bahwa adopsi teknologi dipengaruhi oleh persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), yang jika dirasakan secara positif oleh nasabah, akan meningkatkan kepercayaan terhadap sistem perbankan digital (Wahyuni, 2020). Di sisi lain, *Trust Theory* menekankan bahwa kepercayaan dibangun dari persepsi terhadap integritas, kompetensi, dan niat baik penyedia layanan, yang dalam hal ini terwujud melalui perlindungan hak-hak nasabah dan keamanan dalam penggunaan layanan (Sari, 2021). Penelitian ini sejalan dengan teori *technology acceptance model* (TAM) dan kepercayaan (*Trust Theory*) hasil penelitian ini sejalan atau menguat penelitian yang dilakukan oleh Nasution & Suprayitno (2022) hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *mobile banking* dan perlindungan nasabah secara simultan berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan secara parsial dan simultan menunjukkan bahwa:

1. Penggunaan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bukittingi Pasar Aur, artinya semakin mudah dalam penggunaan *mobile banking* maka dapat meningkatkan kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bukittingi Pasar Aur.
2. Perlindungan nasabah berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bukittingi Pasar Aur, artinya semakin privasi dan aman dalam perlindungan nasabah maka dapat meningkatkan kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bukittingi Pasar Aur.
3. Penggunaan *mobile banking* dan perlindungan nasabah berpengaruh secara simultan terhadap kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bukittingi Pasar Aur, artinya semakin meningkat penggunaan *mobile banking* dan perlindungan nasabah maka dapat meningkatkan kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bukittingi Pasar Aur.

#### **B. Implikasi**

Penggunaan *mobile banking* yang mudah, cepat, dan aman memberikan kemudahan dalam bertransaksi serta meningkatkan efisiensi layanan, yang pada gilirannya membentuk persepsi positif terhadap profesionalisme dan modernitas bank syariah. Di sisi lain, perlindungan nasabah, baik dari segi keamanan data maupun perlindungan hukum, menjadi aspek penting dalam menumbuhkan rasa aman dan kepercayaan. Ketika nasabah merasa bahwa hak dan privasinya dilindungi dengan baik, kepercayaan terhadap institusi keuangan syariah akan semakin menguat. Kepercayaan ini sangat penting dalam konteks perbankan syariah karena menyangkut tidak hanya aspek finansial, tetapi juga nilai-nilai etika dan kepatuhan syariah.

Bagi nasabah, penggunaan mobile banking yang aman dan mudah diakses dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan, sehingga memperkuat kepercayaan mereka terhadap bank. Perlindungan nasabah yang efektif, seperti keamanan data dan transparansi informasi, juga berperan penting dalam membangun rasa aman dan loyalitas. Sementara itu, bagi bank, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa investasi dalam teknologi mobile banking dan kebijakan perlindungan nasabah yang kuat dapat meningkatkan kepercayaan nasabah. Hal ini pada gilirannya berdampak pada peningkatan retensi nasabah serta memperkuat reputasi bank di pasar.

Dengan demikian, terdapat sinergi antara inovasi teknologi dan perlindungan nasabah yang menghasilkan manfaat timbal balik: nasabah memperoleh layanan yang nyaman, aman, dan terpercaya, sementara bank mendapatkan loyalitas nasabah serta citra positif sebagai institusi keuangan syariah modern dan profesional.

### **C. Saran**

Berdasarkan temuan bahwa penggunaan *mobile banking* dan perlindungan nasabah berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia Bank Syariah Indonesia KCP Bukittingi Pasar Aur, disarankan agar penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan dengan melibatkan lebih banyak variabel yang berpotensi memengaruhi kepercayaan, seperti kualitas layanan digital, literasi keuangan digital, serta kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah dalam layanan elektronik. Selain itu, Disarankan pula untuk melakukan studi komparatif antar wilayah atau antar bank syariah guna melihat konsistensi pengaruh *mobile banking* dan perlindungan nasabah terhadap kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Ifham. (2015). *Ini Lho Bank Syariah!: Memahami Bank Syariah Dengan Mudah*. Pt Gramedia Pustaka Utama.
- Akob & Sukarno. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile banking* Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Bumn Di Makassar. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 11(2).
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian. *Jurnal Pilar: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 14(1).
- Arikunto. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Pt Rineka Cipta.
- Antonio, M. Syafi'i. (2021). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Budi. (2005). *Aspek Hukum Internet Banking*. Raja Grafindo.
- Chaidir, T., Ro'is, I., & Akhmad Jufri. (2021). Penggunaan Aplikasi *Mobile banking* Pada Bank Konvensional Dan Bank Syariah Di Nusa Tenggara Barat: Pembuktian Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (Utaut). *Elastisitas - Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(1), 61–76.
- Cleanita Imra'atul Khasanah & Nur Huri Mustofa. (2022). Analisis Persepsi Nasabah, Kepercayaan Dan Brand Image Terhadap Minat Dan Keputusan Nasabah Menabung. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(2), 93–111.
- Dadang. (2019). *Sistem Informasi Manajemen Perbankan*. Cv Pustaka Setia,.
- Gassenheimer & Manolis. (2019). The Influence Of Product Customization And Supplier Selection On Future Intention: The Mediating Effects Of Salesperson And Organizational Trust. *Journal Of Managerial*, 13(4).
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali Imam. (2016). *Plikasi Analisis Multivariate Dengan Program. Ibm Spss 23 (Edisi 8)*. Cetakan Ke Viii (Badan Penerbit Universitas Diponegoro.).
- Handayani & Prabowo. (2022). Pengaruh Penggunaan *Mobile banking* Terhadap Kepercayaan Nasabah: Studi Kasus Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Perbankan*, 15(3).

- Handayani Et All. (2024). *Mobile banking Dalam Persepsi Privasi Nasabah*. Syiah Kuala University Press.
- Harsono. (2021). *Perlindungan Nasabah Dalam Perspektif Perbankan Modern Dan Syariah*. Penerbit Akademik.
- Heryani Et All. (2020). Perilaku Penggunaan Internet Banking Sebagai Alat Transaksi Finansial. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, 6(1).
- Hidayat, Kamarudin. (2012). *Hukum Bank Syariah: Teori Dan Praktik*. Upp Amp Ykpn.
- Jogiyanto, H.M. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Kusnadi, D. (2018). *Manajemen Layanan Jasa Keuangan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Khamdan. (2015). *Interaksi Birokrasi Pemerintahan Dengan Lembaga Swadaya Masyarakat (Love And Hate Relationships Penyelenggaraan Pemerintahan Di Kabupaten Jember)*.
- Korosando, F., & Fince, L. (2020). Pengaruh Sosialisasi Layanan *Mobile banking* Dan Persepsi Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Bank Ntt Cabang Ende. *Prima Magistra: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 1(1), 93–101.
- Kurnia, A., Fasa, M. I., & Susanto, I. (2024). *Penerapan M-Banking Dalam Meningkatkan Jasa, Layanan Perbankan Di Bank Syariah Indonesia*. 5.
- Lestari, R., & Hidayat, R. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah *Mobile banking*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 12(1), 45-56.
- Muhammad, A. Kadir. (2020). *Manajemen Risiko Dalam Perbankan Syariah*. Kencana.
- Nasution, A. M., & Suprayitno, E. (2022). Pengaruh Penggunaan E-Banking Dan Perlindungan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnalilmiah Ekonomi Islam*, 8(2).
- Nelda Citra Mahkota & Intan Manggala. (2024). Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Kepercayaan Nasabah Pada Pt Bank Syariah Indonesia Kcp Cilegon Ahmad Yani. *Jurnal Riset Perbankan Syariah*, 43–52.
- Nempung, T., Setiyaningsih, T., & Syamsiah, N. (2015). *Otomatisasi Metode Penelitian Skala Likert Berbasis Web*. November, 1–8.

- Nenti & Angga. (2020). Pengaruh Derivatif Keuangan, Konservatisme Akuntansi Dan Intensitas Aset Tetap Terhadap Penghindaran Pajak. *Journal Of Technopreneurship On Economics And Business Review*, 1(2).
- Nurul Fitria Handoko. (2018). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Komitmen Dan Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah Produk Tabungan Bank Bni Di Surabaya. *Jurnal Perbankan Syariah Indonesia (Jpsi)*, 1(1).
- Pratiwi, A. R., Amalia, S. N., & Gultom, P. (2024). *Pengaruh Penggunaan Mobile banking Dan Potensi Risiko Terhadap Kepercayaan Nasabah Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi*. 9(5).
- Purnama, N. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile banking* Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah Pada Pt Bank Syariah Indonesia Kcp Medan Pulo Brayon. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)*, 4(3), 2154–2162.
- Rahayu. (2016). Minat Nasabah Menggunakan *Mobile banking* Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (Tam) (Studi Kasus Pt Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta). *Jesi (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 5(2).
- Rahmah, Yuslia Naili. (2020). Engaruh Penggunaan Internet Banking Dan Perlindungan Nasabah Pengguna Fasilitas Internet Banking Terhadap Cyber Crime Di Masyarakat Denpasar Selatan. *Tiers Information Technology Journal*, 1(2).
- Rizki & Setiawan. (2022). Pengaruh Perlindungan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 14(3).
- Rizky. (2022). Keamanan Dan Transparansi *Mobile banking* Dalam Meningkatkan Kepercayaan Nasabah. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Digital*, 11(2).
- Rahmawati, D. (2022). Analisis Pengaruh Penggunaan *Mobile banking* terhadap Kepercayaan Nasabah di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 10(2), 101-113.
- Rahardjo, B. (2019). *Keamanan Informasi: Pendekatan Teknikal dan Manajerial*. Yogyakarta: Andi.
- Sutedi, A. (2014). *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika.

- Sari, M. (2021). Pengaruh Perlindungan Konsumen Terhadap Kepercayaan Nasabah di Era Digital Banking. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 9(2), 76–84.
- Saifuddin. (2021). *Loyalitas Pelanggan Terhadap Merek Toko Islami*. Stain Press.
- Santoso. (2022). *Keamanan Data Dan Perlindungan Nasabah: Dampaknya Terhadap Kepercayaan Nasabah Pada Bank Konvensional Dan Syariah*. *Jurnal Hukum Ekonomi*.
- Siyal Dkk. (2019). Predicting Mobile Banking Acceptance And Loyalty In Chinese Bank Customers. *Journal Sage Open*, 1(21).
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Pendidikan. In *Revista De Química* (Vol. 9, Issue 1, Pp. 1–14).
- Sujarweni. (2019). *Analisis Laporan Keuangan Teori, Aplikasi, Dan. Hasil Penelitian*. Pustaka Baru Press.
- Supriyanto. (2023). *Peran Mobile banking Dalam Meningkatkan Kepercayaan Nasabah Di Era Digital*. Penerbit Teknologi Dan Bisnis.
- Sutrisno. (2022). *Pengaruh Keamanan Dan Perlindungan Data Dalam Meningkatkan Kepercayaan Nasabah Terhadap Penggunaan Mobile banking*. Penerbit Buku Akademik.
- Tri & Conny. (2014). *Bank & Institusi Keuangan Non Bank Di Indonesia*. Upp Stim Ykpn.
- Tunru, A. A., Ilahi, R., & Hikmah, N. (2023). Analisis Minat Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Pendidikan Jasmani Di Sdn 027 Samarinda Ulu Kota Samarinda. *Sistema: Jurnal Pendidikan*, 4(1).
- Ujang Sumarwan. (2011). *Prilaku Nasabah: Teori Penerapannya Dalam Pemasaran*. Graha Indonesia.
- Ulfa. (2025). Pengaruh Penggunaan *Mobile banking*, Cyber Crime, Dan Perlindungan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Kota Bandar Lampung). *Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1).
- Utami. (2020). Engaruh Penggunaan E-Banking, Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Bank Bni Syariah Kcp Cilacap. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11).

Wijaya & Andriani. (2023). Perlindungan Nasabah Dan Kepercayaan Nasabah Dalam Sistem Perbankan Indonesia. *Penerbit Ekonomi Dan Hukum*.

Wahyuni, S. (2020). Penerapan Technology Acceptance Model dalam Penggunaan *Mobile banking*. *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi*, 8(3), 122-130.

Yusuf Et All. (2024). *Hukum Perlindungan Nasabah*. Taman Karya.