

**PENGARUH MANFAAT, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEAMANAN,
KEPERCAYAAN, DAN KENYAMANAN TERHADAP MINAT
MENGUNAKAN *MOBILE BANKING*
(Studi Empiris pada Nasabah Pengguna *Mobile Banking* BCA di Boyolali)**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata 1 pada
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Oleh:

WICAKSANA PUTRA UTAMA

B 100 170 145

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH MANFAAT, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEAMANAN,
KEPERCAYAAN, DAN KENYAMANAN TERHADAP MINAT
MENGUNAKAN *MOBILE BANKING*
(Studi Empiris pada Nasabah Pengguna *Mobile Banking* BCA di Boyolali)**

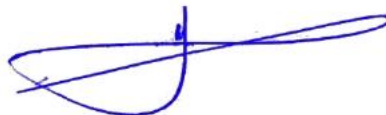
PUBLIKASI ILMIAH

oleh :

WICAKSANA PUTRA UTAMA
B100170145

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh :

**Dosen
Pembimbing**



(Drs. Wiyadi, MM, PhD)

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH MANFAAT, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEAMANAN,
KEPERCAYAAN, DAN KENYAMANAN TERHADAP MINAT
MENGUNAKAN *MOBILE BANKING*
(Studi Empiris pada Nasabah Pengguna *Mobile Banking* BCA di Boyolali)**

oleh :

WICAKSANA PUTRA UTAMA

B100170145

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Rabu 14 Desember 2022
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

Dewan Penguji:

1. Drs. Wiyadi, M.M., Ph.D

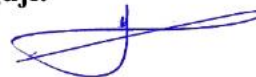
(Ketua Dewan Penguji)

2. Ahmad Mardalis, S.E., MBA

(Anggota I Dewan Penguji)

3. Zulfa Irawati, S.E., M.Si

(Anggota II Dewan Penguji)

()

()

()

Dekan,



Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E, M.Si

NIDN: 0616087401

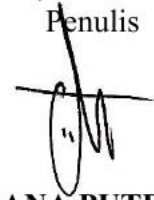
PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 10 Oktober 2022

Penulis



WICAKSANA PUTRA UTAMA

B100170145

**PENGARUH MANFAAT, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEAMANAN, KEPERCAYAAN,
DAN KENYAMANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING*
(Studi Empiris pada Nasabah Pengguna *Mobile Banking* BCA di Boyolali)**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh manfaat, kemudahan penggunaan, keamanan, kepercayaan, dan kenyamanan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Subjek penelitian ialah nasabah pengguna *mobile banking* BCA di Boyolali berjumlah 212 orang. Pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner *online* yang diisi responden melalui *google form*. Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan analisis linier regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*, 2) Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*, 3) Keamanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*, 4) Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*, 5) Kenyamanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Kata kunci : Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Kepercayaan, *Mobile Banking*

Abstract

This study aims to determine the effect of benefits, ease of use, security, trust, and convenience on interest in using mobile banking. The research subjects are customers using BCA mobile banking in Boyolali which involved 212 subject. Data collection by distributing online questionnaires filled out by respondents via google form. This research approach is quantitative with data analysis technique using multiple regression linear analysis. The results showed that 1) Benefits had a positive and significant effect on interest in using mobile banking, 2) Ease of use had a positive and significant effect on interest in using mobile banking, 3) Security had no positive and significant effect on interest in using mobile banking, 4) Trust had a positive effect. and significant to interest in using mobile banking, 5) Convenience has no positive and significant effect on interest in using mobile banking.

Keywords: Benefits, Ease of Use, Security, Trust, Mobile Banking

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di era globalisasi sekarang ini sangatlah pesat, dapat ditunjukkan dengan kemajuan pada bidang teknologi, informatika dan komunikasi salah satunya pada perusahaan perbankan. Oleh karena itu diperlukan inovasi dari perusahaan-perusahaan perbankan untuk tetap eksis dan dapat mengikuti perkembangan zaman. Seiring dengan perkembangan zaman, manusia seakan akan berlomba menciptakan teknologi yang dapat membuat pekerjaan mereka lebih mudah, cepat dan efisien (Dewantara,2015). Dimana dari semua hal yang terjadi memberikan dampak positif maupun negatif bagi masyarakat. Pada era sekarang masyarakat lebih memilih hal-hal yang bersifat cepat dan mudah, maka dari itu, perkembangan teknologi lah yang tepat dalam hal ini untuk

memuaskan para pelanggan dengan adanya *internet banking* yang mudah diakses melalui handphone para pelanggan. Adapun satu contoh kecil dari inovasi tersebut pada dunia perbankan adalah teknologi *mobile banking*.

Penelitian ini memilih *mobile banking* BCA sebagai subjek karena penggunaan layanan *mobile banking* oleh masyarakat Indonesia saat ini dapat dilihat dari berbagai generasi, mulai dari generasi X, generasi Y dan generasi Z. Generasi X merupakan generasi dengan kelahiran pada tahun 1965 – 1980, generasi Y kelahiran pada tahun 1981 – 1994 dan generasi Z kelahiran pada tahun 1995 – 2010. Masing – masing generasi saat ini sudah mengikuti perkembangan teknologi dengan melakukan akses perbankan dalam beberapa kebutuhan nasabah BCA (Yustisia, 2016).

Penelitian ini juga memilih Kota Boyolali karena merupakan salah satu kota yang berpresentasikan sebagai kota kecil di Jawa Tengah. Dengan tipikal masyarakat yang ada di Boyolali, maka akan menjadi contoh yang baik dalam menganalisis seberapa besar penerobosan perkembangan teknologi *Mobile Banking* perbankan digital yang dimiliki oleh BCA.

Kemudahan itu merupakan tingkat kepercayaan seseorang bahwa sistem teknologi tertentu dapat digunakan dengan mudah. Hal ini mencakup tujuan penggunaan teknologi informasi dan kemudahan penggunaan sistem sesuai dengan keinginan pengguna. Dengan demikian, apabila kemudahan yang diberikan teknologi ditanggapi dengan mudah digunakan oleh para pengguna maka akan mendorong para nasabah untuk menerima dan menggunakan teknologi tersebut (Indriyani, 2018).

Internet banking atau dikenal juga *E-Banking* adalah salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet dan bukan merupakan bank yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui internet (Tampubolon, 2004)

Pengguna internet tidak hanya untuk mencari informasi saja, tetapi juga untuk transaksi ekonomi yang disebut dengan *e-commers*. Perkembangan *e-commers* berdampak terhadap industri perbankan, dimana terjadi perubahan besar dari sistem perbankan tradisional menjadi *electronic banking* (Dewantara, 2015).

Internet banking membuka paradigma baru, struktur baru dan strategi yang baru bagi retail bank, dimana bank menghadapi kesempatan dan tantangan yang baru (Mukherjee dan Nath, 2003). *Mobile banking* berbeda dengan *internet banking*, perbedaan terletak pada perangkat. Jika *mobile banking* hanya pada *handphone* sedangkan *internet banking* dapat diakses dengan *PC*, laptop, tablet dan *handphone*. Menurut Lewis et al. (2010) yang meneliti tentang Prediksi dari konsumen muda untuk memilih menggunakan internet banking, yang kemudian dikaitkan dengan hubungan dari persepsi biaya, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kesesuaian, dan resiko pada perilaku pengguna *mobile banking*. Pada era sekarang ini masyarakat khususnya remaja lebih

memilih menggunakan mobile banking karena dapat diakses hanya dari rumah tanpa harus pergi ke luar rumah untuk menuju *ATM. Automatic Teller Machine (ATM)* atau dalam bahasa indonesia lebih dikenal dengan anjungan tunai mandiri adalah sebuah alat elektronik yang dapat melayani nasabah untuk mengambil uang, mentransfer uang, melakukan pembayaran tagihan tagihan (Rahayu,2018).

Perkembangan teknologi dapat menimbulkan dampak positif maupun negatif. Tak dapat dipungkiri persepsi keamanan dari saldo rekening nasabah menjadi hal terpenting yang harus diperhatikan oleh penyedia layanan *mobile banking*. Mereka dituntut harus memberikan keamanan terhadap data nasabah agar tidak ada kekhawatiran akan terjadinya kejahatan internet seperti pembobolan rekening nasabah. Dengan adanya mobile banking di indonesia dapat merubah kecenderungan gaya masyarakat indonesia yang dahulu jika ingin melakukan penarikan uang atau transfer harus datang ke bank (*old banking style*) menjadi hanya menggunakan *mobile banking* tanpa harus mendatangi bank tersebut (*new banking style*) (Laksana, 2015).

Minat menggunakan M-Banking berarti seseorang memiliki ketertarikan untuk menggunakan m-banking dalam memenuhi sebagian kebutuhan perbankannya (Dewantara, 2015). Dengan demikian maka minat menggunakan mobile banking sangatlah perlu diteliti karena di era modern seperti ini banyak perusahaan perbankan yang gencar menerapkan digitalisasi bank untuk kemudahan nasabah atau penggunaanya, banyak faktor yang mempengaruhinya. Atas hal tersebut peneliti ingin mengetahui lebih dalam.

Persepsi adalah proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti (Kotler, 2006). Manfaat dari *mobile banking* ini untuk memudahkan pekerjaan masyarakat karena dapat diakses dari mana saja hanya perlu adanya jaringan internet.

Menurut Jogiyanto (2008) persepsi manfaat (*Benefits*) merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja dari pekerjaannya. Layanan *E-banking* memberikan berbagai manfaat bagi nasabah dalam melakukan transaksi keuangan. Dengan adanya layanan *E-banking* tentunya akan mempercepat aktivitas dan pekerjaan yang berkaitan dengan kegiatan transaksi. Semakin nasabah merasa *E-banking* bermanfaat, maka nasabah akan cenderung menggunakannya.

Persepsi kemudahan dalam penggunaan *mobile banking* juga perlu diperhatikan oleh nasabah. Mereka harus memilih *mobile banking* yang lebih mudah digunakan sehingga akan lebih cepat dalam penggunaannya. Menurut Wibowo (2008) kemudahan penggunaan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu interaksi individu dengan sistem yang jelas dan mudah dimengerti, tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut, dan mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan. Faktor keamanan menjadi faktor yang harus diperhatikan saat menentukan dimana kita akan membuka rekening. Pada zaman ini tidak dapat

dipungkiri kejahatan internet seperti pembobolan rekening, faktor keamanan menjadi hal yang penting dalam menggunakan *mobile banking*.

Menurut Simons dalam Rahardjo (2005:2) keamanan informasi adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau paling tidak, mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik. Hasil penelitian Sathye dalam Almuntha (2008:17) menyatakan bahwa keamanan merupakan isu yang paling penting dan seringkali dengan publikasi mengenai keamanan di media membuat kepercayaan nasabah terhadap keamanan *internet banking* berkurang. Menurut Casalo *et al.*, dalam Zahid *et al.*, (2010:47) dari sudut pandang konsumen, keamanan adalah kemampuan untuk melindungi informasi atau data konsumen dari tindak penipuan dan pencurian dalam bisnis perbankan *online*.

Kepercayaan adalah suatu gagasan dekriptif yang dianut oleh seseorang tentang sesuatu (Kotler, 2006). Atas dasar tersebut maka semakin rendah risiko akan mempengaruhi tingginya minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Faktor kepercayaan transaksi melalui internet merupakan faktor penting yang dipertimbangkan oleh nasabah sebelum menggunakan *mobile banking* dengan menyediakan tingkat kenyamanan yang lebih tinggi dan memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi. Maka semakin tinggi persepsi kepercayaan akan meningkatkan minat menggunakan *mobile banking* (diah, 2018).

Kenyamanan merupakan keadaan dimana seorang individu menggunakan suatu teknologi dalam melakukan aktivitasnya dan dianggap menyenangkan untuk dirinya sendiri. Kenyamanan transaksi melalui internet merupakan faktor penting yang dipertimbangkan oleh nasabah sebelum mengadopsi *mobile banking*.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian Bagastia (2019) dengan menambah tiga variabel independen yaitu persepsi manfaat, persepsi keamanan, dan persepsi kepercayaan. Alasan pertama menambah variabel manfaat, karena peneliti ingin mengetahui pengaruh manfaat terhadap penggunaan *mobile banking*. Alasan kedua menambah variabel persepsi keamanan, karena ingin mengetahui pengaruh *mobile banking* yang akan digunakan nasabah dalam bertransaksi untuk menimbulkan minat nasabah. Lalu alasan ketiga menambah variabel persepsi kepercayaan, karena ingin mengetahui pengaruh kepercayaan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* dan ingin mengetahui apakah kepercayaan dapat mempengaruhi minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Beberapa peneliti terdahulu telah menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat dalam penggunaan *mobile banking* dan memiliki hasil empiris yang berbeda-beda. Dalam penelitian Prestiani (2019) hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan, kepercayaan, dan kenyamanan berpengaruh terhadap minat dalam penggunaan *mobile banking*. Sedangkan dalam penelitian Nadila (2020) hasil penelitian menunjukkan bahwa kenyamanan dan kepercayaan tidak berpengaruh

terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Dan dalam penelitian Shodiqin (2021) hasil penelitian menunjukkan bahwa manfaat berpengaruh negatif terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* sedangkan keamanan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*, dalam penelitian Margaretha dan Gunawan (2020) hasil penelitian kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan *mobile banking*. Dalam penelitian Sakina (2017) manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti tertarik meneliti terkait minat nasabah menggunakan *mobile banking* dengan faktor-faktor yang mempengaruhi yaitu manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan, persepsi kepercayaan, keamanan dan kenyamanan. Sehingga penelitian ini mengambil judul penelitian tentang: “Pengaruh Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Kepercayaan Dan Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Empiris pada Nasabah Pengguna *Mobile Banking* BCA di Boyolali)”.

2. METODE

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai metode penelitian yang akan digunakan dalam menyusun penelitian ini, yang akan menjelaskan mengenai jenis-jenis penelitian, populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian, data dan sumber data yang menjadi bahan untuk penelitian, metode pengumpulan data, definisi operasional serta pengukurannya, dan teknis analisis data. Jenis penelitian merupakan cara berpikir yang diadopsi peneliti tentang bagaimana desain riset dibuat dan bagaimana penelitian akan dilakukan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu dengan menggunakan data numerik (angka). Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Tujuan dari uji kualitas data untuk mengetahui konsistensi dan akurasi dari data yang dikumpulkan. Uji kualitas data yang di hasilkan dari penggunaan instrumen penelitian dapat dianalisis dengan menggunakan uji validitas dan uji reabilitas. Pengujian validitas terhadap kuesioner dilakukan dengan menghitung korelasi pada uji validitas menggunakan teknik korelasi dari uji *Pearson correlations* diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
	Y.1	0,730	0,1381	Valid

Minat Menggunakan Mobile Banking	Y.2	0,726	0,1381	Valid
	Y.3	0,774	0,1381	Valid
	Y.4	0,772	0,1381	Valid
	Y.5	0,619	0,1381	Valid
Manfaat	X1.1	0,751	0,1381	Valid
	X1.2	0,763	0,1381	Valid
	X1.3	0,738	0,1381	Valid
	X1.4	0,709	0,1381	Valid
	X1.5	0,642	0,1381	Valid
Kemudahan Penggunaan	X2.1	0,748	0,1381	Valid
	X2.2	0,776	0,1381	Valid
	X2.3	0,817	0,1381	Valid
	X2.5	0,820	0,1381	Valid
	X2.5	0,788	0,1381	Valid
Keamanan	X3.1	0,790	0,1381	Valid
	X3.2	0,884	0,1381	Valid
	X3.3	0,869	0,1381	Valid
	X3.4	0,870	0,1381	Valid
Kepercayaan	X4.1	0,758	0,1381	Valid
	X4.2	0,774	0,1381	Valid
	X4.3	0,801	0,1381	Valid
	X4.4	0,821	0,1381	Valid
	X4.5	0,789	0,1381	Valid
Kenyamanan	X5.1	0,848	0,1381	Valid
	X5.2	0,835	0,1381	Valid
	X5.3	0,675	0,1381	Valid
	X5.4	0,845	0,1381	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 1 bahwa semua variabel penelitian yaitu minat menggunakan *mobile banking*, manfaat, kemudahan penggunaan, keamanan, kepercayaan, dan kenyamanan dinyatakan valid, hal ini karena nilai *pearson correlation* berupa nilai $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} (0,1381) dan tingkat signifikansi $< \alpha$ (0,05). Maka semua variabel penelitian ini layak untuk pengujian tahap selanjutnya.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Pada pengujian reliabilitas dalam penelitian ini digunakan *Cronbach's Alpha*. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$ maka variabel tersebut reliable atau dapat diandalkan. Berikut hasil uji reliabilitas:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standar	Keterangan
Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i>	0,771	0,6	Reliabel
Manfaat	0,770	0,6	Reliabel
Kemudahan Penggunaan	0,849	0,6	Reliabel
Keamanan	0,876	0,6	Reliabel
Kepercayaan	0,848	0,6	Reliabel
Kenyamanan	0,816	0,6	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 2 menunjukkan bahwa instrument penelitian yaitu minat menggunakan *mobile banking*, manfaat, kemudahan penggunaan, keamanan, kepercayaan, dan kenyamanan terbukti dengan masing-masing nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6. Hasil Uji Reliabilitas diatas dapat dinyatakan bahwa semua instrument dalam penelitian ini adalah reliabel atau handal.

Uji asumsi klasik digunakan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi dalam penelitian terdistribusi normal, tidak mengandung multikolenaritas atau tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi. Maka dari itu, sebelum dimasukan kedalam model regresi berganda harus dilakukan uji normalitas, uji multikolenaritas, dan uji heteroskedastisitas.

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Manfaat	0,167	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kemudahan Penggunaan	0,249	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Keamanan	0,289	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kepercayaan	0,369	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kenyamanan	0,474	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel 3 menunjukkan bahwa nilai signifikan diatas > 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya masalah heteroskedeksitas. Pada penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan tujuan untuk mengetahui adanya hubungan variabel dependen dengan variabel independen. Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis manfaat, kemudahan penggunaan, keamanan, kepercayaan, dan kenyamanan terhadap minat menggunakan *mobile banking* dengan taraf signifikan $\alpha=0,05$. Perhitungan model regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan program SPSS dan hasil analisis diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,667	1,323		1,260	0,209
Manfaat	0,367	0,070	0,319	5,218	0,000
Kemudahan Penggunaan	0,381	0,067	0,382	5,671	0,000
Keamanan	0,106	0,082	0,100	1,296	0,196
Kepercayaan	0,164	0,081	0,160	2,027	0,044
Kenyamanan	-0,133	0,078	-0,110	-1,707	0,089

Berdasarkan tabel 4. dapat dibuat persamaan regresi yang akan melengkapi hasil yang ditemukan dalam penelitian, yaitu:

$$Y = 1,667 + 0,367X_1 + 0,381X_2 + 0,106X_3 + 0,164X_4 - 0,133X_5 + e \quad (1)$$

Uji Statistik t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen dengan signifikansi 0,05. Pengaruh secara individual ditunjukkan dari nilai signifikansi Uji t. Variabel dikatakan berpengaruh

apabila nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} 1,658 dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Berikut hasil uji statistik t:

Tabel 5. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig	Keterangan
Constant	1,260		0,209	
Manfaat	5,218	1,658	0,000	H1 Diterima
Kemudahan Penggunaan	5,671	1,658	0,000	H2 Diterima
Keamanan	1,296	1,658	0,196	H3 Ditolak
Kepercayaan	2,027	1,658	0,044	H4 Diterima
Kenyamanan	-1,707	1,658	0,089	H5 Ditolak

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.13 diperoleh t_{tabel} sebesar 1,658 dengan hasil uji hipotesis sebagai berikut:

3.2 Pembahasan

3.2.1 Pengetahuan manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel manfaat memiliki nilai t_{hitung} 5,218 > t_{tabel} 1,658 dan nilai sig sebesar 0,000 < 0,05, sehingga variabel manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*, maka hipotesis pertama diterima (H1 diterima).

Di era modern sekarang dalam bertransaksi membutuhkan sesuatu yang cepat, dengan begitu bank dimunculkan sebuah solusi, salah satunya bank BCA membuat sebuah solusi dengan membuat inovasi baru yaitu *mobile banking* yang diharapkan memberikan kemudahan bagi nasabahnya. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin banyak manfaat dari aplikasi *mobile banking* Bank BCA maka semakin meningkatnya minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*. Nasabah bank BCA rata-rata pasti bekerja di perusahaan, dimana pekerjaan tersebut merupakan pekerjaan yang menyita banyak waktu. Dengan demikian *mobile banking* memberikan manfaat berupa kemudahan bertransaksi dimana saja dan kapan saja tanpa harus antri pada bank. Ketika semakin banyak manfaat yang dirasakan nasabah maka akan berpengaruh meningkatkan minat menggunakan *mobile banking*.

Mobile banking muncul memberikan manfaat lain berupa efisiensi, tenaga, waktu, dan biaya. Seseorang nasabah yang menggunakan layanan *mobile banking* karena mereka merasakan manfaat bahwa dengan menggunakan *mobile banking* dapat meningkatkan produktivitas kegiatan perbankan dan berguna untuk melakukan transaksi keuangan. Manfaat *mobile banking* dapat menghilangkan batas fisik, batas ruang, dan waktu misalnya adanya fleksibilitas transaksi bank yang dapat dilaksanakan dimanapun dan kapanpun dengan akses internet. Hal tersebut akan menjadi keuntungan untuk nasabah yang memiliki sedikit waktu untuk kebank sehingga dengan banyaknya manfaat yang dirasakan nasabah maka akan berpengaruh meningkatkan minat menggunakan *mobile banking*.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Oktabriantono et al. (2017), Rahma Cesiyan Nasution (2019) menyatakan bahwa manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

3.2.2 Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan memiliki nilai t_{hitung} 5,671 > t_{tabel} 1,658 dan nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga variabel kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*, maka hipotesis kedua diterima (H2 diterima).

Kemudahan layanan *mobile banking* yang dihadirkan perbankan memberikan kemudahan untuk dipahami oleh nasabah sehingga nasabah tidak perlu membutuhkan waktu lama untuk mempelajari seperti apa cara mengaplikasikan *mobile banking*. Bank BCA memberikan keyakinan kepada nasabah bahwa dalam menggunakan layanan *mobile banking* akan memudahkan dalam bertransaksi. Kemudahan penggunaan *mobile banking* akan berdampak pada semakin banyaknya nasabah yang akan menggunakan *mobile banking* untuk aktivitas hariannya dalam bertransaksi. Hal ini menjelaskan bahwa kemudahan pengguna juga memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Nasabah bank BCA semakin hari semakin melek teknologi salah satunya penggunaan layanan *mobile banking*. Nasabah bank BCA merasa percaya bahwa teknologi aplikasi *mobile banking* mudah digunakan, selain itu bank BCA memberikan fitur-fitur pada aplikasi *mobile banking* cukup jelas dan mudah dipahami. Hal ini ketika ditawarkan kepada nasabah akan membuat nasabah lebih percaya untuk menggunakan *mobile banking* karena semua fitur yang dibutuhkan telah tersedia. Kemudahan penggunaan ini membuat nasabah tertarik untuk tetap menggunakan aplikasi yang dikeluarkan oleh bank BCA. Semakin tinggi kemudahan penggunaan yang diberikan akan berpengaruh pada tingginya minat menggunakan *mobile banking*.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktabriantono et al. (2017), Fauziah dan Tenripada (2021), Rahma Cesiyanti Nasution (2019) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

3.2.3 Keamanan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel keamanan dengan nilai t_{hitung} 2,027 < t_{tabel} 1,658 dan nilai sig sebesar $0,196 > 0,05$, sehingga variabel keamanan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*, maka hipotesis ketiga ditolak (H3 ditolak).

Keamanan merupakan salah satu faktor penting dalam penggunaan *mobile banking*, karena nasabah ingin merasa aman ketika bertransaksi ataupun menyimpan uangnya. Tetapi keamanan tidak selalu meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Nasabah BCA beranggapan ketika memiliki aplikasi *mobile banking* di hp, data diri atau informasi berkaitan dengan keuangan akan bocor hal ini dikarenakan ketika bertransaksi harus tersambung dengan internet dan nasabah menggal hal itu tidak aman. Dengan begitu akan menurunkan rasa minat nasabah untuk memiliki aplikasi *mobile banking* dengan alasan yang diberikan kurang.

Keamanan tidak memberikan pengaruh terhadap nasabah menggunakan *mobile banking* bank BCA karena nasabah belum yakin mengenai keamanan dari *mobile banking*. Selain itu, ada faktor usia yang mempengaruhi penggunaan *mobile banking*, untuk usia diatas 40 tahun pasti enggan menggunakan *mobile banking* karena belum memberi kesan yang aman. Nasabah yang memiliki usia diatas 40 tahun lebih memilih bertransaksi melalui teller dengan mengantri di bank karena takut akan resiko yang ditimbulkan. Munculnya isu seperti *cyber crime*, dan pembobolan akun karena semakin canggihnya teknologi sering terjadi tindak kejahatan di dunia maya. Tingkat keamanan sistem *mobile banking* belum memberikan keyakinan nasabah akan menurunkan minat menggunakan *mobile banking*.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Afghani dan Yulianti (2017), Rahma Cesiyanti Nasution (2019) yang menyatakan bahwa kewanan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

3.2.4 Kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan dengan nilai $t_{hitung} 1,296 > t_{tabel} 1,658$ dan nilai sig sebesar $0,044 < 0,05$, sehingga variabel kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*, maka hipotesis keempat diterima (H4 diterima).

Tingginya minat nasabah menggunakan *mobile banking* dipengaruhi ada kepercayaan pada nasabah itu sendiri, sehingga kepercayaan sangat berperan aktif di dalam diri nasabah untuk memutuskan menggunakan *mobile banking*. Ketika nasabah percaya memakai layanan *mobile banking* berarti nasabah meyakini bahwa aplikasi dari bank BCA telah sesuai dengan yang dibutuhkan. Bank BCA harus mampu membuat nasabah percaya terhadap keandalan pihak bank yang menjamin suatu keyakinan yang meyakinkan nasabah dalam segala transaksi perbankan. Dengan demikian semakin tinggi kepercayaan nasabah kepada bank BCA akan meningkatkan minat menggunakan *mobile banking*.

Adanya *mobile banking* yang dikeluarkan bank BCA, membuat bank BCA memiliki peranan untuk meningkatkan kepercayaan kepada para nasabah bahwa bank memberi jaminan dalam menjalankan operasi layanan *mobile banking*, jika terjadi kebocoran mengenai *account* pribadi dipertanggung jawabkan oleh pihak perbankan. Kepercayaan ini akan dijaga oleh pihak bank dengan meningkatkan fitur-fitur yang mempermudah nasabah untuk bertransaksi. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi kepercayaan nasabah kepada bank akan meningkatkan minat menggunakan *mobile banking*.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fauziah dan Tenripada (2021) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

3.2.5 Kenyamanan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel uang saku dengan nilai $t_{hitung} -1,707 < t_{tabel} 1,658$ dan nilai sig sebesar $0,089 > 0,05$, sehingga variabel kenyamanan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*, maka hipotesis kelima ditolak (H5 ditolak).

Kenyamanan mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Ketika nasabah menggunakan aplikasi *mobile banking* BCA tidak merasa nyaman nasabah akan sulit untuk melakukan transaksi secara online, ketidaknyamanan ini timbul akibat nasabah kurang yakin terhadap aplikasi *mobile banking* dan merasa tidak aman ketika menggunakan aplikasi. Selain itu faktor berita negatif terkait pencurian data, uang hilang mempengaruhi nasabah tidak nyaman dalam menggunakan aplikasi. Hal ini menyebabkan kenyamanan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Apabila ketidaknyamanan timbul dari nasabah Bank BCA dalam menggunakan layanan *mobile banking* nasabah akan tidak yakin mengenai segala aktivitasnya dalam perbankan yang dilakukan sendiri secara online. Saat nasabah merasakan tidak ada kenyamanan dalam menggunakan *mobile banking*, maka mereka tidak akan merasa nyaman pula ketika akan melakukan minat terhadap produk menggunakan *mobile banking*. Maka akan menurunkan minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahma Cesiyaniti Nasution (2019) yang menyatakan bahwa kenyamanan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

4. PENUTUP

Penelitian ini berdasarkan pada hasil kuesioner dari hasil jawaban responden atas pertanyaan pada kuesioner secara *online* dengan menggunakan *google form* yang diisi oleh nasabah Bank BCA. Diperoleh 212 kuesioner yang memenuhi syarat untuk dipakai dalam pengolahan data. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka diperoleh simpulan bahwa, Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Sehingga hipotesis pertama yang menyatakan manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* terbukti kebenarannya. Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Sehingga hipotesis kedua yang menyatakan kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* terbukti kebenarannya. Keamanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Sehingga hipotesis ketiga yang menyatakan keamanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* tidak terbukti kebenarannya. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat

menggunakan *mobile banking*. Sehingga hipotesis keempat yang menyatakan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* terbukti kebenarannya. Kenyamanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Sehingga hipotesis kelima yang menyatakan kenyamanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* tidak terbukti kebenarannya.

Berdasarkan simpulan dan keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini, maka dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dijadikan untuk pertimbangan pada penelitian selanjutnya, yaitu, Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan variabel lain atau menambah variabel seperti persepsi kegunaan, efisiensi, dan ketersediaan fitur pada aplikasi. Penelitian berikutnya diharapkan selain menggunakan kuesioner dalam proses pengumpulan data juga menggunakan metode wawancara untuk memperkuat jawaban atas pertanyaan pada kuesioner yang diberikan kepada responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen.I. (1985). From Intention to Actions: A theory of planned behavior. *Action Control: From Cognition to Behavior*. Heidelberg. Springer
- Akhmad F. (2018). Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah Surakarta: Surakarta.
- Afghani, dan Yulianti. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi *Mobile banking* Di Bank BRI Surabaya
- Amijaya, G. R. (2010). Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro: Semarang.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Avririanto, Suryani. (2002). Dimensi Nilai yang Dipertimbangkan Nasabah Dalam Memanfaatkan Layanan Internet Banking BCA. *Journal of Economics, Business, & Accountancy: ventura*, 5(1), 57.
- Baso,. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Persepsi Resiko Terhadap Penggunaan *Mobile banking* Nasabah Bank BRI Di Surabaya
- Blackwell, Miniard dan Engel (2001). *Consumer Behavior*, 9 ed. Harcourt College Publisher, New York.
- Bungin, Burhan. (2011). *Penelitian kualitatif*. Jakarta: Kencana Predana Media.
- Cahyo, WanandiYoso H. (2014).Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.

- Davis, Fred D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13 (5), 318-340.
- Dewi, Made Ari.P.(2016).PeranPersepsiKemudahanPenggunaan, PersepsiManfaat, danPersepsiResikoTerhadapNiatMenggunakan Mobile Commerce di Kota Denpasar. *E-JurnalManajemenUnud*, 5 (4), 2606- 2636.
- _____. (2013).*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fauziah, Tenripada. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Risiko Terhadap Penggunaan *Mobile Banking*: Survey Pada Nasabah BRI Syariah di Kota Palu
- Farida, (2016). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Keyakinan, Persepsi Kredibilitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking*
- Guriting, P., & Ndubisi, N. O. (2002). Borneo Online Banking : Evaluating Customer Perceptions and Behavioural Intention. *Management Research News*, (January). <https://doi.org/10.1108/01409170610645402>
- Habibi, M.(2015). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah.*JurnalIlmiahMahasiswa FEB*, 3 (1)
- Hair, J. F., Black. W. C., Babin. B. J.; and Anderson. R. E. (2010), *Multivariate Data Analysis*, 7. Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Hanifet al. (2017).AnalisisMinatPenggunaan Mobile Banking DenganPendekatan Technology.e-JournalEkonomiBisnisdanAkuntansi, 4 (1), 24-29.
- Harlan, D. (2014). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsian terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E- Banking.*Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Jogiyanto.(2007). *SistemInformasiKeperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Nazar, M.R. danSyahrana, (2008).PengaruhPrivasi, Keamanan, Kepercayaan, danPengalamanterhadapNiatuntukBertransaksisecara Online. *Program PascaSarjanaUniversitasGajahmada Yogyakarta*.
- Kholid, dan Soemarso. (2018). Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah Dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang
- Margaretha, O, P, dan Gunawan, R, S. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Kemanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Kasus pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran)
- Nadila, D, F. (2020). Analisis Dimensi Persepsi Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan Aplikasi *Mobile Banking* (Studi Kasus pada BJB Syariah KCP Ciputat)
- Novitasari, P. W. (2017). AnalisisFaktor-FaktorPenggunaanLayanan Mobile Banking di Bandung. *Bisnis dan Iptek*,10 (5), 139-149.
- Oktabriantono. (2017). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan, Keamanan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Penggunaan *mobile banking*

- Pikkarainen, T., Kari Pikkarainen.(2004). Consumer Acceptance Of Online Banking :*An Extension of the Technology Acceptance Model; Internet Research*,14 (3), 224-235.
- Priestiani, P. R (2019). Pengaruh Persepsi Kegunaan,Persepsi Kemudahan,Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking (Studi Empiris pada Mahasiswa di Yogyakarta)
- Poon, W. C. (2008). Users Adoption of E-banking Services: The Malaysian Perspective. *Journal of Business and Industrial Marketing*,23 (1).
- Pratiwi., D., P. (2012). PengaruhPersepsiManfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Pengalaman Terhadap Perilaku Penggunaan Mobile Banking Dengan Dimediasi Niat Penggunaan Mobile Banking Nasabah Bank BCA di Surabaya. *ArtikeIlmiah*. Surabaya :Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas.
- Purbayu Budi Santosa dan Ashari. (2005). *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Putriyansah, I. (2013). *Mengulik Sejarah Mobile Banking*. Retrieved from <https://kreditgogo.com/artikel/Ekonomi-dan-Perbankan/Mengulik-Sejarah-Mobile-Banking>.
- Sakina, M. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kesesuaian Terhadap Keputusan Menggunakan *Mobile Banking* Bank Mandiri di Surabaya
- Shodiqin, M. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat, dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus pada Nasabah Bank BSI Semarang)
- Susanti, A. (2015). Pengaruh Persepsi Kegunaan Persepsi Kemudahan Persepsi Risiko dan Persepsi Kepercayaan terhadap Minat menggunakan Mobile Banking. *Skripsi*. Fakultas Syariah dan Hukum Sunan Kalijaga. Yogyakarta..
- Tjini, Sartika S.A., dan Baridwan Zaki. (2013). Pengaruh kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking. *Skripsi*. Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya