



Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah
ISSN: 2527 - 6344 (Printed), ISSN: 2580 - 5800 (Online)
Accredited No. 204/E/KPT/2022
DOI: <https://www.doi.org/10.30651/jms.v9i1.21492>
Volume 9, No. 1, 2024 (210-220)

ANALISIS TRANSAKSI *MOBILE BANKING* BANK SYARIAH TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF NASABAH BSI SOLORAYA

Berliana Sukmawati

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

berlianasukmawati31@gmail.com

Waluyo

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Waluyo.ma@staff.uinsaid.ac.id

Abstract

In this era of information technology, the behavior of customers or consumers has changed a lot in conducting banking transactions, mobile banking is one of the types of services that banks provide to their customers in order to make it easier to carry out banking transactions anywhere because many customers put forward the convenience and encourage customers to behave consumptively in online transactions. The purpose of this study was to determine the form of mobile banking transactions of Sharia bank customers, what factors influence the consumers' behavior in using mobile banking, and the consumption behavior in mobile banking transactions of BSI customers was reviewed in the perspective of Islamic economics. This type of research is qualitative descriptive research, using a phenomenological approach, to collect data, and researchers dive directly into the field to obtain primary data sources using observation and interview methods to interviewees. The results of this study show that: 1) The form of mobile banking transactions of BSI KC Solo customers is almost the same as mobile banking in general, which distinguishes that there are Islamic services on BSI Mobile, 2) The advantages and convenience that exist such as the availability of 24-hour services and security, which is another factor, namely the income factor, 3) Some BSI KC Solo customers behave consumptively in using mobile banking where this does not correspond to the economic price Islam.

Keywords: Mobile banking, Consumptive Behavior, Customer, Sharia Bank

Abstrak

Era teknologi informasi sekarang ini perilaku nasabah atau konsumen banyak berubah dalam melakukan transaksi perbankan, mobile banking merupakan salah satu jenis pelayanan yang diberikan bank kepada nasabahnya agar dapat memudahkan melakukan transaksi perbankan dimanapun karena nasabah banyak yang mengedepankan kemudahan maka mendorong nasabah berperilaku konsumtif dalam transaksi online. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bentuk transaksi mobile banking nasabah bank syariah, faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi nasabah berperilaku konsumtif dalam menggunakan mobile banking, dan perilaku konsumtif dalam bertransaksi *mobile banking* nasabah BSI ditinjau dalam perspektif ekonomi

Islam. Jenis penelitian ini yaitu penelitian deskriptif kualitatif, dengan menggunakan dengan menggunakan pendekatan fenomenologis, untuk mengumpulkan data maka peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mendapatkan sumber data primer dengan menggunakan metode observasi dan wawancara kepada narasumber. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Bentuk transaksi *mobile banking* nasabah BSI KC Solo hampir sama dengan *mobile banking* pada umumnya yang membedakan yaitu terdapat layanan islami pada BSI Mobile, 2) Keunggulan serta kemudahan yang ada seperti tersedianya layanan 24 jam serta keamanan yang menjadi faktor lainya yaitu faktor pendapatan , 3) Sebagian nasabah BSI KC Solo berperilaku konsumtif dalam menggunakan *mobile banking* dimana hal ini tidak sesuai dengan prinsip ekonomi islam.

Kata kunci: *Mobile banking*, Perilaku Konsumtif , Nasabah , Bank Syariah

1. Pendahuluan

Perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi telah merambah berbagai sektor kehidupan, dan salah satu transformasi yang paling mencolok terjadi dalam ranah perbankan. Inovasi yang patut dicatat dalam sektor ini adalah pengenalan *mobile banking*, suatu layanan yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan dengan mudah melalui perangkat smartphone mereka. Dalam konteks ini, Bank Syariah Indonesia (BSI) muncul sebagai pelopor dengan merilis layanan *mobile banking*nya, BSI Mobile, pada bulan Februari 2021.

Mobile banking tidak hanya menjadi alat bantu transaksi, tetapi telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat, termasuk nasabah BSI di wilayah Solo Raya. Meskipun layanan ini relatif baru dibandingkan dengan alternatif perbankan tradisional, *mobile banking* telah melampaui status ketidaktahuan, dan sebagian besar masyarakat telah akrab dengan konsep dan kemudahan yang ditawarkannya.

Namun, di balik kenyamanan dan efisiensi transaksi yang ditawarkan oleh *mobile banking*, terdapat potensi pengaruh yang mungkin memengaruhi perilaku konsumtif nasabah. Perilaku konsumtif, sebagai suatu bentuk perilaku belanja yang tidak didasarkan pada pertimbangan rasional, tetapi dipicu oleh keinginan yang mungkin sudah melewati batas kewajaran, dapat menjadi dampak samping dari kemudahan akses yang ditawarkan oleh *mobile banking*. Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam analisis transaksi *mobile banking* Bank Syariah Indonesia terhadap perilaku konsumtif nasabah BSI di wilayah Solo Raya.

Kemudahan belanja sekarang dan dibayar nanti dapat memberikan keuntungan bagi penggunaannya apabila dilakukan dengan penuh perhitungan. Kemudahan dalam mendapatkan akses pembiayaan dan shopping life style merupakan dorongan kuat bagi kalangan muda tertarik menggunakan layanan beli sekarang bayar nanti. memiliki pengaruh yang kuat dalam menentukan impulse buying transaksi pada e-commerce (Wahyuni & Setyawati, 2020).

Tujuan utama penelitian ini adalah memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang sejauh mana *mobile banking* dapat memengaruhi perilaku konsumtif nasabah. Penelitian ini juga diarahkan untuk memberikan masukan



berharga kepada BSI dalam merancang strategi layanan *mobile banking* yang lebih baik, sehingga dampak negatif dari perilaku konsumtif nasabah dapat diminimalkan.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa penggunaan *mobile banking* dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif nasabah. Sebagai contoh, penelitian yang dilakukan oleh Khan, Sharma, dan Blankson (2014) mengindikasikan bahwa *mobile banking* dapat merangsang perilaku konsumtif, terutama dalam konteks pembelian barang-barang yang pada dasarnya tidak perlu atau kurang diperlukan. Dengan demikian, penelitian ini memiliki tujuan untuk memperluas cakupan pengetahuan tentang dampak *mobile banking* terhadap perilaku konsumtif, dengan fokus khusus pada nasabah BSI di wilayah Solo Raya.

Dalam kerangka ini, kontribusi penelitian ini diharapkan dapat melengkapi literatur yang sudah ada mengenai pengaruh *mobile banking* terhadap perilaku konsumtif. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi BSI dan lembaga keuangan syariah lainnya dalam pengembangan dan implementasi layanan *mobile banking* yang lebih efektif dan responsif terhadap kebutuhan nasabah.

Dengan demikian, pemahaman mendalam tentang korelasi antara transaksi *mobile banking* dan perilaku konsumtif nasabah dapat membuka peluang bagi perbaikan strategis dan pengelolaan risiko yang lebih baik di sektor perbankan syariah. Dengan pemikiran ini, penelitian ini menjadi relevan dalam menghadapi dinamika perubahan perilaku konsumtif di era digital, khususnya dalam konteks penggunaan layanan perbankan melalui *platform mobile*.

2. Kajian Pustaka

2.1. Analisis

Menurut Wiradi dalam Hadiyanto & Makinuddin (2006)), Analisis atau analisa adalah aktifitas yang memuat sejumlah kegiatan seperti mengurai, membedakan, memilah sesuatu untuk digolongkan dan dikelompokkan kembali menurut kriteria tertentu kemudian dicari maknanya dan di tafsir maknanya.

Menurut Komaruddin (2002), Analisa atau analisis adalah sebuah kegiatan berfikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi komponen sehingga dapat mengenali tanda-tanda komponen, hubungannya satu sama lain, dan fungsi masing masing dalam suatu keseluruhan yang terpadu.

Menurut Harahap dalam Azwar (2019), Pengertian analisis adalah memecahkan atau menguraikan sesuatu menjadi unit kecil. Berdasarkan dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa analisa atau analisis adalah kegiatan berupa proses mengamati sesuatu dengan memilah, mengurai, membedakan dan mengelompokkan menurut kriteria tertentu untuk mengetahui informasi yang sebenarnya.

2.2. *Mobile banking (M-Banking)*

Menurut Riswandi (2005), M-banking suatu layanan inovatif yang yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan pengguna kegiatan transaksi



perbankan melalui *smartphone*. *M-banking* atau yang lebih dikenal dengan sebutan *m-banking* merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti *handphone*, dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui aplikasi (unggulan) pada *handphone*. Melalui adanya *handphone* dan layanan *m-banking* transaksi perbankan yang biasanya dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, kini dapat dilakukan tanpa harus mendatangi gerai bank, hanya dengan menggunakan *handphone* nasabah dapat menghemat waktu dan biaya, selain menghemat waktu *mobile banking* juga bertujuan agar nasabah tidak ketinggalan jaman dalam menggunakan media elektronik yang sudah modern.

Menurut Cermati.com (2015), *Mobile banking* adalah sebuah layanan yang disediakan bank kepada para nasabahnya untuk melakukan berbagai transaksi perbankan melalui berbagai fitur yang ada pada *smartphone*. Sekilas layanan *mobile banking* ini serupa dengan layanan SMS banking, namun pada kenyataannya *mobile banking* memiliki lebih banyak fitur dibanding dengan SMS banking. Dimana SMS banking hanya memuat informasi lalu dari pesan singkat saja, namun dengan *mobile banking* kita bias melakukan berbagai layanan transaksi melalui fitur yang telah tersedia. Untuk dapat menggunakan akses fitur tersebut kita hanya menggunakan dua cara yang mudah, yaitu dengan mengunduh aplikasi layanan *mobile banking* di app-store; dan dengan mengakses melalui menu provider. Namun tidak semua provider memiliki layanan *mobile banking* ini.

Menurut Mubiyanto & Syaefullah (2014), *Mobile banking* atau M-banking adalah fasilitas yang dimiliki perbankan untuk menggunakan alat komunikasi seperti ponsel dan *smartphone* menyediakan transaksi perbankan melalui SMS (pesan singkat) di ponsel. Seluler, layanan perbankan memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan aktivitas perbankan transaksi seperti pengecekan saldo, transfer antar akun dan lain-lain.

Menurut Febrianta & Indrawati (2016), *Mobile banking* merupakan bagian dari teknologi perbankan online yang merupakan terobosan dalam layanan informasi perbankan melalui teknologi nirkabel terkini. Meskipun lebih dulu ATM, telepon dan internet banking sebagai penunjang perbankan, *mobile banking* menawarkan keunggulan lain yang membuat transaksi menjadi lebih singkat dan efisien. *Mobile banking* dapat digunakan selama 24 jam dalam melakukan transaksi perbankan yang dapat dilakukan dimana saja selama nasabah tersambung dengan internet yang ada di *smartphone*.

Menurut Khusna (2020), *Mobile banking*, yang merupakan bagian dari e-commerce sebagai pembawa data perbankan melalui jaringan nirkabel yang telah disempurnakan, bank merekomendasikan penggunaan teknologi yang ada di *smartphone* untuk mendorong kelancaran dan kenyamanan. Keunggulan *mobile banking* adalah nasabah dapat menggunakannya untuk berbisnis dimanapun, kapanpun, tanpa batas waktu. Layanan *mobile banking* meliputi transfer uang, transaksi non finansial, transfer rekening dan

pembayaran tagihan hanya melalui smartphone. Penggunaan fungsi mobile banking memungkinkan pembayaran tak terbatas antara bank dan pelanggan. Salah satu keunggulan mobile banking adalah nasabah dapat melakukan transaksi dimanapun, kapan saja, diluar jam buka bank (Sumarwan, 2015).

Menurut Rosyid et al. (2019), layanan mobile banking dapat diakses melalui menu yang telah tersedia melalui aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal nasabah. Mobile banking lebih user-friendly dibandingkan dengan sms banking karena nasabah tidak perlu mengingat format sms yang dikirimkan bank, untuk menggunakan mobile banking nasabah harus terlebih dahulu mendaftarkan ke bank atau ATM dahulu. Nasabah dapat menggunakan layanan mobile banking melalui aplikasi yang telah terinstal di ponsel. Setelah membuka aplikasi nasabah harus memasukkan username dan password untuk login. Dalam hal ini, nasabah dapat memilih menu transaksi yang tersedia dan meminta OTP saat menyelesaikan transaksi.

2.3. Perilaku Konsumtif

Menurut Kotler & Keller (2008), perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka.

Menurut Rosandi (2004), Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah rasional. Perilaku konsumtif adalah perilaku mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang atau tidak diperlukan.

Menurut Maulana dalam Hidayah (2015), Perilaku konsumtif merupakan perilaku dimana timbulnya keinginan untuk membeli suatu barang yang kurang diperlukan untuk memenuhi kepuasan pribadi. Dalam psikologi, hal ini dikenal dengan istilah *compulsive buying disorder* (kecanduan belanja), dimana orang yang terjebak didalamnya tidak bisa membedakan mana kebutuhan dan mana keinginan.

Sedangkan Waluyo & et.al (2008) juga mengemukakan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku atau gaya hidup yang suka membelanjakan uang tanpa pertimbangan yang matang.

Berdasarkan menurut ahli diatas peneliti menyimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah sebuah tindakan atau perilaku membeli serta menggunakan barang maupun jasa secara berlebihan tanpa pertimbangan yang matang dengan tujuan untuk memenuhi keinginan pribadi.

3. Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang digunakan untuk mengetahui atau untuk menggambarkan kenyataan dari kejadian yang diteliti sehingga memudahkan untuk mendapatkan



data yang objektif. Sugiyono (2016) menyebutkan bahwa metode penelitian kualitatif digunakan peneliti pada kondisi objek ilmiah. Menurut Moleong (2005), penelitian kualitatif adalah “penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, motivasi, persepsi, tindakan, dll., secara holistik, dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan Bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Berdasarkan dari pengertian diatas dapat diketahui bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bersifat alamiah dan data yang dihasilkan berupa data deskriptif. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menerapkan studi lapangan (*field research*). Studi lapangan merupakan salah satu jenis penelitian kualitatif dimana peneliti mengamati dan berpartisipasi secara langsung di lokasi tempat data berada.

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologis yang pendekatannya disesuaikan dengan melihat kenyataan yang ada dilapangan melalui observasi. Adapun kriteria yang ditentukan oleh peneliti sebagai subjek adalah mereka yang terlibat pada kegiatan yang diteliti, memahami dan mengetahui informasi terkait penelitian.

Berdasarkan hal tersebut, subjek dalam penelitian ini dipilih dengan kriteria sebagai berikut:

1. Nasabah Bank Syariah Indonesia
2. Pengguna layanan digital BSI *Mobile banking*
3. Bersedia untuk di wawancara

Pada penelitian ini memilih nasabah yang memiliki latar belakang profesi yang berbeda-beda didasarkan kepada pertimbangan bahwa penelitian kualitatif lebih mementingkan informasi yang banyak daripada banyaknya jumlah informan. Oleh karena itu , maka penetapan subjek penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *field research* atau sesuai dengan tujuan atau kriteria populasi penelitian. Adapun data informan terdapat pada Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1 Data Informan

No.	Nama	Keterangan
1.	SN	Mahasiswi berusia 21 tahun
2.	HR	



3.	WN	Ibu berusia 35 tahun, pekerjaan buruh pabrik, pendidikan terakhir SMA
4.	RS	Ibu muda berusia 29 tahun, pekerjaan Pegawai bank, pendidikan terakhir S1 Remaja muda berusia 25 tahun, pekerjaan buruh pabrik, pendidikan terakhir SMA

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan melakukan observasi, wawancara dan studi dokumentasi.

1. Observasi

Observasi (pengamatan) adalah metode pengumpulan data secara pengamatan langsung dengan menggunakan penglihatan, penciuman, pendengaran, perabaan kalau perlu dengan pengecapan yang digunakan untuk menghasilkan data penelitian. Observasi dilakukan.

2. Wawancara

Wawancara merupakan proses memperoleh keterangan dengan cara Tanya jawab sambil bertatap muka antara seseorang yang berusaha sedang menggali informasi dengan orang yang diwawancarai untuk mendapatkan informasi yang kongkrit dengan permasalahan yang sedang diteliti. Adapun objek yang menjadi narasumber peneliti dalam metode wawancara adalah nasabah bank BSI Solo dengan menggunakan wawancara terstruktur.

3. Dokumentasi

Merupakan suatu cara pengumpulan data dimana peneliti dapat memperoleh informasi bukan dari orang sebagai narasumber, tetapi mereka memperoleh informasi dari macam-macam sumber yang tertulis atau dari dokumen yang ada pada informan. Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan dokumen-dokumen terkait dengan permasalahan yang diteliti yang berasal dari pihak yang bersangkutan.

Penelitian ini menggunakan triangulasi metode sebagai teknik pengukuran keabsahan data menurut Wirawan (2011), triangulasi adalah suatu pendekatan riset yang memakai suatu kombinasi lebih dari satu strategi dalam satu penelitian untuk menjangkau data/informasi. Dengan mengumpulkan kemudian membandingkan multipel data set satu sama lain, triangulasi membantu meniadakan ancaman bagi setiap validitas dan reabilitas data.

Penelitian ini menggunakan metode triangulasi metode seperti yang dijelaskan oleh Moleong (2005). Triangulasi metode dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berbeda. Peneliti menggunakan teknik yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Peneliti ini dapat menggunakan observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Melalui berbagai perspektif diharapkan dapat memperoleh hasil yang mendekati



kebenaran. Karena itu triangulasi tahap ini dilakukan jika ada data atau informasi yang diperoleh dari subjek atau informan penelitian diragukan kebenarannya.

4. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan wawancara dan observasi yang telah dilakukan, penulis dapat menguraikan tentang media komunikasi yang digunakan oleh para nasabah . Dalam penelitian ini penulis memperoleh hasil mengenai penggunaan *Mobile banking* terhadap perilaku konsumtif nasabah .

Sn, sebagai nasabah BSI dari tahun 2021 menyampaikan bahwa:

“Kemudahan yang diberikan oleh layanan mobile banking membuat saya kadang tidak sadar melakukan transaksi secara terus-menerus yang mendorong saya lebih boros dari sebelum saya menggunakan aplikasi mobile banking ini, saya sering menggunakan metode transfer ketika melakukan pembayaran karena menurut saya lebih simpel dan tidak merepotkan saya, apabila pesanan datang dan saya tidak dirumah kurir bisa menitipkan barang pesanan saya kepada orang yang berada dirumah tanpa memusingkan biayanya karena pembayaran sudah dilakukan diawal”

Hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa kemudahan yang ada pada BSI mobile menyebabkan saudara Sn lebih boros, beliau selalu ingin bertransaksi secara online karena menurut beliau bertransaksi secara online lebih simpel. Keterangan diatas didukung oleh keterangan yang disampaikan oleh saudara Hr yang mengatakan bahwa:

“Saya dalam menggunakan mobile banking tetap menjaga pola konsumsi saya agar tidak boros , saya juga tidak sembarang memesan barang, saya slalu mempertimbangkan setiapingin bertransaksi agar tidak boros begitu saja.”

Hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa saudara Hr tetap menjaga pola konsumsinya ketika ingi memesan barang online agar ia terhindar dari sikap boros. Namun pendapat lain disampaikan oleh saudara Wn yang mengatakan bahwa:

“Semenjak menggunakan aplikasi mobile banking atau BSI mobile saya lebih sering memesan online yang menurut saya itu agak boros dari biasanya, saya paling suka membeli pakaian, perabot rumah tangga walaupun barang lainnya masih layak tapi kalo lagi pengen yang baru yah saya akan mememesanya lagi.”

Wawancara terhadap narasumber diatas menggambarkan bahwa *mobile banking* menyebabkan nasabah ingin terus bertransaksi yang menyebabkan nasabah semakin boros dari biasanya.

Kemudahan *mobile banking* ini bisa saja berpengaruh terhadap pengeluaran nasabah apabila nasabah selalu bertransaksi. Seperti hal yang diungkapkan oleh saudara Rs yang mengatakan bahwa:

“saya suka memesan online lalu membayarnya menggunakan BSI mobile yang biasanya saya beli itu tas, tas saya sudah lumayan banyak tapi jika ada model baru yang menurut saya lebih menarik saya akan tetap membelinya walaupun saya masih mempunyai tas yang lain yang masih layak pakai”.



Hasil wawancara dari berbagai narasumber di atas dapat disimpulkan bahwa nasabah BSI KC Solo cukup konsumtif dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* bisa dilihat dari pola konsumsinya yang semakin sering bertransaksi setelah menggunakan *mobile banking* yang menyebabkan pengeluaran yang semakin hari semakin meningkat yang jika di biarkan terus-menerus akan mengarah pada sikap boros yang dimana ini sangat tidak sejalan dalam Islam.

4. Kesimpulan dan Saran

Jurnal berjudul "Analisis Transaksi *Mobile banking* Bank Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif Nasabah BSI SOLORAYA" meneliti bagaimana penggunaan *mobile banking* oleh nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Solo Raya mempengaruhi perilaku konsumtif mereka. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa BSI Mobile, yang diluncurkan pada Februari 2021, memberikan kemudahan bagi nasabah untuk bertransaksi, beribadah, dan berbagi melalui fitur layanan yang dikembangkan oleh bank tersebut.

Namun, kemudahan ini juga berdampak pada perilaku konsumtif nasabah. Beberapa nasabah mengungkapkan bahwa mereka menjadi lebih boros setelah menggunakan *mobile banking*. Mereka merasa tidak dibatasi oleh waktu dan tempat, sehingga seringkali melakukan transaksi secara impulsif dan tidak rasional. Selain itu, data dari bank menunjukkan peningkatan pengeluaran nasabah setiap bulan, terutama untuk transaksi transfer, pembelian, dan pembayaran. Tetapi tidak semua nasabah berperilaku boros. Beberapa nasabah lainnya justru berusaha menjaga pola konsumsi mereka dan tidak sembarangan dalam melakukan transaksi, meskipun menggunakan *mobile banking*. Mereka berusaha memprioritaskan kebutuhan dan mengesampingkan keinginan atau kemewahan dalam berkonsumsi.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan *mobile banking* dapat mempengaruhi perilaku konsumtif nasabah, baik secara positif maupun negatif. Oleh karena itu, penting bagi nasabah untuk menggunakan layanan ini dengan bijaksana dan mempertimbangkan setiap transaksi yang mereka lakukan. Tuliskan temuan-temuan atau kesimpulan serta saran Anda di sini. Jika Anda merasa kesimpulan tersebut perlu diberi nomor, silahkan menggunakan dengan cara biasa.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan di atas, penulis memberikan saran yang bertujuan untuk kebaikan dan pemahaman terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking*.

1. Untuk nasabah jangan sampai kemudahan yang ada menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif dalam menggunakan aplikasi *mobile banking*.
2. Untuk semua pihak agar menghindari faktor apa saja yang dapat menyebabkan seseorang menjadi konsumtif.



3. Untuk peneliti selanjutnya, sekiranya melakukan penelitian terkait BSI mobile menggunakan penelitian kuantitatif dan menambahkan variabel terkait penelitian yang lebih banyak lagi.

5. Daftar Pustaka

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Azwar. (2019). *Analisis Kualitas Layanan Sistem Manajemen Apartur Responsif Terpadu Menggunakan Metode Servqual*. Universitas Muhammadiyah Riau.
- Cermati.com. (2015). *Mengenal Mobile Banking, Apa Kelebihan dan Kekurangannya?* Cermati.Com. <https://www.cermati.com/artikel/mengenal-mobile-banking-apa-keunggulan-dan-kekurangannya>
- Febrianta, A., & Indrawati. (2016). Influence of Mobile Banking Service Quality To Customer Satisfaction Bank Bca in Bandung. *E-Proceeding of Management*, 22879–22885. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/3194>
- Hadiyanto, T., & Makinuddin. (2006). *Analisis Sosial*. Yayasan Akatiga.
- Hidayah, R. . (2015). *Perilaku Konsumtif dalam Membeli Produk Fashion pada Mahasiswa Putri di Surakarta (Naskah Publikasi)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Khusna, I. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bri Syariah Kc Manado-Tendean* [IAIN Manado]. <https://doi.org/https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i3.660>
- Komariah, D. S. dan A. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Komaruddin. (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
- Kotler, & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*.
- Moleong, L. . (2005). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Mubiyanto, A., & Syaefullah. (2014). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Pengguna, Persepsi Kesesuaian dan Persepsi Resiko terhadap Sikap Penggunaan Mobile banking. *Jurnal Akuntansi Universitas Brawijaya*.
- Riswandi, B. A. (2005). *Aspek Hukum Internet Banking*. Persada.
- Rosandi, A. F. (2004). *Perbedaan Perilaku Konsumtif antara Mahasiswa Pria dan Wanita di Universitas Katolik Atma Jaya*. Fakultas Psikologi.
- Rosyid, M. I., Ariyanty, M., & Kusumahadi, K. (2019). Pengaruh E-Servqual dan Kepuasan Pengguna Mobile Banking (M-Banking) terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank BCA di Bandung. *E-Proceeding of Management*, 5557–5566.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet.
- Sumarwan, U. (2015). *Pemasaran strategik: perspektif perilaku konsumen dan marketing plan*. IPB Press.
- Wahyuni, R. ., & Setyawati, H. . (2020). Pengaruh Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*



(JIMMBA),

2(2),

144–154.

<https://doi.org/https://doi.org/10.32639/JIMMBA.V2I2.457>

Waluyo, S., & et.al. (2008). *Ilmu pengetahuan Sosial*. Gramedia.

Wirawan. (2011). *Evaluasi: Teori, Model, Standar, Aplikasi, dan Profesi*. Rajawali Press.

