

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.2 Perilaku Konsumen

Landasan teori dalam penelitian ini merujuk pada konsep perilaku konsumen yang berfokus pada niat berperilaku (*Behavioral Intention*). Menurut Haqi (2024:28) *behavioral intention* merupakan tingkat kekuatan niat seseorang. Untuk menampilkan perilaku tertentu, yang dalam hal ini adalah minat nasabah untuk menggunakan produk perbankan. Berdasarkan model teori yang digunakan, niat tersebut dipicu oleh dua faktor utama yaitu persepsi keamanan (sejauh mana nasabah yakin bahwa transaksi mereka terlindungi dari risiko) dan persepsi kemudahan (sejauh mana nasabah percaya bahwa layanan tersebut bebas dari usaha yang berat).

Penjelasan mengenai hubungan antar variabel ini diperkuat oleh penerapan *Technology Acceptance Model (TAM)* sebagaimana dikemukakan oleh Wulandari et al., (2022:127) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan dan keamanan secara signifikan membentuk sikap penggunaan nasabah. Sikap positif yang muncul dari rasa aman dan kemudahan prosedur ini kemudian menjadi determinan utama dalam meningkatkan intensitas *behavioral intention*. Dengan demikian, teori ini sangat relevan untuk menjelaskan bagaimana kemudahan proses administrasi dan jaminan keamanan pada produk Kredit Guna Bhakti (KGB) di bank bjb Kantor

Cabang Sumedang dapat menstimulasi minat nasabah untuk melakukan keputusan pengambilan kredit.

2.2.1 Perbankan

Perbankan merupakan segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Pasal 1, bank di definisikan sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Sebagai lembaga keuangan, bank memiliki peran strategis sebagai lembaga intermediasi. Menurut Nasfi et al., (2022:15) fungsi intermediasi ini dilakukan dengan menghimpun dana dari pihak yang membutuhkan dana (*surplus unit*) dan menyalurkannya kepada pihak yang membutuhkan dana (*deficit unit*). Dalam konteks ini, penyaluran dana dalam bentuk kredit seperti Kredit Guna Bhakti (KGB) pada bank bjb, yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan finansial nasabah sekaligus mendorong perputaran ekonomi.

2.2.2 Service Excellent

Service Excellent atau pelayanan prima adalah suatu standar pelayanan yang diberikan oleh perusahaan untuk memenuhi atau melampaui harapan pelanggan secara konsisten. Menurut Pitaloka et al. (2021:105) pelayanan prima yang dilakukan oleh frontliner perbankan merupakan strategi kunci untuk membangun

citra positif dan mempertahankan nasabah. Pelayanan prima bukan hanya sekadar keramahan, melainkan mencakup kecepatan, ketepatan, serta kemampuan petugas dalam memberikan rasa aman kepada nasabah saat melakukan transaksi atau pengajuan kredit.

2.2.2.1 Persepsi Keamanan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia kata persepsi memiliki arti tanggapan langsung dari sesuatu. Persepsi adalah pengalaman objek, peristiwa, atau hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi memberikan makna pada stimulus sensorik (Chairunnisa, 2023:16). Menurut Stephen P. Robbins (dalam Chairunnisa, 2023:16), mendefinisikan persepsi sebagai proses yang dilakukan individu untuk mengatur dan menafsirkan atau menginterpretasikan kesan sensorik mereka untuk memberi makna pada lingkungan mereka. Sedangkan menurut Kinichi dan Kreitner (dalam Chairunnisa, 2023:16) persepsi merupakan proses kognitif yang dirasakan setiap orang dalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan dan penciuman.

Keamanan adalah serangkaian langkah, kebijakan, dan praktik yang dirancang untuk melindungi informasi penting seseorang dari ancaman, serangan, dan kemungkinan penyalahgunaan. Keamanan adalah kondisi atau keadaan yang bebas dari ancaman, bahaya, atau kerusakan yang dapat merusak integritas, kerahasiaan, dan ketersediaan suatu sistem atau informasi (Ali & Fitri, 2025:156). Keamanan mencakup perlindungan informasi dan sistem yang dapat merugikan seseorang atau organisasi dari bentuk berbagai ancaman ataupun

kejahatan. Menurut Widiani (dalam Ali & Fitri, 2025:156). Dalam sektor perbankan, keamanan berfokus pada perlindungan terhadap data nasabah, transaksi finansial, dan sistem perbankan secara keseluruhan, untuk menghindari ancaman seperti peretasan, pencurian data, atau penipuan online.

Kinasih et al (dalam Ali & Fitri, 2025:19) mendefinisikan persepsi keamanan sebagai kemungkinan keyakinan subjektif yang dimiliki konsumen bahwa informasi pribadi mereka (dalam aspek perdata dan moneter) tidak akan dilihat, disimpan, dan dimanipulasi pihak lain selama dalam perjalanan dan penyimpanan, sehingga secara konsisten meningkatkan harapan kepercayaan diri mereka.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan proses kognitif individu dalam menerima dan menafsirkan informasi dari lingkungan sehingga membentuk pemahaman terhadap suatu objek atau peristiwa. Sedangkan keamanan adalah kondisi serta serangkaian upaya perlindungan terhadap informasi dan sistem dari berbagai ancaman yang dapat merugikan. Dalam konteks perbankan, keamanan berperan penting dalam menjaga kerahasiaan, integritas, dan ketersediaan data serta transaksi nasabah. Oleh karena itu, persepsi keamanan dapat didefinisikan sebagai keyakinan atau penilaian subjektif individu terhadap tingkat keamanan suatu sistem atau layanan dalam melindungi data pribadi dan informasi finansial dari berbagai ancaman, yang pada akhirnya mempengaruhi tingkat kepercayaan dan keamanan individu dalam menggunakan layanan tersebut. Semakin tinggi persepsi keamanan yang dirasakan, semakin besar

pula tingkat kepercayaan dan kenyamanan individu dalam menggunakan layanan tersebut.

Variabel Persepsi Keamanan dalam penelitian ini diukur menggunakan empat indikator yang diadaptasi dari Arisandi & Pradana (2022:4), empat indikator tersebut diantaranya:

1. Keamanan Teknis (*Technical Security*)

Keamanan teknis ini merujuk pada keyakinan nasabah terhadap keandalan infrastruktur dan prosedur teknis yang digunakan bank bjb dalam memproses kredit. Dalam konteks Kredit Guna Bhakti (KGB), keamanan teknis mencakup perlindungan sistem verifikasi data dan proses pencairan dana agar terhindar dari manipulasi pihak yang tidak bertanggung jawab. Nasabah merasa aman jika sistem perbankan yang mengelola data kredit mereka memiliki standar proteksi yang tinggi.

2. Perlindungan Privasi (*Privacy Protection*)

Perlindungan privasi berkaitan dengan jaminan bahwa data pribadi nasabah akan dijaga kerahasiaannya. Mengingat pengajuan Kredit Guna Bhakti (KGB) melibatkan dokumen sensitif seperti SK Pegawai, slip gaji, dan data keluarga, bank perlu memastikan penyimpanan dokumen fisiknya disimpan dengan aman. Karena nasabah membutuhkan keyakinan bahwa bank bjb tidak akan menyalahgunakan atau membocorkan informasi tersebut kepada pihak ketiga tanpa izin.

3. Keamanan Transaksi (*Transaction Security*)

Indikator ini berfokus pada aspek operasional harian selama masa tenor kredit. Bagi nasabah Kredit Guna Bhakti (KGB), keamanan transaksi sangat krusial dalam hal akurasi pemotongan angsuran otomatis (*autodebet*) dari rekening gaji. Nasabah merasa aman apabila yakin bahwa sistem pendebetan berjalan tepat jumlah dan tepat waktu tanpa adanya kesalahan teknis yang merugikan saldo tabungan mereka.

4. Pernyataan Jaminan (*Guarantee Statement*)

Pernyataan jaminan merupakan bentuk kepastian hukum dan kepatuhan regulasi. Nasabah merasa terlindungi apabila bank bjb memberikan jaminan bahwa seluruh proses kredit dilakukan sesuai dengan aturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Adanya transparansi mengenai hak dan kewajiban dalam akad kredit memberikan ketenangan bagi nasabah dari risiko kerugian finansial atau sengketa hukum di masa depan.

2.2.2.2 Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan merupakan suatu bentuk keyakinan seseorang bahwa penggunaan sistem atau layanan itu bersifat intuitif, praktis serta fleksibel untuk dipelajari serta dioperasikan. Menurut Davis (dalam Ashary et al.,2022:30) kemudahan penggunaan merupakan tingkat ekspektasi pengguna terhadap usaha yang harus dikeluarkan untuk menggunakan sebuah sistem. Persepsi kemudahaan yaitu artinya seseorang tidak butuh usaha yang besar dan sulit saat melakukan usahanya dengan menggunakan teknologi informasi (Widjana dalam Rahmawati, & Rahmi, 2019:160) Atas definisi tersebut, persepsi kemudahan dalam pengajuan

kredit adalah keyakinan nasabah bahwa prosedur dan proses pengajuan kredit mudah dipahami, tidak rumit, tidak memerlukan usaha yang besar dalam memenuhi persyaratan maupun melengkapi administrasi.

Menurut Jogiyanto (dalam Rahmawati & Rahmi, 2019:160) Persepsi kemudahan adalah terbebasnya suatu usaha yang dapat diukur apabila sejauh mana seseorang menggunakan suatu teknologi. Jogiyanto juga menyebutkan (dalam Djaja et al., 2022:38) bahwa pengertian kemudahan yaitu seberapa yakin seseorang untuk percaya dalam memakai suatu teknologi terbebas dari kesulitan. Dalam konteks ini, hal tersebut berarti tingkat keyakinan nasabah bahwa seluruh tahapan layanan kredit dapat diselesaikan dengan lancar, praktis dan tanpa hambatan teknis ataupun administrasi yang berarti.

Dapat disimpulkan dari penjelasan diatas, bahwa persepsi kemudahan adalah tingkat keyakinan atau anggapan seseorang bahwa suatu sistem atau layanan dapat dipelajari dan dijalankan dengan praktis, sehingga tujuan pengguna dapat tercapai secara efektif, sehingga dapat meminimalisir penggunaan waktu dan tenaga yang berlebihan.

Variabel Persepsi Kemudahan dalam penelitian ini diukur menggunakan tiga indikator yang diadaptasi dari Davis et al. (2019:30), indikatornya sebagai berikut:

1. Mudah Dipelajari (*Easy to Learn*)

Indikator ini menilai seberapa mudah nasabah memahami proses, persyaratan, dan aturan layanan kredit dengan waktu yang singkat dan usaha

yang minimal. Dalam penelitian ini, Mudah dipelajari menunjukkan bahwa nasabah bank menganggap proses pengajuan kredit, pengisian formulir, serta memahami skema angsuran itu mudah dan tidak membingungkan.

2. Mudah Digunakan (*Easy to Use*)

Indikator mudah digunakan berkaitan dengan kelancaran proses transaksi dan efisiensi waktu, ketika nasabah berinteraksi dengan *Customer Service* bagian layanan Kredit. Indikator ini menekankan kemudahan akses operasional baik melalui petugas frontliner ataupun pendukung perbankan lainnya, sehingga nasabah dapat mengurangi hambatan administratif. Apabila prosedur pengajuan sederhana, persyaratan dokumen tidak rumit, dan proses verifikasi responsif, layanan kredit dianggap mudah digunakan. Pengalaman pelanggan yang baik dengan proses pinjaman akan meningkatkan minat nasabah dan mendorong mereka untuk menggunakan layanan tersebut.

3. Mudah Mendapatkan Informasi (*Easy to Access Information*)

Ini menunjukkan seberapa transparan, akurat, dan mudah mendapatkan data atau rincian tentang kredit dapat diakses oleh nasabah. kemudahan mendapatkan informasi tercermin dari ketersediaan brosur yang jelas, penjelasan yang mudah diakses melalui staf bank, maupun ketersediaan informasi pada kanal digital. Aksesibilitas terhadap rincian suku bunga, plafon kredit, dan jangka waktu pelunasan yang dapat diperoleh tanpa melalui proses yang berbelit akan memberikan rasa percaya diri bagi nasabah. Ketika nasabah merasa informasi yang dibutuhkan tersedia setiap

saat, persepsi kemudahan secara keseluruhan akan meningkat dan berdampak positif pada minat mereka.

2.2.2.3 Minat Nasabah

Minat adalah suatu kecenderungan untuk memberikan suatu perhatian dan bertindak untuk melakukan suatu aktivitas atau situasi yang menjadi obyek dari minat tersebut yang disertai dengan perasaan senang (dalam Romdhoni & Sari, 2018:141) Pada dasarnya jika seseorang tersebut mempunyai minat pada sesuatu, maka ia akan dapat menerima dengan baik dan bersikap positif dengan suatu obyek atau lingkungan yang menjadi obyek minatnya.

Menurut Wahab (Chairunnisa, 2023:14) minat merupakan suatu kecenderungan untuk memperhatikan dan bertindak terhadap orang, aktivitas, atau situasi yang merupakan objek minat disertai perasaan senang. Dengan kata lain, ada upaya untuk mendekati, menguasai, dan berhubungan dari subjek yang dilakukan dengan perasaan senang, atau lebih sederhananya ada daya tarik dari objek yang diamati. (Wadud dalam Chairunnisa, 2023:14). Kotler menyebutkan (dalam Saraswati & Mardhiyah, 2022:99) minat adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut dan akhirnya timbul keinginan untuk membeli dan dapat memiliki produk tersebut.

Komarudin menyebutkan (dalam ningrum, 2020:18) bahwa minat nasabah adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen. Sedangkan Menurut Kanuk (dalam

Romadloniyah & Prayitno, 2018:703) minat nasabah yaitu pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk alternatif dan evaluasi hal yang dapat menimbulkan minat beli konsumen. Pengaruh eksternal ini terdiri dari usaha pemasaran dan faktor sosial budaya.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa minat merupakan kecenderungan atau dorongan dalam diri seseorang yang disertai perasaan senang dan ketertarikan terhadap suatu objek, sehingga menimbulkan keinginan untuk mendekati, mencoba, atau memiliki objek tersebut. Dalam konteks penelitian ini, minat nasabah adalah kecenderungan atau keinginan nasabah untuk mengajukan Kredit Guna Bhakti (KGB) di bank bjb setelah melalui proses pertimbangan, evaluasi, serta dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal. Semakin tinggi ketertarikan dan keyakinan nasabah terhadap suatu layanan, maka semakin besar pula kemungkinan nasabah tersebut untuk mengambil keputusan dalam menggunakan layanan kredit tersebut.

2.2.2.4 Dimensi Minat Nasabah

Menurut Trisetyanto (Chairunnisa, 2023:15) terdapat 4 indikator terkait minat nasabah. Indikatornya sebagai berikut:

1. Minat Transaksional

Minat transaksional merujuk pada kecenderungan atau niat kuat seorang nasabah untuk melakukan transaksi nyata, yaitu mengajukan Kredit Guna Bhakti (KGB). Dalam penelitian ini, hal tersebut digambarkan dengan keinginan nasabah untuk memilih produk KGB sebagai solusi pendanaan

mereka di antara produk bank lainnya. Semakin tinggi minat transaksional, semakin besar kemungkinan nasabah akan mendatangi bank bjb Kantor Cabang Sumedang untuk memproses pengajuan kredit tersebut.

2. Minat Referensial

Minat referensial mencerminkan kerelaan nasabah untuk merekomendasikan produk KGB kepada orang lain, seperti rekan kerja sesama pegawai (PNS/P3K) atau anggota keluarga. Nasabah yang merasa puas atau tertarik pada layanan KGB cenderung akan menceritakan pengalaman positifnya dan menyarankan orang lain untuk menggunakan jasa tersebut. Indikator ini sangat kuat pengaruhnya karena rekomendasi dari mulut ke mulut sering kali lebih dipercaya oleh calon nasabah baru.

3. Minat Preferensial

Minat preferensial menggambarkan perilaku nasabah yang menjadikan Kredit Guna Bhakti (KGB) sebagai pilihan utama atau prioritas utama mereka dibandingkan produk kredit serupa dari bank pesaing. Nasabah memiliki kesetiaan tertentu pada produk ini dan hanya akan mempertimbangkan alternatif lain jika terjadi perubahan signifikan pada produk KGB yang dianggap merugikan mereka. Hal ini menunjukkan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap keunggulan kompetitif yang ditawarkan bank bjb.

4. Minat Eksploratif

Minat eksploratif menggambarkan perilaku nasabah yang secara aktif mencari informasi lebih lanjut mengenai produk KGB. Hal ini mencakup upaya nasabah untuk bertanya kepada staf bank bjb, mencari informasi melalui kanal digital, atau mempelajari rincian bunga dan plafon untuk mendukung keyakinan mereka terhadap sifat-sifat positif produk tersebut. Nasabah dengan minat eksploratif tinggi ingin memastikan bahwa keputusan mereka memilih KGB didukung oleh data yang akurat.

2.3 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti, Tahun, Tempat & Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	Chairunnisa, S. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Keamanan terhadap Minat Masyarakat dalam Bertransaksi Menggunakan Layanan Pembayaran digital QRIS.	Meneliti pengaruh persepsi kemudahan dan keamanan terhadap minat menggunakan layanan pembayaran <i>digital</i> .	Perbedaan terletak pada objek penelitian dan lokasi penelitian.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat.	Chairunnisa, S. (2023). Skripsi. Repository Universitas Medan Area.
2	Junaedi & Neneng. (2023). Pengaruh persepsi manfaat, keamanan dan kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> .	Meneliti variabel keamanan dan kemudahan terhadap minat nasabah.	Penelitian sebelumnya meneliti <i>mobile banking</i> , sedangkan penelitian ini meneliti produk Kredit Guna Bhakti	Keamanan dan kemudahan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> .	Junaedi & Neneng. (2023). <i>Islamic Banking and Economic Law</i> .

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
			(KGB) pada bank bjb.		
3	Huda, N. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Masyarakat.	Meneliti variabel kemudahan dan minat masyarakat.	Fokus pada minat terhadap lembaga keuangan mikro.	Persepsi kemudahan prosedur berpengaruh positif terhadap minat masyarakat.	Huda, N. (2022). Skripsi. UIN Syahada Padangsidimpuan.
4	Putra, A., et al. (2022). Analisis Pengaruh Persepsi Keamanan dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah.	Menguji variabel Keamanan dan Kemudahan terhadap Minat Nasabah.	Fokus pada perbankan digital, bukan kredit spesifik (KGB).	Keamanan dan kemudahan penggunaan secara signifikan menjadi faktor penentu minat nasabah dalam bertransaksi.	Putra, A., et al. (2022). Skripsi. Universitas Komputer Indonesia.
5	Agustia & Lisdayanti. (2022), Bandar Lampung. Pengaruh Persepsi Keamanan dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen <i>E-Commerce</i> Bukalapak pada Generasi Z Kota bandar Lampung.	Meneliti pengaruh keamanan dan kemudahan terhadap minat.	Penelitian terdahulu meneliti minat beli ulang <i>e-commerce</i> bukalahap, sedangkan penelitian ini meneliti minat nasabah pada produk Kredit Guna Bhakti (KGB).	Penelitian menunjukkan bahwa persepsi keamanan dan persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat konsumen.	Agustia & Lisdayanti. (2022). Jurnal Bisnis Manajemen dan Ekonomi.
6	Mukhtisar et al. (2021). <i>The Effect of Perceived Ease of Use on Intention to Use on Bank Syariah Indonesia Mobile Banking Users is Mediated by E-Trust and Religiosity as Moderators.</i>	Sama-sama meneliti pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat nasabah.	Penelitian sebelumnya meneliti <i>mobile banking</i> BSI, sedangkan penelitian ini meneliti minat nasabah pada produk Kredit Guna Bhakti (KGB) di bank bjb.	Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> .	Mukhtisar et al., (2021). <i>Global Journal of Islamic Banking and Finance</i> , Volume -3, No - (1)
7	Syarif, M., et al. (2021). Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah. Jurnal Ekonomi Islam.	Variabel penelitian meliputi Keamanan dan Minat Nasabah.	Konteks penelitian pada Bank Syariah.	Keamanan transaksi memiliki pengaruh yang sangat kuat dalam membangun minat dan kepercayaan nasabah.	Syarif, M., et al. (2021). Jurnal Ekonomi Islam, 4(1).

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
8	Ningrum, R. (2020), Palu. Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Kemudahan, dan Risiko terhadap Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> .	Variabel penelitian meliputi Kemudahan dan Minat Nasabah.	Konteks penelitian pada Bank Syariah, Objek penelitiannya beda.	Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking, sedangkan manfaat dan kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan.	Ningrum, R. (2020). Skripsi. Repository UIN Datokarama Palu.
9	Pranoto & Setianegara. (2020). Persepsi manfaat, kemudahan dan keamanan terhadap minat nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> .	Meneliti variabel kemudahan dan keamanan terhadap minat.	Peneliti sebelumnya menambahkan variabel manfaat.	Kemudahan dan keamanan berpengaruh positif terhadap minat nasabah.	Pranoto & Setianegara. (2020). Jurnal Ilmiah Keunis, Vol.8 No.1.
10	Yuliantini. (2019). Analisis Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah.	Meneliti kaitan antara kemudahan penggunaan dan minat.	Menggunakan subjek penelitian pada sistem aplikasi perbankan.	Semakin tinggi persepsi kemudahan, semakin tinggi minat nasabah untuk menggunakan produk tersebut.	Yuliantini. (2019). Jurnal Akuntansi dan Bisnis.

Sumber: Diolah penulis, 2026

2.4 Kerangka Pemikiran

Perkembangan industri perbankan yang pesat menuntut bank bjb untuk terus berinovasi dalam memberikan layanan keuangan yang cepat, aman dan efisien. Produk Kredit Guna Bhakti (KGB) sebagai fasilitas kredit konsumtif bagi pegawai berpenghasilan tetap memerlukan pendekatan kualitas layanan yang unggul untuk mempertahankan minat nasabah di tengah persaingan industri jasa keuangan dan *fintech*. Menurut Kotler dan Keller (2016:152) minat nasabah merupakan sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian

timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut dan akhirnya timbul keinginan untuk membeli dan dapat memiliki produk tersebut.

Menurut Trisetyanto (Chairunnisa, 2023:15) minat nasabah dapat diukur melalui empat indikator utama. Pertama, yaitu minat transaksional yaitu menunjukkan kecenderungan seseorang untuk melakukan pembelian atau penggunaan produk. Kedua, minat referensial menunjukkan kesediaan untuk merekomendasikan produk kepada orang lain. Ketiga, minat preferensial menggambarkan pilihan utama terhadap suatu produk dibandingkan produk lain. Terakhir, minat eksploratif menunjukkan keinginan seseorang untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai produk tersebut.

Faktor pertama yang mempengaruhi minat tersebut adalah persepsi keamanan (X1), didefinisikan sebagai keyakinan nasabah bahwa seluruh proses kredit berlangsung secara aman dan terlindungi dari risiko kebocoran data pribadi (Syarif et al, 2021:42). Merujuk pada dimensi persepsi keamanan mencakup empat dimensi utama, yaitu: (1) keamanan teknis (*technical security*), ini berkaitan dengan keandalan sistem dan prosedur bank dalam memproses kredit; (2) perlindungan privasi (*privacy protection*), hal ini berkaitan dengan jaminan bahwa data pribadi nasabah akan dijaga kerahasiaannya, seperti SK pegawai dan slip gaji; (3) keamanan transaksi (*transaction privacy*) yang memastikan ketepatan proses autodebet angsuran; serta (4) pernyataan jaminan (*guarantee statement*) kepatuhan terhadap regulasi Otoritas Jasa Keuangan (OJK), jaminan terhadap keamanan dokumen sensitif seperti SK pegawai. Menurut Schiffman dan Wisenblit

(2019:234), persepsi terhadap risiko menentukan keputusan konsumsi. Jika nasabah merasa bahwa transaksi autodebet angsuran dikelola dengan sistem yang terenkripsi dan patuh pada regulasi OJK, maka rasa percaya nasabah akan meningkat, pada akhirnya mendorong penguatan minat mereka untuk menggunakan layanan (Saraswati & Mardhiyah, 2022:103).

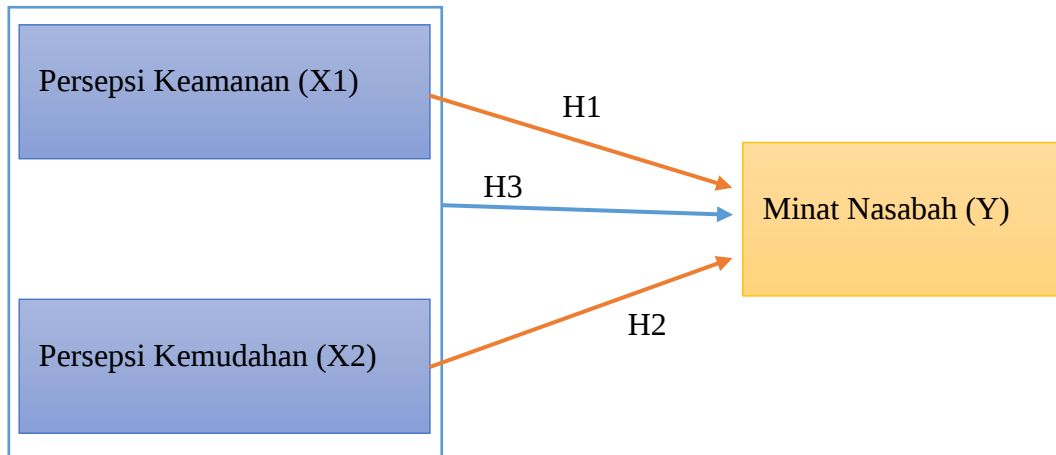
Faktor kedua adalah persepsi kemudahan (X2), yang mencerminkan sejauh mana nasabah merasa bahwa prosedur pengajuan Kredit Guna Bhakti (KGB) mudah dipahami, fleksibel dan tidak memerlukan usaha yang berlebihan. Berdasarkan konsep *Technology Acceptance Model (TAM)*, kemudahan penggunaan adalah prediktor utama niat berperilaku. Dimensi kemudahan dalam penelitian ini mencakup aspek, (1) mudah untuk dipelajari (*easy to learn*), yang menunjukkan bahwa prosedur dan persyaratan kredit mudah dimengerti; (2) mudah untuk digunakan (*easy to use*), yang berkaitan dengan kelancaran proses administrasi dan efisiensi waktu; serta (3) mudah mendapatkan informasi (*easy to access information*), yang tercermin dari transparansi informasi mengenai suku bunga, plafon kredit, dan jangka waktu pelunasan. Ningrum (2020:58) menemukan bahwa transparansi informasi mengenai suku bunga, plafon kredit, serta jangka waktu pelunasan yang mudah diakses dapat meningkatkan minat eksploratif nasabah terhadap suatu produk kredit. Apabila nasabah merasa bahwa prosedur administrasi dianggap tidak rumit, nasabah akan memiliki kecenderungan minat yang lebih tinggi untuk memilih produk KGB.

Secara simultan, minat nasabah tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, melainkan oleh kombinasi antara persepsi keamanan dan kemudahan. Keamanan

memberikan rasa percaya (trust), sedangkan kemudahan memberikan kenyamanan (convenience) dalam proses penggunaan layanan. Penelitian Chairunnisa (2023:45) menunjukkan bahwa persepsi keamanan dan kemudahan secara simultan berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam produk perbankan. Integrasi antara perlindungan data dan kemudahan prosedur menjadi faktor kunci yang menentukan tingkat penerimaan nasabah. Oleh karena itu, semakin baik persepsi nasabah terhadap keamanan dan kemudahan, maka semakin tinggi pula minat nasabah dalam menggunakan produk Kredit Guna Bhakti (KGB).

Secara sintesis, berdasarkan metodologi penelitian kuantitatif Sugiyono (2021: 68), penelitian ini mengajukan pemikiran bahwa persepsi keamanan (X1) berpengaruh terhadap minat nasabah (Y), dan persepsi kemudahan (X2) berpengaruh terhadap minat nasabah (Y), baik secara parsial maupun simultan. Persepsi keamanan berperan dalam membangun kepercayaan terhadap layanan perbankan, sedangkan persepsi kemudahan berperan dalam mengurangi hambatan dalam proses pengambilan keputusan. Dengan demikian, semakin positif persepsi nasabah terhadap kedua variabel tersebut, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk melakukan transaksi, memilih, dan merekomendasikan produk Kredit Guna Bhakti (KGB) pada bank bjb Kantor Cabang Sumedang (Chairunnisa, 2023:62). Model hubungan ini menunjukkan bahwa kombinasi antara rasa aman dan kemudahan layanan merupakan determinan utama dalam membentuk minat perilaku nasabah terhadap produk perbankan.

Berikut ini adalah gambar kerangka pemikiran penelitian ini:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Diolah penulis, 2026

2.5 Hipotesis

Menurut Rogers (dalam Yam dan Taufik, 2021:97): "Hipotesis adalah dugaan tentatif tunggal digunakan menyusun teori atau eksperimen dan diuji"; Creswell dan Creswell (dalam Yam dan Taufik, 2021:97): "Hipotesis adalah pernyataan formal menyajikan hubungan yang diharapkan antara variabel independen dan variabel dependen"; Abdullah (dalam Yam dan Taufik, 2021:97): "Hipotesis adalah jawaban sementara yang hendak diuji kebenarannya melalui penelitian".

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis adalah suatu pernyataan atau dugaan sementara, formal, dan tentatif yang menunjukkan hubungan antara variabel tertentu. Selain itu, hipotesis dibuat untuk menguji validitasnya melalui penelitian atau eksperimen.

Berdasarkan gambaran masalah yang diajukan, hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh antara persepsi keamanan dan kemudahan prosedur Kredit Guna Bhakti (KGB) terhadap minat nasabah pada PT Pembangunan Daerah Jawa barat dan Banten Tbk. Kantor Cabang Sumedang.

H2: Terdapat pengaruh antara persepsi keamanan prosedur Kredit Guna Bhakti (KGB) terhadap minat nasabah Pada PT Pembangunan Daerah Jawa barat dan Banten Tbk. Kantor Cabang Sumedang.

H3: Terdapat pengaruh antara persepsi kemudahan prosedur Kredit Guna Bhakti (KGB) terhadap minat nasabah Pada PT Pembangunan Daerah Jawa barat dan Banten Tbk. Kantor Cabang Sumedang.