

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi kini sudah semakin pesat, dan kemajuan teknologi secara sadar ataupun tidak sadar telah banyak mengubah pola kehidupan masyarakat. Dengan perkembangan tersebut, berbagai macam kegiatan atau pekerjaan manusia pun sudah dapat digantikan dengan mesin-mesin otomatis. Adapun Internet menjadi salah satu media dalam melakukan transaksi penjualan dan pembelian. Selain itu internet menjadi media untuk mencari informasi dan bertukar informasi. Teknologi informasi juga mendorong dunia perbankan untuk ikut andil dalam memanfaatkan internet.

Peran teknologi tidak hanya sebagai faktor pendukung, namun berkembang pesat menjadi aspek penentu bagi kemajuan dunia perbankan yang kompetitif. Bank yang tidak mengedepankan teknologi dalam pelayanannya cenderung sulit untuk maju dan berkembang. Keunggulan teknologi yang diterapkan bahkan dapat membangun kepercayaan publik.

Dalam Undang-undang Perbankan Nomor 21 Tahun 2008 yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke

masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.¹ Bank umum yaitu suatu badan usaha yang kegiatan utamanya menerima simpanan dari masyarakat dan atau pihak lainnya, kemudian mengalokasikannya kembali untuk memperoleh keuntungan serta menyediakan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayarannya.²

Sedangkan perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah, dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.³

Bank syariah merupakan *Islamic Financial Institution* dan lebih dari sekadar bank (*beyond banking*) yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadits (tuntunan Rasulullah saw.) yang mengacu pada prinsip muamalah, yakni sesuatu itu boleh dilakukan, kecuali jika ada larangannya dalam Al-Qur'an dan hadits yang mengatur hubungan antar manusia terkait ekonomi, sosial, politik.⁴

Bank sebagai suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa, masyarakat sudah mengetahui bagaimana sistem pelayanan bank pada

¹ UU RI NO. 21 Tentang Perbankan Syariah Tahun 2008

² Julius R. Latumaerissa, *Manajemen Bank Umum*, (Jakarta : Mitra Wacana Media, 2014), hal. 4

³ UU RI BAB 1 Pasal 1 Tentang Perbankan Syariah

⁴ Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2014), hal. 7

umumnya. Pola transaksi berkaitan dengan penulisan data terlebih dahulu, mengantri secara langsung antara nasabah atau dengan *teller* bank yang membutuhkan waktu tunggu yang cukup lama. Kebanyakan dari nasabah bank menginginkan pelayanan yang sederhana dan praktis tanpa harus mengantri dalam bertransaksi dan membuang waktu. Pelayanan manual dirasa kurang efisien, karena kesibukan orang sebagai nasabah pada saat ini semakin meningkat.

Aktifitas jasa perbankan, akhir-akhir ini merupakan aktivitas yang diharapkan oleh bank untuk dapat meningkatkan pendapatan bank yang berasal dari *fee* atas jasa perbankan tersebut. Beberapa bank berusaha untuk meningkatkan teknologi dan sistem informasi agar dapat memberikan pelayanan jasa yang dapat memberikan kepuasan kepada nasabah. Pelayanan yang dapat memuaskan nasabah adalah pelayanan jasa yang cepat dan akurat. Saat ini harapan-harapan nasabah dalam pelayanan jasa bank adalah kecepatan dan keakuratannya, sehingga bank berlomba-lomba untuk selalu berinovasi dalam memberikan produk layanan jasanya.⁵

Dukungan Islam terhadap kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi sangat diyakini adanya. Terbukti dari sejarahnya ulama-ulama terkemuka pada abad ke-9 dan ke-10 seperti Al-Khawarizmi ahli

⁵ Ismail, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Kencana Prenamedia Group, 2010), hal. 6

matematika, Abbas Qasim ibnu Firnas konseptor ahli pesawat terbang, Jabir bin Hayyan sebagai bapak kimia, dan para ulama-ulama lainnya. Teknologi informasi diciptakan dengan tujuan mempermudah urusan manusia, Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah (1) Ayat 185:

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ

Artinya:

“...Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu...”⁶

Al-A'la (87) Ayat 8:

وَنُيَسِّرُكَ لِلْيُسْرَىٰ

Artinya:

*Dan Kami akan memudahkan bagimu ke jalan kemudahan (mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat)*⁷

Dari ayat tersebut, bank syariah hadir dengan produk dan jasa yang ditawarkan berbasis syariah, tak terkecuali sistem teknologi informasi (*mobile banking*) yang sesuai syariah.

Mobile Banking merupakan salah satu layanan perbankan yang menerapkan teknologi informasi. Layanan ini menjadi peluang bagi bank untuk menawarkan nilai tambah kepada pelanggan. *Mobile Banking* atau biasa disebut *m-Banking* merupakan suatu layanan perbankan yang diberikan oleh pihak bank untuk mendukung

⁶Al-Qur'an Terjemah dan Asbabun Nuzul Ar-Rahim, *Mushaf Terjemah* (Makassar: Sulawesi Selatan: 2014), hal. 28

⁷Al-Qur'an Terjemah dan Asbabun Nuzul Ar-Rahim, *Mushaf Terjemah* (Makassar: Sulawesi Selatan: 2014), hal. 591

kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan. Keefektifan dan keefisienan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi *Mobile Banking* tidak akan berjalan, jika tidak didukung oleh telepon seluler dan internet.

Perkembangan internet di Indonesia setiap tahunnya mengalami peningkatan. Berikut adalah diagram statistik mengenai pertumbuhan internet di Indonesia yang bersumber dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia).



Sumber : Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII)

Gambar 1.1

Pengguna Internet di Indonesia Dari Tahun 1998-2017

Berdasarkan diagram di atas, pengguna internet dari tahun ke tahun semakin meningkat. Dari tahun 1998 sampai tahun 2015 pertumbuhan pengguna internet sudah tinggi, yaitu dari 5 juta pengguna internet naik sampai 110 juta pengguna di tahun 2015.

Namun, setelah tahun 2015 pengguna internet melonjak tinggi menjadi 143 juta pengguna internet di tahun 2017.⁸

Davis et. Al. mengemukakan bahwa adanya manfaat yang dirasakan oleh pemakai teknologi informasi akan meningkatkan minat mereka untuk menggunakan teknologi informasi.

Persepsi kemudahan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang bukan untuk menyulitkan pemakainya, tetapi justru mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya. Dengan kata lain, seseorang yang menggunakan sistem akan bekerja lebih mudah dibandingkan dengan seseorang yang tidak menggunakan sistem atau bekerja secara manual.

Davis memberikan beberapa indikator kemudahan terhadap suatu sistem informasi (termasuk *mobile banking*) yaitu⁹: mudah dipelajari dan dioperasikan, mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna, dan menambah keterampilan para pengguna. Semakin mudah suatu sistem untuk dipelajari dan digunakan, maka hal tersebut akan meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*.

Persepsi manfaat layanan *mobile banking* akan bermanfaat jika layanan tersebut mudah dimengerti serta mampu menjalin interaksi

⁸ “Penetrasi Pengguna Internet” <https://www.apjii.or.id/> , diakses pada 21 Sep. 2019, pukul 17.07 WIB.

⁹ Davis, F.D. “*Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*”, *MIS Quarterly*, Vol. 13 No. 5.

dengan penggunaannya. Bank menyediakan layanan cek saldo, transfer antar rekening, info kurs dan sebagainya dalam mobile banking, dengan tujuan memberi kemudahan bagi nasabahnya untuk bertransaksi. Penggunaan *mobile banking* bagi nasabah dapat menghemat waktu dan biaya (biaya transportasi), karena nasabah tidak harus mendatangi bank secara langsung hanya sekedar untuk melakukan transaksi, karena *mobile banking* memberi pelayanan selama 24 jam. Nasabah dapat melakukan transaksi kapanpun dan dimanapun bahkan ketika kantor bank sudah tutup.

Persepsi kegunaan (*usefulness*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.¹⁰ Variabel persepsi kegunaan diukur dengan instrumen yang dikembangkan oleh Koufaris. Indikator yang digunakan untuk variabel kegunaan sebagai berikut: menjadikan lebih mudah, berguna, menambah produktifitas, mengembangkan kinerja.

Minat perilaku (*behavioral intention*) menurut Jogiyanto adalah suatu keinginan atau minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku (*behavioral*) jika mempunyai keinginan atau minat (*behavioral intention*) untuk

¹⁰ Davis, F.D. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology", *MIS Quarterly*, Vol. 13 No. 5.

melakukannya.¹¹ Minat berhubungan dengan perilaku-perilaku atau tindakan-tindakan, akan tetap minat dapat berubah menurut waktu, semakin lebar interval waktu, semakin dimungkinkan terjadi perubahan-perubahan minat seseorang.

Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten titik tujuan dalam dunia pendidikan tidaklah cukup melalui disiplin-disiplin akademik dalam arti perkuliahan. Dengan demikian, penulis tertarik untuk melakukan penelitian kepada mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Dipilihnya Mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam karena untuk memudahkan peneliti dalam menyusun penelitian ini. Beitupun dengan Mahasiswa yang menjadikan *mobile banking* sebagai alat untuk bertransaksi seperti Mahasiswa saat ini melakukan pembayaran biaya spp melalui transaksi perbankan, dikarenakan sebagian mahasiswa berada di luar daerah dan mahasiswa melakukan transaksi keuangan melalui bank.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang : **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA UIN SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN MENGGUNAKAN MOBILE BANKING”**

¹¹ Jogiyanto, *Sistem Informasi Keprilakuan* (Yogyakarta: Andi, 2007), hal. 116

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang diatas, permasalahan dari penelitian ini adalah belum adanya hasil dari faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan *mobile banking*. Oleh karena itu peneliti melakukan penelitian ini untuk mengatasi permasalahan tersebut yaitu kurangnya minat mahasiswa menggunakan *mobile banking*. Dalam penelitian yang akan penulis kaji hanya memfokuskan penelitian dilihat dari faktor psikologis nasabah/ mahasiswa, yaitu tentang persepsi nasabah. Persepsi nasabah disini lebih mengacu kepada keempat variabel yaitu tentang persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, persepsi manfaat dan minat menggunakan *mobile banking*.

Maka didapatkan pernyataan penelitian sebagai berikut:

1. Masih rendah minat mahasiswa untuk menggunakan *mobile banking* dari segi manfaat.
2. Masih rendah minat mahasiswa menggunakan *mobile banking* dari segi kemudahan.
3. Masih rendah minat mahasiswa menggunakan *mobile banking* dari segi kegunaan.
4. Kurangnya rasa perhatian mahasiswa untuk menggunakan *mobile banking*.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan. Maka masalah pokok dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *mobile banking*?
2. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *mobile banking*?
3. Apakah persepsi kegunaan berpengaruh terhadap persepsi minat mahasiswa menggunakan *mobile banking*?
4. Apakah Persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, berpengaruh secara simultan terhadap minat mahasiswa menggunakan *mobile banking*?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat mahasiswa menggunakan *mobile banking*.
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *mobile banking*.
3. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *mobile banking*.

4. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi kegunaan berpengaruh secara simultan terhadap minat mahasiswa menggunakan *mobile banking*.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan, penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan serta menambah kemampuan dibidang penelitian.

2. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat serta menambah wawasan dan pengetahuan. Diharapkan dapat menambah referensi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

3. Bagi Bank

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sarana informasi yang dapat digunakan perusahaan (Bank Syariah di Indonesia) dan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan ketika akan menetapkan kebijakan dalam pemberian layanan kepada nasabah.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan rujukan untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti dalam bidang perbankan syariah khususnya mengenai Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Menggunakan *Mobile Banking*.

F. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu dapat dijadikan sebagai acuan dalam menyusun penelitian, agar hasil karya ilmiah ini murni karya sendiri.

1. Penelitian Maya Angela Silvia penelitian dengan judul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Ahmad Yani Makassar. Penelitian ini menyimpulkan hasil dari beberapa variabel, diantaranya persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*, persepsi daya guna berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*, persepsi kenyamanan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*, persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*, dan minat nasabah berpengaruh terhadap minat

nasabah menggunakan *internet banking* BRI Makassar.

Perbedaan skripsi oleh Maya Angela Silvia yaitu, pada variabel *Internet Banking*. Sedangkan persamaan skripsi ini terdapat pada variabel Minat Nasabah.¹²

2. Penelitian Nisa Ayu Purwati penelitian dengan judul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan hasil dari variabel-variabel yang berpengaruh signifikan yaitu, persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dan dapat diterima, persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dan dapat diterima, persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dan dapat diterima, persepsi resiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat nasabah terbukti dan diterima, persepsi biaya berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat nasabah terbukti dan dapat diterima, persepsi kepatuhan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dan dapat diterima.

Perbedaan skripsi oleh Nisa Ayu Purwati yaitu, variabel persepsi.

¹² Maya Angela Silvia, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Ahmad Yani," (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar, 2014), hal. 83

Persamaan penelitian ini terdapat pada variabel minat nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking*.¹³

3. Penelitian Irfan Nurahmadi Harish penelitian dengan judul Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri (Cabang Depok). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan nasabah dan kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan *mobile banking*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode kuesioner, studi kepustakaan dengan menggunakan skala likert, serta menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Objek penelitian ini adalah pengguna *mobile banking*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel kepercayaan nasabah dan kualitas layanan pada *mobile banking* secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah. Dalam penelitian ini diperoleh nilai Fhitung sebesar 61,339 dengan nilai Sig sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel 3,158 dan nilai Sig lebih kecil dari

¹³ Nisa Ayu Purwati, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah (Studi Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh)," (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2018), hal. 69

0,05. Dengan demikian H0 ditolak dan H1 diterima. Hal ini mengartikan bahwa kepercayaan nasabah dan kualitas layanan mobile banking secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan, terdapat pada perubahan variabel yang digunakan pada penelitian saya menambahkan variabel bebas persepsi kemudahan, kemanfaatan, dan penggunaan. Objek dari penelitian saya yaitu nasabah/para mahasiswa pengguna *mobile banking*. Persamaan penelitian ini dengan Irfan yaitu terletak pada variabel *mobile banking*.¹⁴

4. Penelitian Mislah Hayati Nasution dan Sutisna dengan judul Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap *Internet Banking*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap *Internet Banking*. Hasil penelitian ini yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *Internet Banking* di PT. Bank BNI Syariah Cabang Bogor adalah salah satunya faktor kemudahan, keamanan, kenyamanan, efisien dan praktis. Faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi minat

¹⁴ Irfan Nurahmadi Harish, "Pengaruh Kepercayaan Nasabah Dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah," (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2017), hal. 92

nasabah dalam menggunakan *Internet Banking* di PT. Bank BNI Syariah Cabang Bogor adalah faktor kenyamanan. Perbedaan penelitian ini terdapat pada variabel *Internet Banking*. Dan persamaan penelitian ini adalah minat nasabah.¹⁵

5. Penelitian Rahmawati dan Noer Ariska Idola dengan judul Pengaruh Keputusan Nasabah untuk Menggunakan Fasilitas *Mobile Banking* dalam Standar Pelayanan di PT. Bank BRI Syariah Cabang Pekanbaru. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh keputusan nasabah untuk menggunakan fasilitas *Mobile Banking*. Hasil dari penelitian ini yaitu, hasil dari pengolahan data dari persamaan regresi yaitu $Y = 4,297 + 0,635 X1 + 0,056 X2 + 0,269 X3 + -0,159 X4$. Selanjutnya dari hasil uji t variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan keputusan adalah faktor budaya terbukti dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $4,438 > 1,996$, faktor sosial sebesar $0,586 < 1,996$, faktor pribadi sebesar $2,015 > 1,996$ dan faktor psikologi sebesar $-1,170 < 1,996$. Sedangkan uji f $t_{hitung} > f_{tabel}$ terbukti sebesar $5,887 > 2,51$ dengan nilai signifikannya $0,000 < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sedangkan hasil uji koefisien determinasi menunjukkan persentase variabel faktor budaya, faktor

¹⁵ Mislah Hayati Nasution, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Terhadap Internet Banking," Jurnal Nisbah Vol 1 No. 1 (Januari-Maret, 2015) Fakultas Ekonomi Islam Universitas Djuanda, hal. 72

sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi terhadap keputusan nasabah sebesar 0,275 (27,5%) dan sisanya 72,5% dijelaskan oleh variabel lain diluar model regresi. Kesimpulannya faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Perbedaan penelitian ini terdapat pada variabel keputusan nasabah. Dan persamaan penelitian ini pada variabel *Mobile Banking*.¹⁶

G. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pembahasan dalam penelitian akan disusun dalam beberapa BAB, berisi uraian sebagai berikut:

BAB I merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II merupakan landasan teori yang terdiri dari deskripsi teori, kerangka pemikiran teoritis, dan hipotesis.

BAB III menguraikan secara rinci mengenai objek penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik pengukuran data, variabel penelitian, jenis metode penelitian, dan teknik analisis data.

¹⁶ Rahmawati, "Pengaruh Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Fasilitas Mobile Banking dalam Standar Pelayanan di PT. Bank BRI Syariah Cabang Pekanbaru", Jurnal Al-Hikmah Vol 15 No. 2 (Oktober, 2018) Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau, hal. 41

BAB IV memuat deskripsi singkat hasil penelitian, yang terdiri dari deskripsi responden, pengujian hipotesis.

Merupakan bagian penutup yang berisi kesimpulan berdasarkan hasil peneliti dan diakhiri dengan saran sebagai bahan masukan dan penutup.