

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KENYAMANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP NIAT DALAM MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING* DI BCA PANGKALPINANG

LIVINSIA LIENY

Novika
Medinal

Accounting Program
STIE-IBEK Bangka Belitung
Pangkalpinang, Indonesia
e.jurnal@stie-ibek.ac.id

Abstract- *This research with the title "The Influenced of Perceived of Ease, Perceived of Joy, and Trust on Customer Interest in Using Mobile Banking in BCA Pangkalpinang".*

With technological developments, smartphone user has increased. Nowadays, no one could live without smartphone as people use it on daily basis. The amount of internet using are million times more than the citizen itself. The technological developments makes the banking industry to innovate their services in every sector especially internet banking.

This study purposes to know the influence of perceived of ease, perceived of enjoyment and trust on costumer interest in using mobile banking. The design of this study is survey research using descriptive analytics and multiple linear regression. The sampling method is simple random sampling with 60 MBCA's customer as respondent. s. In this study the researcher used the T-statistic test and F-statistic test to test if the variable of perceived of ease, perceived of enjoyment and trust have positive and significance impact on costumer interest in using mobile banking in BCA Pangkalpinang.

The result of this research show that perceived of ease, perceived of enjoyment and trust has positive and significance impact towards costumer interest in using mobile banking by 59% while the rest was influence by other variables which is not discussed in this study.

Keywords : *perceived of ease, perceive of enjoyment, trust, costumer interest in using mobile banking*

I. PENDAHULUAN

Pertumbuhan perkembangan teknologi yang semakin pesat seiring dengan pertumbuhan ekonomi melatarbelakangi penelitian ini. Tercatat di kominfo, pengguna internet di Indonesia pada tahun 2021 sudah mencapai 202,6 juta atau 73,7% dari total populasi sebesar 274,9%. Dewasa ini, akses informasi bukan lagi hal yang sulit diperoleh dengan adanya perkembangan teknologi yang pesat sehingga masyarakat dapat dengan mudah memperoleh informasi yang diperlukan untuk kebutuhannya. Pesatnya perkembangan teknologi ini membuat masyarakat tak bisa terlepas dari perangkat

teknologi. Perangkat teknologi merupakan salah satu komponen penting dalam sistem informasi akuntansi yang dapat memungkinkan sistem informasi akuntansi memenuhi fungsinya dalam organisasi. Dengan adanya perangkat teknologi yang semakin canggih seiring perkembangan zaman, masyarakat tentunya semakin bergantung pada perangkat teknologi ini. Untuk memenuhi kebutuhannya akan teknologi dan informasi, maka masyarakat membutuhkan perangkat teknologi yang mudah dibawa ke mana-mana.

Tahun 2020, PT Bank Central Asia Tbk telah melayani 22 juta rekening nasabah dan memproses jutaan nasabah setiap harinya dengan didukung oleh 1.252 cabang, 17.067 ATM serta BCA Mobile dan Klik BCA yang dapat diakses di manapun dan kapanpun. Dengan perkembangan teknologi yang masif, BCA terus berinovasi dan berkolaborasi untuk meningkatkan pelayanan perbankan digital. Tercatat hingga Maret 2020, jumlah transaksi menggunakan *mobile banking* di seluruh Indonesia adalah 91% (YoY) atau sekitar 1,286 juta transaksi. Untuk wilayah Pangkalpinang sendiri, tidak disebutkan jumlah persentasenya, tetapi melalui wawancara dengan karyawan BCA, transaksi *mobile banking* untuk wilayah Pangkalpinang mengalami peningkatan meskipun hingga saat ini masih terdapat nasabah yang menolak mengunduh *mobile banking*.

Industri perbankan, memerlukan umpan balik dari nasabahnya agar memperoleh masukan yang dapat dimanfaatkan untuk memperbaiki pelayanan dan sebagai masukan bagi pihak manajemen dalam membuat keputusan. Diharapkan industri perbankan dapat memperbaiki kualitas dan mengurangi biaya untuk menghasilkan produk atau jasa, memperbaiki efisiensi proses perbankan, memperbaiki pengambilan keputusan, dan berbagi pengetahuan bagi pihak-pihak yang terkait dengan adanya umpan balik dari nasabah. Umpan balik dari nasabah juga berfungsi membantu manajemen dalam melakukan pengendalian pada sistemnya. Penelitian terdahulu membuktikan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat penerimaan nasabah. Faktor-faktor

yang menentukan tingkat penerimaan nasabah adalah persepsi kenyamanan, kemudahan dan kepercayaan. Oleh karena itu, model penelitian ini dibuat berdasarkan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperkenalkan oleh Davis (1989) untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi minat individu dalam menggunakan *mobile banking*. TAM bertujuan untuk menjelaskan secara parsimoni atas faktor penentu adopsi dari perilaku pengguna teknologi informasi terhadap penerimaan penggunaan teknologi informasi itu sendiri (Davis, 1989).

TAM berfokus pada sikap terhadap penggunaan teknologi informasi oleh pengguna dengan mengembangkannya berdasarkan persepsi kebermanfaatan (*Perceived Usefulness*) dan persepsi kemudahan (*Perceived Easy Of Use*) dalam penggunaan teknologi informasi. TAM banyak digunakan untuk memprediksi tingkat akseptasi pengguna (*user acceptance*) dan penggunaan yang berdasarkan persepsi terhadap kemudahan penggunaan teknologi informasi dengan mempertimbangkan kemudahan dalam penggunaan teknologi informasi. Persepsi kebermanfaatan adalah tingkatan sejauh mana seseorang berkeyakinan bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan prestasi kerjanya, sedangkan persepsi kemudahan mengacu pada tingkatan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan menjadikan upayanya lebih ringan (Davis, 1989).

Adapun tujuan Penelitian ini adalah:

1. Mengetahui apakah persepsi kemudahan mempengaruhi niat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.
2. Mengetahui apakah persepsi kenyamanan mempengaruhi niat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.
3. Mengetahui apakah persepsi kepercayaan mempengaruhi niat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.
4. Mengetahui apakah persepsi kemudahan, kenyamanan dan kepercayaan mempengaruhi niat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

II. LANDASAN TEORI

Sistem Informasi Akuntansi

SIA adalah suatu subsistem dari sistem informasi bisnis yang dihubungkan dengan tipe suatu informasi dan pengolahan informasi yang termasuk dalam bagian fungsi akuntansi. (John F. Nash dan Mark G. Simkin dalam Fauzi, 2019).

Marshal B. Romney dan Paul John Steinbart menyebutkan jika SIA terdiri dari lima komponen, yaitu: Orang-orang yang mengoperasikan sistem dan melaksanakan berbagai fungsi.

1. Prosedur-prosedur baik manual atau otomatis yang terlibat dalam pengumpulan, pemrosesan dan penyimpanan data aktivitas organisasi.
2. Data mengenai proses-proses bisnis organisasi.
3. Software yang digunakan dalam pemrosesan data.
4. Infrastruktur teknologi informasi, termasuk komputer, peralatan pendukung dan peralatan komunikasi jaringan.

Persepsi

Persepsi merupakan kesan yang diperoleh oleh individu melalui panca indera, kemudian dianalisis (diorganisir), diinterpretasi dan kemudian dievaluasi, sehingga individu tersebut memperoleh makna (Riadi, 2020). Persepsi sebenarnya membutuhkan proses belajar dan pengalaman. Persepsi dipelajari melalui timbal balik dengan lingkungan sekitar. Persepsi seseorang timbul sejak kecil melalui interaksi dengan manusia lain. Persepsi tidak dibentuk melalui penerimaan isyarat secara pasif, tetapi dibentuk oleh pembelajaran, ingatan, harapan dan perhatian (Gregory, Richard. "Perception" in Gregory, Zangwill (1987) pp. 598-601). Dalam penelitian ini, persepsi nasabah terhadap *mobile banking* akan mempengaruhi niatnya dalam menggunakan *mobile banking*.

a. Persepsi Kemudahan

Kemudahan penggunaan dideskripsikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan membebaskannya dari usaha yang berarti (Jogiyanto, 2007). Hal ini menjadi pemicu niat nasabah terhadap penggunaan *mobile banking*. Sementara, Rogers (1995) ber teori bahwa persepsi kemudahan penggunaan menunjukkan sejauh mana sebuah penemuan dipandang sebagai sesuatu tidak terlalu sulit untuk dimengerti, dipelajari atau dioperasikan. Jika seseorang memiliki persepsi bahwa menggunakan *mobile banking* dapat memudahkannya dalam melakukan transaksi tanpa harus mengeluarkan usaha, maka penggunaan *mobile banking* akan meningkat. Persepsi kemudahan akan memberikan keyakinan jika sistem dalam *mobile banking* mudah digunakan, maka pengguna pasti akan menggunakan sistem tersebut.

b. Persepsi Kenyamanan

Wanagari (2014) menyatakan bahwa kenyamanan adalah sejauh mana kepercayaan nasabah terhadap penggunaan *mobile banking* dapat melayani kebutuhannya sehingga timbul rasa nyaman. Sementara itu, Pikkarainen et al dalam penelitian Tjini dan Baridwan (2008) menjelaskan kenyamanan sebagai keadaan di mana seseorang menggunakan suatu teknologi dalam kegiatannya dan dianggap menyenangkan bagi diri sendiri. Apabila *mobile banking* dirasa nyaman oleh nasabah saat penggunaannya, maka nasabah tak akan segan menggunakan *mobile banking*.

c. Persepsi Kepercayaan

Dalam penelitian Gounaris et al dalam Rusdin (2004) dikemukakan bahwa kepercayaan merupakan faktor penting dalam menjalin hubungan secara timbal balik. Di samping itu, secara empiris dapat diteliti peranan kualitas pelayanan dan keterikatan pelanggan sebagai penyebab adanya kepercayaan.

Berdasarkan uraian diatas, diharapkan dengan adanya kepercayaan nasabah terhadap *mobile banking*, mampu meningkatkan aktivitas penggunaan *mobile banking*. Mempertahankan kelangsungan *e-banking* dalam era modernisasi ini merupakan sebuah kompetisi antar bank. Industri perbankan harus memiliki kepercayaan dari nasabahnya, supaya aplikasinya dapat bertahan di tengah perkembangan teknologi yang semakin pesat setiap harinya. Pihak perbankan harus meyakinkan

nasabahnya jika sistem yang dimiliki berkeamanan tinggi dan bersifat rahasia tanpa adanya campur tangan dari pihak manapun agar dapat menggenggam kepercayaan nasabah. Ini dilakukan untuk mencegah pembobolan dan risiko pencurian informasi.

Technology Acceptance Model (TAM)

Pikkarainen *et al* (2004), mendefinisikan TAM sebagai sebuah model yang menjelaskan sebagian besar (sekitar 40%) dalam minat perilaku penggunaan sistem informasi. Pernyataan Pikkarainen ini diperkuat oleh penelitian Eriksoon *et al* (2005) yang mengadaptasi TAM untuk mempelajari sikap penerimaan *mobile banking* di Estonia. TAM biasanya digunakan untuk memprediksi penerimaan pengguna terhadap teknologi baru.

TAM memberikan dasar untuk mengetahui pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, perilaku dan tujuan dari penggunaannya. Selain dibangun oleh dasar teori yang kuat, salah satu kelebihan TAM adalah mampu menjawab kegalauan pertanyaan dari banyaknya sistem teknologi yang ternyata gagal diterapkan. Melalui TAM, Davis mengasumsikan dua faktor yang menyebabkan nasabah menerima sistem informasi yang baru:

- a. Persepsi Manfaat (*Usefulness Perceived*)
Davis 1989 menyebutkan *the degree to which a person believes that using a particular system would enhance his or her job performance*. Kepercayaan seseorang terhadap penggunaan suatu sistem informasi dapat mempermudah pekerjaannya akan meningkatkan kepercayaan nasabah dalam menggunakan terhadap *mobile banking*, sehingga nasabah memutuskan untuk menggunakannya. Asumsinya, jika nasabah tidak mempercayai *mobile banking*, maka nasabah tidak akan menggunakan *mobile banking*.
- b. Persepsi kemudahan Penggunaan (*Ease of Use Perceived*)
Ease berate Freedom from difficulty or great effort (Davis 1989). *Ease of use perceived* dapat dimaknai *the degree to which a person believes using a particular system would be fee for effort*. Menggunakan suatu sistem tanpa mengeluarkan usaha yang berarti akan meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan. Berlaku pula bagi aplikasi *mobile banking*. Oleh karena itu, fitur-fitur dalam *mobile banking* selalu dirancang sederhana dan semudah mungkin agar nasabah dapat dengan mudah menggunakannya. Tentunya, kemudahan ini juga akan meningkatkan rasa nyaman nasabah sehingga penggunaan *mobile banking* akan meningkat.

Theory of Planned Behavior (TPB)

Hal penting terkait dengan TPB menurut Ajzen (2008) terbagi menjadi dua hal penting. Pertama, asumsi jika kontrol perilaku persiapan memiliki implikasi-implikasi motivasional terhadap intensi. Seseorang meyakini jika dirinya tak memiliki sumber-sumber maupun tidak memiliki kesempatan untuk memunculkan tingkah laku cenderung tidak akan menampilkan intensi yang kuat untuk memunculkan tingkah laku tersebut meskipun ia memiliki sikap yang positif dan percaya bahwa orang-orang yang penting dan berarti bagi dirinya akan setuju untuk memunculkan tingkah laku tersebut. Hal ini menunjukkan adanya hubungan antara kontrol perilaku

persiapan dengan intensi tanpa perantara sikap dan norma subjektif.

Mobile Banking

Menurut Riswandi (2005) pengertian *mobile banking* yaitu sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti *handphone*, dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui aplikasi *handphone*. Dengan adanya layanan *mobile banking*, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual, artinya kegiatan yang sebelumnya dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, sekarang dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi gerai bank, hanya dengan menggunakan *handphone* nasabah dapat menghemat waktu dan biaya, *mobile banking* juga bertujuan agar nasabah tidak ketinggalan jaman dalam menggunakan media elektronik yang sudah modern dan juga bisa lebih memanfaatkan media *handphone* yang biasanya digunakan untuk berkomunikasi tetapi juga dapat digunakan untuk berbisnis atau bertransaksi. Para pengguna yang memanfaatkan *mobile banking* untuk melakukan transaksi perbankan seperti cek saldo, transfer antar rekening, mutasi transaksi terakhir, transfer, pembayaran tagihan, isi ulang pulsa, dan lain-lain akan memperoleh banyak keuntungan. Keuntungan tersebut terutama apabila dilihat dari banyaknya waktu dan tenaga yang dapat dihemat karena *mobile banking* jelas dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja sepanjang penggunaannya memiliki saran pendukung untuk melakukan layanan *mobile banking* tersebut.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengujian hipotesis. Investigasi yang digunakan dalam kasus ini adalah studi kausal (*causal study*). Studi kausal adalah studi yang dilakukan untuk menyatakan bahwa variabel independen mempengaruhi variabel dependen (Sekaran, 2006). Tingkat intervensi dalam penelitian ini adalah intervensi minimal, yaitu hanya mengumpulkan data dan menelitinya. Unit analisis yang dilibatkan adalah individu yang terlibat dalam penggunaan *mobile banking* di BCA Pangkalpinang.

Penelitian ini juga menggunakan metode penelitian deskriptif dengan menjalankan prosedur penelitian melalui penyelidikan objek penelitian yang merupakan nasabah BCA Pangkalpinang. Metode ini memusatkan perhatian pada masalah yang ada saat penelitian terjadi dan bersifat aktual. Selain itu, metode ini juga menggambarkan fakta tentang masalah yang diselidiki sebagaimana adanya diikuti interpretasi rasional dan seimbang. Metode ini juga menerangkan hubungan antara fenomena yang terjadi, melakukan uji hipotesis, membuat prediksi dan menyimpulkan makna dan implikasi suatu masalah.

Jenis Data dan Sumber Data

Sumber data penelitian ini adalah data primer berupa hasil kuesioner yang telah disebar dan data sekunder berupa jurnal-jurnal penelitian terdahulu.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik survei dengan menyebarkan kuesioner tertutup. Kuesioner disebarkan dengan menggunakan link internet yang dibuat dengan Google Form. Penelitian ini menggunakan skala interval untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Skala interval mempunyai empat atau lebih butir-butir pertanyaan yang dikombinasikan sehingga membentuk suatu skor/nilai yang mempresentasikan sifat individu, misalkan pengetahuan, sikap dan perilaku. Penelitian ini menggunakan skala interval dengan empat titik respon yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS).

Skala Pengukuran Persepsi Responden (Skala Interval 1 s.d 4)

- 4 : Sangat Setuju
3 : Setuju
2 : Tidak Setuju
1 : Sangat Tidak Setuju

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, populasi yang terlibat adalah individu yang menggunakan mobile banking BCA. Pengambilan sampel dilakukan dengan melakukan pertimbangan berupa:

1. Responden merupakan nasabah BCA Pangkalpinang Cabang Utama yang rutin melakukan transaksi di kantor cabang.
2. Responden memiliki fasilitas mobile banking BCA
3. Responden pernah melakukan transaksi dengan mobile banking selama lebih dari dua tahun.

Dalam penelitian, responden yang terlibat adalah nasabah BCA Pangkalpinang yang rutin datang ke kantor cabang untuk bertransaksi dan juga memiliki *mobile banking* dan sudah pernah menggunakannya selama lebih dari dua tahun. Diperkirakan jumlah nasabah yang menggunakan produk *e-banking* BCA berjumlah 1000 orang dan pengguna *mobile banking* sendiri kurang lebih 600 orang. 10% dari 600 orang adalah 60. Maka sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 60 orang.

IV. PEMBAHASAN

Hasil Analisis dan Pembahasan Deskriptif Statistik

Tabel 1.
Deskriptif Statistik

	X1	X2	X3	Y
Valid	60	60	60	60
Missing	0	0	0	0
Mean	19.933	19.917	16.050	9.600
Std. Deviation	3.866	3.670	3.321	2.002
Minimum	9.000	9.000	7.000	4.000
Maximum	24.000	24.000	20.000	12.000

Sumber: Olahan JASP (2021)

Berdasarkan tabel 1, maka dapat diketahui jika jumlah data responden yang telah diproses (valid) adalah 60 orang. Data yang tidak diproses atau *missing* adalah 0. Dapat disimpulkan jika data dari variabel persepsi kemudahan, persepsi kenyamanan, persepsi kepercayaan dan minat nasabah menggunakan *mobile banking* adalah valid. Nilai *mean* atau rata-rata pada variabel persepsi kemudahan adalah sebesar 19.933, pada variabel persepsi kenyamanan adalah sebesar 19.917, pada variabel persepsi kepercayaan adalah 16.050 dan pada variabel minat nasabah menggunakan *mobile banking* adalah sebesar 9.600. *Standar deviation* adalah istilah untuk ukuran penyimpanan. Apabila nilai *standard deviation* rendah, maka data yang digunakan adalah data yang ada di sekeliling mean. *Standar deviation* pada variabel persepsi kemudahan adalah sebesar 3.866, pada variabel persepsi kenyamanan adalah sebesar 3.670, pada variabel persepsi kepercayaan adalah sebesar 3.321, dan pada variabel minat nasabah menggunakan *mobile banking* adalah sebesar 2.002. nilai data minimum pada variabel persepsi kemudahan adalah 9.000, nilai yang sama dengan yang dimiliki variabel persepsi kenyamanan yakni 9.000. nilai minimum pada variabel persepsi kepercayaan adalah sebesar 7.000, sementara pada variabel minat nasabah menggunakan *mobile banking* adalah 4.000. nilai maksimum pada variabel persepsi kemudahan dan persepsi kenyamanan adalah sama, yakni sebesar 24.000, pada variabel persepsi kepercayaan adalah sebesar 20.000 dan pada variabel minat nasabah menggunakan *mobile banking* adalah sebesar 12.000.

Uji Validitas

Dalam penelitian ini, uji validitas yang dilakukan adalah dengan membandingkan nilai sig (2-tailed) dengan probabilitas 0,05:

1. Jika nilai sig (2-tailed) < 0,05 dan *pearson correlation* bernilai positif maka item soal angket tersebut valid.
2. Jika nilai sig (2-tailed) < 0,05 dan *pearson correlation* bernilai negative maka item soal angket tersebut tidak valid.
3. Jika nilai sig (2-tailed) > 0,05 dan, maka item soal angket tersebut tidak valid.

Tabel 2.
Uji Validitas

Variabel	Pearson's	p-value
X1	0.843***	<.001
X2	0.797***	<.001
X3	0.769***	<.001

Sumber: Olahan JASP (2021)

Berdasarkan tabel 2, semua angket soal dapat dinyatakan valid karena nilai sig (2-tailed) < 0,05 dan *pearson correlation* bernilai positif.

Uji Reliabilitas

Menurut Sekaran (2006), untuk uji reliabilitas digunakan *cronbach's alpha* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Lebih dari 0,8 reliabel
2. 0,7-0,8 baik
3. 0,6-0,7 dapat diterima
4. kurang dari 0,6 tidak reliabel

Tabel 3.
Uji Reabilitas

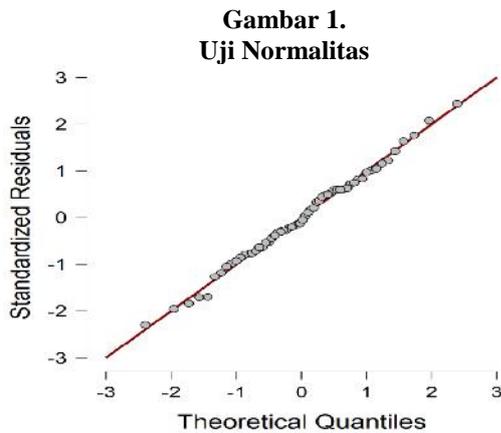
Variabel	Croanbach's
X1	0.896
X2	0.890
X3	0.852
Y	0.721

Sumber: Olahan JASP (2021)

Berdasarkan tabel, maka pertanyaan untuk variabel X1, X2, X3 dan Y reliabel.

Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas

Uji normalitas dapat dihitung dengan bantuan program JASP. Hasil dari pengujian normalitas pada JASP dapat dilihat melalui grafik *Q-Q Plot Standardized Residuals*. Apabila titik-titik pada grafik *Q-Q Plot Standardized Residuals* berada di titik searah dengan garis maka distribusi dapat dikatakan normal.



Sumber: Olahan JASP (2021)

Berdasarkan grafik di atas, titik-titik data yang berada di sekeliling garis diagonal, menyertai arah garis dan tidak Nampak menyebar menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinieritas

Cara untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinieritas antara lain dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*, apabila nilai VIF kurang dari 10 dan *Tolerance* lebih dari 0,1, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4.
Uji Mutikolinieritas

Tolerance	VIF
0.404	2.477
0.463	2.160
0.555	1.802

Sumber: Olahan JASP (2021)

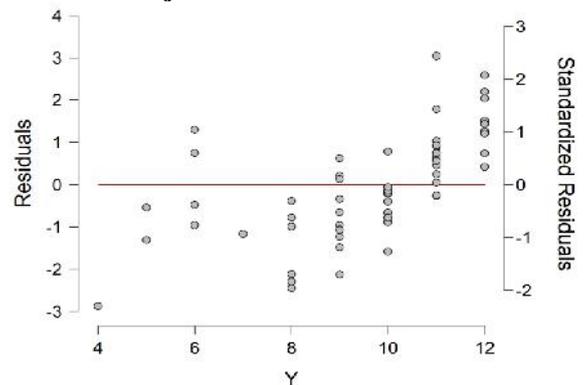
Berdasarkan tabel di atas, nilai *tolerance* untuk variabel persepsi kemudahan, kenyamanan dan kepercayaan berturut-turut adalah 0.404, 0.463 dan 0.555 yang mana bernilai lebih dari 0,1, dan nilai VIF ketiga variabel secara berturut-turut adalah 2.477, 2.160 dan 1.802 yang bernilai lebih dari 10. Maka disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heterokedastisitas

Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas :

1. Jika terdapat pola tertentu (misalnya bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Gambar 2.
Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Olahan JASP (2021)

Pada grafik di atas *scatter plot* di atas, titik-titik berpencar di bagian atas dan bawah angka atau sekitar angka 0. Berdasarkan grafik di atas, maka disimpulkan tidak ada heterokedastisitas.

Analisis Regresi Berganda

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas terdiri dari variabel persepsi kemudahan (X1), variabel kenyamanan (X2), dan variabel persepsi kepercayaan (X3). Variabel terikat terdiri dari variabel minat nasabah menggunakan *mobile banking* (Y). Data hasil penelitian disajikan melalui pengolahan data dengan bantuan aplikasi JASP 0.9.2.0 *Universleit-Van-Amsterdam*.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda yaitu melihat pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, dan kenyamanan terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Maksudnya adalah analisis regresi berganda melihat pengaruh

variabel independen terhadap variabel dependen. Model persamaan regresi berganda adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

Y = variabel terikat (minat penggunaan)

a = konstanta

b1, b2, b3, b4 = koefisien regresi

X1 = persepsi kemudahan

X2 = persepsi kepercayaan

X3 = persepsi kenyamanan

e = random error

Tabel 5.
Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandarized
H ₀	0.382
X1	0.159
X2	0.186
X3	0.146

Sumber: Olahan JASP (2021)

Dari tabel di atas, maka persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,382 + 0,159X_1 + 0,186X_2 + 0,146X_3$$

Sehinga analisis regresi berganda adalah sebagai berikut:

1. *Intercept* sebesar 0,382, artinya jika variabel persepsi kemudahan, persepsi kenyamanan dan persepsi kepercayaan 0, maka minat nasabah menggunakan *mobile banking* adalah 0,382.
2. Persamaan analisis regresi berganda variabel persepsi kemudahan *memiliki* hubungan positif terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*, terlihat dari angka 0,159 yang artinya jika menambah atau meningkat 1 dari persepsi kemudahan maka dapat meningkatkan minat nasabah menggunakan *mobile banking* sebesar 0,159.
3. Persamaan analisis regresi berganda variabel persepsi kenyamanan *memiliki* hubungan positif terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*, terlihat dari angka 0,186 yang artinya jika menambah atau meningkat 1 dari persepsi kenyamanan maka dapat meningkatkan minat nasabah menggunakan *mobile banking* sebesar 0,186.
4. Persamaan analisis regresi berganda variabel persepsi kepercayaan *memiliki* hubungan positif terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*, terlihat dari angka 0,146 yang artinya jika menambah atau meningkat 1 dari persepsi kepercayaan maka dapat meningkatkan minat nasabah menggunakan *mobile banking* sebesar 0,146.

Koefisien Determinasi (R2)

Nilai koefisien determinasi antara 0 hingga 1. Nilai R2 yang mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel dalam model tersebut dapat mewakili permasalahan yang diteliti, karena dapat menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependennya. Nilai R2 sama dengan atau mendekati 0 menunjukkan kemampuan variabel-variabel independennya dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

Tabel 6
Koefisien Regresi (R2)

Model	Adjusted R2
H ₀	0.590

Sumber: Olahan JASP (2021)

Dari tabel di atas, nilai R2 adalah 0,590, yang berarti variabel persepsi kemudahan (X1), variabel persepsi kenyamanan (X2) dan variabel persepsi kepercayaan (X3) berpengaruh signifikan sebesar 59% terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*, sementara 0,410 atau 41% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Uji F

Kriteria yang digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan adalah apabila nilai sig. 0,05 berarti model regresi tidak fit dengan penelitian sehingga tidak layak digunakan dalam penelitian sedangkan nilai sig. < 0,05 berarti model regresi fit dengan penelitian sehingga layak digunakan dalam penelitian (Hair et al. 2014).

Tabel 7.
Uji F

Model	F	p
H ₀	29.347	<0.01

Sumber: Olahan JASP (2021)

Berdasarkan tabel di atas, nilai p menunjukkan angka <0,01 yang berarti secara teori menyatakan bahwa model regresi fit dengan penelitian dan layak digunakan dalam penelitian.

Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Widjarjono, 2010).

1. Menetapkan besarnya level of significance sebesar 0,05.
2. Mengambil Keputusan (dengan nilai signifikansi)
 - a. Jika nilai signifikansi > dari pada 0,05, maka H0 diterima dan H1 ditolak.
 - b. Jika nilai signifikansi < daripada 0,05, maka H0 ditolak dan H1 diterima.

Tabel 8.
Uji t

Model	t	P
H ₀	0.383	0.703
X1	2.337	0.023
X2	2.790	0.007
X3	2.167	0.035

Sumber: Olahan JASP (2021)

Berdasarkan tabel di atas, nilai p dari variabel persepsi kemudahan, persepsi kenyamanan, persepsi kepercayaan secara berturut-turut adalah 0.023, 0.007, 0.0035 yang seluruh angkanya bernilai < 0,05. Maka H0 ditolak dan H1 diterima.

Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil uji t di atas, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi kemudahan secara parsial berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.
2. Persepsi kenyamanan secara parsial berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.
3. Persepsi kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

V. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan berupa:

1. Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan persepsi kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Hal ini berarti semakin baik persepsi kemudahan nasabah pada *mobile banking*, maka minat nasabah menggunakan *mobile banking* juga akan semakin meningkat.
2. Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan persepsi kenyamanan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Hal ini berarti semakin baik persepsi kenyamanan nasabah pada *mobile banking*, maka minat nasabah menggunakan *mobile banking* juga akan semakin meningkat.
3. Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan persepsi kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Hal ini berarti semakin baik persepsi kepercayaan nasabah pada *mobile banking*, maka minat nasabah menggunakan *mobile banking* juga akan semakin meningkat.

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas maka ada beberapa saran yang direkomendasikan, yaitu kepada :

1. Pihak Lembaga Perbankan sebaiknya meningkatkan teknologi yang digunakan pada perangkat *mobile banking* yang digunakan, sehingga ada manfaat nyata yang dirasakan oleh nasabah. Mampu memberikan jaminan bahwa data – data pribadi nasabah tidak akan digunakan oleh pihak ketiga dan pegawai bank dapat melakukan komunikasi yang baik dengan semua nasabah.
2. Bagi Peneliti lainnya Sebaiknya melakukan penelitian yang sama, dengan menyempurnakan model penelitian, misalnya dengan menambah variabel yang mempengaruhi minat bertransaksi ulang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ajzen, I. 1985. *From Intention to Actions: A Theory of Planned Behavior Action Control: From Cognition to Behavior*. Heidelberg. Springer.
- [2] Davis, Fred D. 1989. *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. *MIS Quarterly*, 13 (5), 318-340.

- [3] Jogyanto, Abdillah, W. 2009. *Konsep Aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk Penelitian Empiris*. Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta.
- [4] McKnight, D. H., & N. L. Chervany. 2001. *What Trust Means in ECommerce Customer Relationship: An Interdisciplinary Conceptual Typology*. *Journal of Electronic E-Commerce*.
- [5] Pikkarainen, T., Kari Pikkarainen. 2004. *Consumer Acceptance of Online Banking: An Extension of The Technology Acceptance Model; Internet Research*, 14 (3), 224-225.
- [6] Riswandi, B. A. 2005. *Aspek Hukum Internet Banking*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- [7] Solomon, M. R. 2002. *Consumer Behaviour and Marketing Strategy*, Seventh edition. MC Graw Hill.
- [8] Sun, H., and Zhang, P., 2006. "Causal Relationships between Perceived Enjoyment and Perceived Ease of Use: An Alternative Approach". *Journal of the Association for Information Systems Vol. 7 No. 9*, pp. 618-645.
- [9] Vankatesh, V. Morris et al. (2003). *Use Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View*. *MIS Quarterly*. Vol. 27 No. 3: Hal 425-478