
PENGARUH KEMUDAHAN, RISIKO, MANFAAT DAN KENYAMANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN MOBILE BANKING**Oleh :****Keyka Finannafi'ah**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta

Email : Keykafnfh@gmail.com

Banu Witono,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta

Email : Bw257@ums.ac.id

Article Info**Article History :**

Received 10 April - 2022

Accepted 24 April - 2022

Available Online

30 April - 2022

Abstract

The research entitled The Effect of Ease, Risk, Benefit, and Convenience on Interest in using Mobile Banking aims to analyze and determine the effect of public interest in Sragen Regency in using Mobile Banking. The method used in this study is a comparative causal type with a quantitative approach. The population in this research is the people in Sragen Regency. While the sampling technique in this study used purposive sampling. So from the calculation result, the sample of this research is 100 samples from the total population in Sragen Regency. This research was processed using the Statistical Package for Social Science (SPSS) version 25 application. The results showed that convenience, risk, benefit and convenience significantly influenced the interest in using Mobile Banking in the community in Sragen Regency

Keyword :**Convenience, Risk, Benefit, Interest, Mobile Banking**

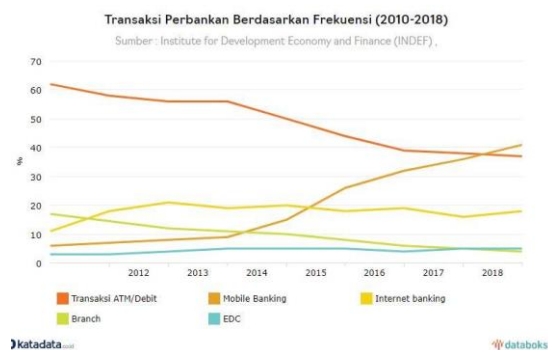
1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini semakin meningkat sejalan dengan perubahan era yang terjadi. Pengaruh dari pertumbuhan teknologi bukan hanya dinikmati bagi sebagian orang, namun hampir semua masyarakat. Bahkan teknologi saat ini ada dalam tiap-tiap kegiatan masyarakat. Selain berguna dalam mempermudah beragam aktivitas, teknologi juga dapat menyajikan beragam macam informasi yang diinginkan oleh setiap orang. Salah satu bentuk teknologi informasi yang dipergunakan ialah internet. Internet saat ini bukan hanya dipakai untuk menemukan informasi saja, namun juga dipergunakan untuk pelaksanaan transaksi ekonomi. Sektor perbankan ialah salah satu sektor yang memanfaatkan pertumbuhan teknologi informasi yang semakin maju, terutama dalam memfasilitasi pelayanan bagi nasabah mereka. Electronic banking ialah pelayanan perbankan yang meliputi beragam

macam layanan, seperti internet banking, mobile banking, SMS banking, dan phone banking. Pelayanan tersebut begitu berperan dalam membagikan kemudahan nasabah ketika mendapatkan informasi dan melaksanakan tiap-tiap transaksi perbankan. Sebelum hadirnya electronic banking, masyarakat hanya mampu melaksanakan transaksi melalui Automated Teller Machine (ATM), namun saat ini transaksi keuangan mampu dilakukan dengan memakai telepon genggam dan internet. Hal tersebut sudah tak diragukan lagi dalam membantu pergerakan dari nasabah dalam melaksanakan tiap transaksi keuangan dan memotivasi sebagian nasabah untuk dapat memakai layanan tersebut sebagai penunjang kebutuhan nasabah ketika melaksanakan transaksi ekonomi.

Menurut data *institute for development economy and finance* (INDEF) menunjukkan sebesar 41% frekuensi transaksi perbankan nasabah 2018 adalah transaksi menggunakan layanan internet perbankan. Angka ini

meningkat hampir tujuh kali lipat dibandingkan 2010 dimana hanya 6% dari frekuensi transaksi perbankan merupakan transaksi menggunakan layanan internet perbankan. Frekuensi transaksi perbankan yang menggunakan ATM pada tahun 2018 sebesar 37%, turun tipis dibandingkan 2017 sebesar 38%. Namun jika dibandingkan dengan 2010 dimana 62% frekuensi transaksi perbankan adalah transaksi dengan menggunakan ATM, angka ini menunjukkan penurunan 40,32%.



Gambar 1.1 Transaksi Perbankan Berdasarkan Frekuensi (2010-2018)
Sumber : INDEF

Frekuensi melalui kantor cabang bank pada tahun 2018 hanya sebanyak 4%. Data itu menunjukkan penurunan tajam dibandingkan periode tahun 2010 di mana 17% frekuensi transaksi perbankan adalah melalui kantor cabang bank (Wulandari & Novitasari, 2021). Otoritas Jasa Keuangan (2018) menjelaskan bahwa jumlah total rekening di Indonesia adalah sekitar 257 juta, tetapi jumlah pendaftaran *mobile banking* adalah sekitar 12.000.000, hanya 5% dari total rekening.

Mobile Banking ialah bidang dari Elektronik Banking yang merupakan sebuah layanan inventif yang dibagikan oleh bank, yang mengizinkan nasabah melaksanakan transaksi perbankan dengan telepon genggamnya (Fadlan & Dewantara, 2018). Dengan adanya mobile banking bagi sektor perbankan, membagikan pengaruh yang baik untuk nasabah ketika melaksanakan transaksi. Misalnya, nasabah tidak butuh lagi untuk ke bank ketika ingin melakukan transaksi cukup melalui telepon genggam yang terkoneksi internet dimanapun dan kapanpun dengan cepat dan mudah. Derajat pendapatan nasabah pada aplikasi mobile banking terpengaruh

dengan beragam faktor. Faktor pertama ialah kemudahan. Faktor ini dinilai penting untuk dilaksanakan pengamatan karena nasabah cenderung mempunyai niat akan terus menerus memakai aplikasi mobile banking apabila penggunaan tersebut mempunyai kemudahan ketika dipakai. Selain kemudahan, faktor yang diperkirakan mempunyai pengaruh ialah risiko. Menurut Kurniaputra & Nurhadi (2018) menyatakan bahwa risiko yang banyak dijumpai ialah terdapat orang atau kelompok orang yang dengan terencana melaksanakan aktivitas phishing yaitu mereka merancang situs atau laman hampir sama dengan laman bank aslinya, akibatnya tanpa disadari nasabah, maka nasabah tersebut sedang menelusuri laman imitasi sebab tampilan dan logo bank yang dibuat hampir menyerupai aslinya.

Kemudian, faktor yang ketiga yakni manfaat. Jika nasabah dengan sederhana memakai aplikasi mobile banking, maka aplikasi itu mampu membagikan kegunaan bagi nasabah. Jika nasabah sudah mampu memperoleh manfaat memakai aplikasi mobile banking, maka akan bertambah meningkat juga motivasi nasabah untuk memakai aplikasi tersebut secara kontinu. Selain kemudahan, risiko dan manfaat, terdapat satu faktor yang juga ada faktor kenyamanan. Nasabah secara kontinu akan memakai aplikasi mobile banking apabila pelayanan yang dibagikan membentuk nasabah memperoleh kenyamanan ketika melaksanakan transaksi. Hal ini akan menjadi suatu yang utama bagi pelaksanaan penelitian pusat diterimanya sebuah barang atau jasa ialah kenyamanan ketika memakai produk tersebut. Saat nasabah merasa nyaman maka mereka akan secara kontinu memakai layanan mobile banking untuk kebutuhan transaksi (Pratama et al., 2019).

Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya yang menjadi sumber referensi bagi penelitian ini bahwa terdapat gap atau kesenjangan pada penelitian sebelumnya. Penelitian dari Fadlan & Dewantara (2018) memperoleh variabel kemudahan penggunaan berdampak pada minat menggunakan mobile banking, sedangkan penelitian dari Hadi & Novi (2015) menyatakan kemudahan penggunaan tidak berdampak pada minat

menggunakan mobile banking. Selanjutnya penelitian Laksana et al. (2015) menetapkan bahwa risiko mempunyai pengaruh signifikan pada minat menggunakan mobile banking, sedangkan hasil temuan dari Kurniaputra & Nurhadi (2018) mendapati risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking. Sementara itu, hasil penelitian dari Kurniaputra & Nurhadi (2018) yang menggunakan variabel independen manfaat menyatakan bahwa variabel independen manfaat tersebut berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking, sedangkan temuan dari penelitian Fernos & Alfadino (2021) membuktikan bahwa manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking. Selanjutnya, penelitian dari Prabowo (2018) dalam penelitiannya membuktikan bahwa kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking, sedangkan penelitian Laraswati (2016) mendapati kenyamanan tidak berpengaruh signifikan pada minat menggunakan mobile banking.

Kemudian untuk itu, pada penelitian ini dilakukan atas adanya research gap atau kesenjangan dan perbedaan-perbedaan dari hasil penelitian sebelumnya. Oleh sebab itu, penelitian ini kembali membuktikan dari penelitian sebelumnya, sehingga peneliti melaksanakan penelitian yang berjudul Pengaruh Kemudahan, Risiko, Manfaat dan Kenyamanan terhadap Minat dalam Menggunakan Layanan Mobile dilaksanakan dengan maksud untuk memahami dan menganalisis pengaruh kemudahan, risiko, manfaat dan kenyamanan terhadap minat nasabah dalam memakai layanan Mobile Banking.

2. KAJIAN PUSTAKA DAN PEGEMBANGAN HIPOTESIS

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) adalah sebuah model yang dirancang untuk memprediksi penerimaan aplikasi computer dan faktor-faktor yang langsung berkaitan dengannya. Model ini memiliki tujuan untuk memberi penjelasan dan memperkirakan

penerimaan (*acceptance*) pengguna faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan terhadap sebuah teknologi dalam organisasi (Wida, Yasa, and Sukaatmadja, 2016). Fishbein dan Ajzen (1975) menyatakan bahwa *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dirancang khusus untuk permodelan penerimaan sistem informasi adalah adaptasi dari *Theory of Reasoned Action (TRA)*, merupakan teori tindakan yang berlandaskan bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap sesuatu akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut (Fadlan and Dewantara, 2018). Model ini berasal dari teori psikologis yang menjelaskan tentang perilaku pengguna teknologi informasi dengan kepercayaan (*belief*), sikap (*attitude*), minat (*intention*), dan hubungan perilaku pengguna (*user behavior relationship*) sebagai faktor penjelasnya. Menurut model ini, minat perilaku individu untuk mengadopsi suatu teknologi ditentukan oleh sikap seseorang terhadap penggunaan teknologi tersebut (Sulistiyarini, 2013).

Minat menggunakan Mobile Banking

Minat merupakan suatu proses jiwa yang bersifat abstrak yang dinyatakan oleh seluruh keadaan aktivitas, ada objek yang dianggap bernilai sehingga diketahui dan diinginkan, menimbulkan kecenderungan perasaan terhadap sesuatu, gairah dan keinginan terhadap sesuatu. Bisa dikatakan pula bahwa minat menimbulkan keinginan yang kuat terhadap sesuatu (Winata et al., 2018), sedangkan *Mobile banking* yaitu suatu layanan yang ditawarkan oleh bank untuk mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi melalui *smartphone*. Nasabah yang telah memiliki layanan mobile banking tentu saja tidak perlu lagi pergi ke ATM atau kantor cabang bank terdekat karena dengan *mobile banking* nasabah dapat langsung bertransaksi melalui ponsel tanpa batas ruang dan waktu. Adapun beberapa fasilitas yang ditawarkan *mobile banking* antara lain cek saldo, mutasi rekening bulanan, transfer antar rekening/antar bank lain, pembayaran tagihan, dan lain-lain.

Minat menggunakan *mobile banking* dapat didefinisikan sebagai keinginan atau rasa ketertarikan seseorang untuk mengakses layanan mobile banking yang ditawarkan pihak bank tanpa perlu lama-lama mengantri

di bank dan dapat digunakan dimana pun dan kapan pun melalui *smartphone*. Masyarakat yang sering bertransaksi secara *online* kecenderungan menggunakan *mobile banking* sebagai alat untuk transaksi pembayaran, dikarenakan lebih mudah dan sangat membantu ketika kita memiliki kesibukan yang cukup padat dalam aktivitas kita sehari-hari sehingga nasabah memiliki minat untuk menggunakan *mobile banking*.

Pengaruh Kemudahan terhadap Minat menggunakan *Mobile Banking*

Kemudahan ialah sebuah kepercayaan mengenai prosedur penentuan keputusan. Apabila seseorang memperoleh pengalaman percaya pada sistem informasi yang membagikan kemudahan ketika ia memakainya maka pemakaian tersebut akan berlangsung secara berkelanjutan. Kemudahan penggunaan akan mempersingkat usaha yang meliputi waktu ataupun tenaga para nasabah dalam memahami cara transaksi dengan *mobile banking*. Sehingga nasabah tidak usah repot-repot untuk mengantre di kantor bank terdekat. Nasabah sekadar perlu menginstal aplikasi *mobile banking* di *smartphone*, layanan *mobile banking* ini juga mampu diakses kapanpun dan dimanapun. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Pratama et al. (2019) menunjukkan hasil bahwa Persepsi Kegunaan, Kemudahan penggunaan, dan Kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap niat dalam menggunakan aplikasi *mobile banking*. Selaras dengan teori serta penelitian sebelumnya, maka dirumuskan hipotesis pertama pada penelitian ini, yaitu:

H₁: Kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Pengaruh Risiko terhadap Minat menggunakan *Mobile Banking*

Risiko menurut Tangesow & Tumbel (2019) diartikan sebagai ketidakraguan yang ditemui nasabah ketika ia tidak dapat menemui peluang yang akan dijumpai sebagai hasil keputusan pembelian yang dilaksanakannya. Risiko butuh dipertimbangkan nasabah sebelum menerapkan layanan *mobile banking*. Nasabah dapat memakai layanan ini apabila dirasa berisiko rendah dan terlindungi bagi

kepentingan nasabah. Sedangkan saat risiko yang dirasa terlalu tinggi maka akan menimbulkan dorongan untuk menepi dari pemakaian *mobile banking*. Berdasarkan temuan dari penelitian Laksana et al. (2015) mendapatkan persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko dan persepsi keselarasan berdampak signifikan pada minat menggunakan *mobile banking*. Selaras dengan teori serta penelitian terdahulu, maka dirumuskan hipotesis kedua penelitian ini, yaitu:

H₂: Risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Pengaruh Manfaat terhadap Minat menggunakan *Mobile Banking*

Manfaat menurut Ahmad & Pambudi (2014) ialah sepanjang mana seseorang berkeyakinan bahwa memakai suatu teknologi akan mengembangkan performa pekerjaannya. Persepsi manfaat mampu mewujudkan keyakinan nasabah guna meningkatkan performa penggunaan teknologi pada *mobile banking*. Melalui layanan *mobile banking* sudah tentu akan mempersingkat kegiatan dan pekerjaan yang berhubungan dengan aktivitas transaksi perbankan. Semakin nasabah merasakan *mobile banking* membagikan manfaat, yang banyak, maka nasabah condong terus memakainya. Penelitian terdahulu mendapati adanya keterikatan dan hubungan yang signifikan antara lain penelitian oleh Kurniaputra & Nurhadi (2018) pada temuannya menyimpulkan persepsi kemudahan, dan persepsi manfaat berpengaruh signifikan. Selaras dengan teori serta penelitian sebelumnya, maka dirumuskan hipotesis ketiga penelitian ini, yaitu:

H₃: Manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

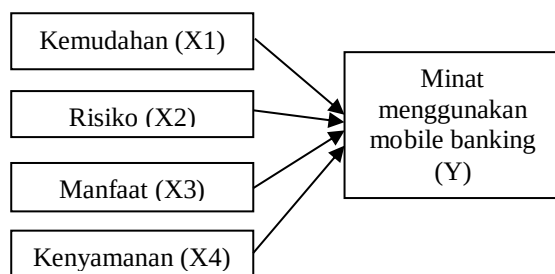
Pengaruh Kenyamanan terhadap Minat menggunakan *Mobile Banking*

Kenyamanan didefinisikan oleh Mahkota et al., (2014) merupakan ketika seseorang meyakini bahwa kegiatan memakai suatu sistem dianggap sangat menyenangkan. Jika memakai suatu sistem dirasakan menyenangkan maka pengguna akan

terdorong untuk memakai sistem tersebut secara terus menerus. Technology Acceptance Model (TAM) mengulas mengenai minat tingkah laku seorang individu dalam mengangkat komponen tertentu dari sebuah teknologi yang dipastikan dengan tingkah laku seseorang terhadap penggunaan teknologi tersebut. Hubungan Technology Acceptance Model (TAM) dengan kenyamanan ialah sikap individu terhadap kenyamanannya dalam memakai teknologi bergantung pada hasil dari teknologi tersebut mampu meningkatkan performa kerjanya. Penelitian terdahulu dari Pratama et al. (2019) menunjukkan adanya keterkaitan dan hubungan yang signifikan antara Persepsi Kegunaan, Kemudahan penggunaan, dan Kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap niat dalam menggunakan aplikasi mobile banking. Selaras dengan teori serta penelitian sebelumnya, maka dirumuskan hipotesis keempat penelitian ini, yaitu:

H4: Kenyamanan berpengaruh terhadap minat menggunakan mobile banking.

Berdasarkan penjabaran sebelumnya, maka penelitian ini menganalisis mengenai minat dalam menggunakan layanan mobile banking (Studi Kasus pada Masyarakat di Kabupaten Sragen). Terdapat lima variabel yang digunakan untuk mempermudah pemahaman penelitian. Minat menggunakan mobile banking ialah variabel dependen dan variabel bebas, variabel independen meliputi Kemudahan, Risiko, Manfaat, dan Kenyamanan. Adapun kerangka pemikiran pada penelitian ini sebagai berikut:



3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dipakai pada penelitian ini berjenis kausal komparatif dengan pendekatan kuantitatif. Pada penelitian ini peneliti menggunakan objek penelitian yaitu kemudahan, risiko, manfaat, dan

kenyamanan terhadap minat menggunakan mobile banking.

Populasi pada penelitian ini ialah masyarakat di Kabupaten Sragen. Sementara itu, untuk penentuan sampel penelitian dilaksanakan melalui teknik pengambilan sampel pada penelitian menggunakan purposive sampling. Purposive sampling ialah metode menentukan sampel melalui pertimbangan tertentu. Jumlah populasi berjumlah 1.005.556, maka pengambilan sampel dalam penelitian ini memakai perhitungan slovin (Sugiyono, 2016). Sehingga dari hasil perhitungan diperoleh sampel penelitian ini sejumlah 99,99 yang dibulatkan menjadi 100 sampel dari seluruh total penduduk yang berada di Kabupaten Sragen.

Data pada penelitian ini bersumber dari data primer, yang merupakan data yang dihimpun sendiri oleh peneliti secara langsung dari lapangan atau tempat objek penelitian dilaksanakan. Teknik pengumpulan data dilaksanakan melalui instrumen kuesioner dengan memakai google formulir yang disebarakan ke masyarakat di Kabupaten Sragen melalui media sosial. Skala yang digunakan pada penelitian ini memakai skala likert. Kemudian metode analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda.

$$MB = \alpha + \beta_1 KD + \beta_2 RK + \beta_3 MF + \beta_4 KY + e$$

Keterangan:

MB : Minat menggunakan mobile banking
 α : Konstanta
 β_1 — β_4 : Koefisien tiap variabel
 KD : Kemudahan
 RK : Risiko
 MF : Manfaat
 KY : Kenyamanan
 e : error

Adapun pendekatan yang dilakukan pada analisis berganda adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilaksanakan guna mengukur absah atau valid tidaknya sebuah kuesioner ataupun untuk mengutarakan sesuatu yang akan dihitung kuesioner tersebut. Sedangkan, uji reliabilitas merupakan alat untuk mengetahui ukuran sebuah kuisisioner

yang merupakan parameter dari variabel. Suatu kuisioner dinyatakan reliabel atau cakup apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan konstan atau selaras dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dalam SPSS dapat memakai dua metode, yaitu cronbach's alpha dan composite reliability. Sementara itu, pada awal melaksanakan uji hipotesis dilaksanakan terlebih dahulu dilaksanakan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heterokedastisitas.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Item	R hitung	R tabel	Keterangan
KD1	0,755	0,195	Valid
KD2	0,754	0,195	Valid
KD3	0,421	0,195	Valid
KD4	0,688	0,195	Valid
KD5	0,705	0,195	Valid
KD6	0,736	0,195	Valid
RK1	0,839	0,195	Valid
RK2	0,882	0,195	Valid
RK3	0,785	0,195	Valid
RK4	0,741	0,195	Valid
MF1	0,762	0,195	Valid
MF2	0,759	0,195	Valid
MF3	0,742	0,195	Valid
MF4	0,690	0,195	Valid
MF5	0,362	0,195	Valid
MF6	0,705	0,195	Valid
KY1	0,774	0,195	Valid
KY2	0,819	0,195	Valid
KY3	0,782	0,195	Valid
KY4	0,643	0,195	Valid
MB1	0,754	0,195	Valid
MB2	0,749	0,195	Valid
MB3	0,652	0,195	Valid
MB4	0,710	0,195	Valid
MB5	0,755	0,195	Valid
MB6	0,617	0,195	Valid
MB7	0,709	0,195	Valid
MB8	0,726	0,195	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji validitas tersebut maka dinyatakan bahwa butir pertanyaan variabel bebas dan terikat ialah valid, sebab r

hitung pada setiap pertanyaan lebih tinggi dari pada r tabel.

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kemudahan	0,695	Reliabel
Risiko	0,824	Reliabel
Manfaat	0,655	Reliabel
Kenyaman	0,735	Reliabel
Minat menggunakan Mobile Banking	0,842	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tersebut mendapati nilai Cronbach's Alpha pada tiap-tiap variabel nilainya lebih besar dari 0,60, sehingga diartikan bahwa instrumen pada penelitian ini ialah reliabel dan memadai untuk pakai.

Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.19328008
	Absolute	.078
	Most Extreme Positive	.078
Kolmogorov-Smirnov Z	Negative	-.061
	Asymp. Sig. (2-tailed)	.781
		.576

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji normalitas melalui Kolmogorov-smirnov ialah 0,781 melalui nilai Asymp. Sig. sejumlah 0,576. Nilai tersebut ada pada posisi di atas 0,05 sehingga diartikan data pada model regresi dinyatakan normal.

Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.062	3.093		.020	.984		
Total Kemudahan	.280	.122	.201	2.294	.024	.604	1.655
Total Risiko	.555	.154	.304	3.610	.000	.654	1.529
Total Manfaat	.303	.143	.197	2.123	.036	.536	1.865
Total Kenyamanan	.547	.220	.239	2.484	.015	.500	2.000

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Pada tabel diatas hasil uji multikolinearitas mendapati nilai VIF lebih kecil dari 10 dan Tolerance lebih tinggi dari 0,1. Dimana variabel Kemudahan mempunyai nilai VIF sebanyak 1,655 dan nilai Tolerance sebesar 0,604. Variabel Risiko memiliki nilai VIF sejumlah 1,529 dan nilai Tolerance sebesar 0,654. Variabel Manfaat memiliki nilai VIF sejumlah 1,865 dan nilai Tolerance sejumlah 0,536. Variabel Kenyamanan memiliki nilai VIF sejumlah 2,000 dan nilai Tolerance sejumlah 0,500, sehingga mampu diartikan bahwa model regresi yang dipakai pada penelitian ini tidak ada masalah multikolinearitas.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

	Total Kemudahan	Total Risiko	Total Manfaat	Total Kenyamanan	Unstandardized Residual
Correlation	1.000	.590*	.503**	.513**	.146
Coefficient		.000	.000	.000	.147
Total Kemudahan Sig. (2-tailed)	100	100	100	100	100
	.590**	1.00	.428**	.470**	-.009
N Correlation		0			
Coefficient	.000	.	.000	.000	.927
Total Risiko Sig. (2-tailed)	100	100	100	100	100
	.503**	.428*	1.000	.623**	.026
N Correlation		.	.	.	
Spearman's Coefficient	.000	.000	.000	.000	.796
Total Manfaat Sig. (2-tailed)	100	100	100	100	100
	.513**	.470*	.623**	1.000	.017
Rho Sig. (2-tailed)		*			
N Correlation		.000	.000	.	.870
Coefficient	100	100	100	100	100
Total Kenyamanan Sig. (2-tailed)	.146	-.009	.026	.017	1.000
	.147	.927	.796	.870	.
N Correlation					
Unstandardized Coefficient Residual Sig. (2-tailed)	100	100	100	100	100
N					

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Pada tabel diatas hasil uji heteroskedastisitas mendapati seluruh nilai signifikansi pada uji heteroskedastisitas lebih

tinggi dari 0,05 atau 5%. Pada variabel Kemudahan mempunyai derajat signifikansi sebesar 0,147, variabel Risiko memiliki nilai signifikansi sebesar 0,927, variabel Manfaat mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,796, dan variabel Kenyamanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,870. Sehingga dapat dinyatakan bahwa model regresi yang dipakai pada penelitian ini bebas dari gejala heteroskedastisitas.

Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	.062	3.093	
Total Kemudahan	.280	.122	.201
1 Total Risiko	.555	.154	.304
Total Manfaat	.303	.143	.197
Total Kenyamanan	.547	.220	.239

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Hasil uji model regresi diatas menunjukkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$MB : 0,062 + 0,280KD + 0,555RK + 0,303MF + 0,547KY + e$$

Keterangan:

MB : Minat menggunakan *Mobile Banking*
 α : Konstanta
 $\beta_1 - \beta_4$: Koefisien dari tiap variabel
 KD : Kemudahan
 RK : Risiko
 MF : Manfaat
 KY : Kenyamanan
 ϵ : Error

Dari persamaan regresi yang didapat maka mampu diinterpretasikan sebagai berikut:

- Nilai koefisien regresi variabel kemudahan menunjukkan nilai sebesar 0,280 dan bertanda positif. Hal ini mengartikan bahwa semakin tinggi kemudahan maka derajat Minat menggunakan *Mobile Banking* akan semakin tinggi dan

- kebalikannya apabila semakin rendah tingkat kemudahan maka tingkat Minat memakai Mobile Banking menjadi rendah.
- Nilai koefisien regresi variabel Risiko mendapat nilai sejumlah 0,555 dan bernilai positif. Hal ini mengartikan bahwa semakin tinggi risiko maka derajat Minat menggunakan Mobile Banking akan meningkat dan kebalikannya apabila semakin rendah tingkat risiko maka tingkat Minat memakai Mobile Banking menjadi rendah.
 - Nilai koefisien regresi variabel Manfaat mendapatkan nilai sebanyak 0,303 dan bernilai positif. Hal ini mengartikan semakin tinggi manfaat maka tingkat Minat menggunakan Mobile Banking akan semakin meningkat dan kebalikannya apabila semakin rendah tingkat manfaat maka tingkat Minat memakai Mobile Banking menjadi rendah.
 - Nilai koefisien regresi variabel Kenyamanan sebanyak 0,547 dan bertanda positif. Hal ini mengartikan bahwa semakin tinggi kenyamanan maka tingkat Minat memakai Mobile Banking akan makin tinggi dan sebaliknya jika semakin rendah tingkat kenyamanan maka tingkat Minat memakai Mobile Banking menjadi rendah.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.748 ^a	.559	.541	3.260

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) memperoleh nilai Adjusted R^2 sebesar 0,541 atau 54,1% yang berarti bahwa variabel Minat menggunakan Mobile Banking dapat dijelaskan oleh variabel Kemudahan, Risiko, Manfaat, dan Kenyamanan sebesar 54,1%, sedangkan sisanya yaitu 45,9% dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian.

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1280.933	4	320.233	30.136	.000 ^b
1 Residual	1009.507	95	10.626		
Total	2290.440	99			

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji F mendapatkan F hitung sejumlah 30,136 mempunyai derajat signifikansi senilai $0,000 < 0,05$, maka sesuai dengan dasar keputusan dalam uji F dapat disimpulkan model regresi pada penelitian ini dinyatakan goodness of fit.

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.062	3.093		.020	.984
Total Kemudahan	.280	.122	.201	2.294	.024
1 Total Risiko	.555	.154	.304	3.610	.000
Total Manfaat	.303	.143	.197	2.123	.036
Total Kenyamanan	.547	.220	.239	2.484	.015

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Dari hasil tabel diatas dapat diartikan hasil dari uji t sebagai berikut:

- Berdasarkan hasil uji t yang sudah ditampilkan pada tabel diatas, didapati bahwa Kemudahan mempunyai nilai t hitung sebesar 2,294 dengan derajat signifikansi sebesar $0,024 < 0,05$. Dengan begitu maka Hipotesis Pertama diterima sehingga dapat dinyatakan bahwa Kemudahan berpengaruh terhadap Minat menggunakan Mobile Banking.
- Berdasarkan hasil uji t yang sudah ditampilkan pada tabel diatas, didapati bahwa Risiko mempunyai nilai t hitung sebesar 3,610 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan begitu maka Hipotesis Kedua diterima sehingga mampu diartikan bahwa Risiko berpengaruh terhadap Minat menggunakan Mobile Banking.

- c. Berdasarkan hasil uji t yang sudah ditampilkan pada tabel diatas, dinyatakan bahwa Manfaat memiliki nilai t hitung sebesar 2,123 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,036 < 0,05$. Dengan begitu maka Hipotesis Ketiga diterima sehingga mampu diartikan bahwa Manfaat berpengaruh terhadap Minat menggunakan Mobile Banking.
- d. Berdasarkan hasil uji t yang sudah ditampilkan pada tabel diatas, didapati bahwa Kenyamanan mempunyai nilai t hitung sebesar 2,484 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,015 < 0,05$. Dengan begitu maka Hipotesis Keempat diterima sehingga mampu diartikan bahwa Kenyamanan berpengaruh terhadap Minat menggunakan Mobile Banking.

Pembahasan

- a. Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat menggunakan Mobile Banking
Berdasarkan hasil uji t, didapati bahwa variabel Kemudahan mempunyai nilai t hitung sebesar 2,294 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,024 < 0,05$ sehingga Hipotesis Pertama diterima, yang mengartikan Kemudahan berpengaruh terhadap Minat menggunakan Mobile Banking. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Adi Pratama, dkk. (2019) yaitu Kemudahan berpengaruh terhadap Minat menggunakan Mobile Banking. Secara teori, semakin seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem mudah untuk dipelajari maka teknologi tersebut akan terus digunakan, sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kemudahan maka semakin tinggi pula minat menggunakan mobile banking, teori tersebut sesuai dengan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan. Kemudahan yang diberikan oleh mobile banking tentu membantu nasabah dalam kehidupan sehari-hari, kemudahan dalam penggunaan sistem tersebut membuat nasabah berkeinginan untuk menggunakannya, jika sistem yang dipakai sulit untuk digunakan tentu nasabah akan malas atau tidak berminat menggunakannya. Hal ini sejalan dengan dengan konsep teori TAM dimana teori TAM menjelaskan bahwa kemudahan lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah

digunakan. Model ini menggambarkan penerimaan penggunaan teknologi dipengaruhi oleh variabel kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*).

- b. Pengaruh Risiko Terhadap Minat menggunakan Mobile Banking
Berdasarkan hasil uji t, didapati bahwa variabel Risiko mempunyai nilai t hitung sebesar 3,610 dengan derajat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga Hipotesis Kedua diterima, artinya Risiko berpengaruh terhadap Minat menggunakan Mobile Banking, faktor risiko mendukung untuk meningkatkan minat masyarakat menggunakan mobile banking, berdasarkan analisis dari hasil kuesioner yang peneliti dapatkan adalah karena masyarakat merasa penggunaan mobile banking melindungi setiap kebutuhan nasabah ketika melaksanakan transaksi, dan merasa transaksi melalui mobile banking tidak memiliki risiko yang tinggi. Berdasarkan jawaban responden, maka diketahui bahwa sebagian besar responden akan tetap menggunakan mobile banking dalam bertransaksi walaupun terdapat berbagai macam risiko. Penentuan risiko merupakan perilaku yang menggambarkan model *Technology Acceptance Model* (TAM). Perilaku pengguna dalam menerima dan menggunakan teknologi baru dipengaruhi oleh percaya bebas dari risiko. TAM diformulasikan untuk mencapai tujuan penerimaan terhadap teknologi dengan mengidentifikasi variabel yang diperoleh dari penelitian yaitu risiko dalam minat penggunaan *mobile banking*. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Giga Bawa Laksana, dkk. (2015), alasan utama mengapa risiko yang ada tidak menghalangi mereka untuk menggunakan mobile banking karena faktor pengalaman dan kepercayaan.
- c. Pengaruh Manfaat Terhadap Minat menggunakan Mobile Banking
Berdasarkan hasil uji t, didapati bahwa Manfaat mempunyai nilai t hitung sebesar 2,123 dengan derajat signifikansi sebesar $0,036 < 0,05$ sehingga Hipotesis Ketiga diterima, artinya Manfaat berpengaruh terhadap Minat menggunakan Mobile Banking. Hasil ini mendukung penelitian

sebelumnya yang dilakukan oleh Adria Yudi Kurniaputra dan Mochamad Nurhadi (2018) yaitu Manfaat berpengaruh terhadap Minat menggunakan Mobile Banking. Dalam teori TAM membuktikan bahwa manfaat berpengaruh terhadap penggunaan sistem informasi, dalam teori ini menunjukkan bahwa sikap (*attitude*), minat (*behavioral intention*), perilaku (*behavior*) paling banyak dipengaruhi oleh manfaat (*usefulness*) dan merupakan konstruk yang penting dalam mempengaruhi penggunaan teknologi. Secara teori, semakin seseorang percaya bahwa suatu sistem berguna maka sistem tersebut akan terus digunakan, sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi manfaat maka semakin tinggi pula minat menggunakan mobile banking, teori tersebut sesuai dengan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan.

d. Pengaruh Kenyamanan Terhadap Minat menggunakan Mobile Banking

Berdasarkan hasil uji t, didapati bahwa Kenyamanan memiliki nilai t hitung sebesar 2,484 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,015 < 0,05$ sehingga Hipotesis Keempat diterima, artinya Kenyamanan berpengaruh terhadap Minat menggunakan Mobile Banking. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Adi Pratama, dkk. (2019) yaitu Kenyamanan berpengaruh terhadap Minat menggunakan Mobile Banking. Apabila disandingkan dengan transaksi interpersonal, mobile banking membagikan lebih memiliki keunggulan dan kemudahan. Hingga kenyamanan yang diberikan oleh mobile banking, tentu membantu masyarakat dalam kehidupan sehari-hari, sebagai contoh pengguna mampu melaksanakan transaksi kapanpun dan dimanapun. Kaitan antara *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan kenyamanan yaitu sikap suatu individu terhadap kenyamanannya dalam penggunaan suatu teknologi tergantung pada sejauh mana teknologi tersebut dapat meningkatkan kinerjanya.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang sudah dijabarkan sebelumnya, maka penelitian ini dilaksanakan

untuk memahami pengaruh Kemudahan, Risiko, Manfaat, dan Kenyamanan terhadap Minat menggunakan Mobile Banking. Maka dapat disimpulkan bahwa kemudahan, risiko, manfaat dan kenyamanan berpengaruh terhadap Minat menggunakan Mobile Banking pada Masyarakat di Kabupaten Sragen.

Sementara itu, pada penelitian ini juga terdapat keterbatasan yang wajib dipertimbangkan untuk peneliti-peneliti di masa depan, yaitu dalam pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dengan google formulir, banyak dari responden yang tidak mengisi kuesioner tersebut dan peneliti tidak mendatangi responden secara langsung. kondisi ini mampu membagikan dampak pengaruh respon yang ditanggapi oleh responden yang secara tidak langsung akan berpengaruh pada hasil penelitian. Sementara itu, penyebaran kuesioner melalui media social kurang menjangkau lebih luas.

6. REFERENSI

- Ahmad, & Pambudi, B. S. (2014). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, keamanan dan ketersediaan fitur terhadap minat ulang nasabah bank dalam menggunakan internet banking (studi pada program layanan internet banking bri). *Journal of Management Studies*, 8(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.21107/kompetensi.v8i1.589>
- Fadlan, A., & Dewantara, R. Y. (2018). Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap penggunaan mobile banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 62(1). <http://repository.ub.ac.id/165788/>
- Kurniaputra, A. Y., & Nurhadi, M. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko dan Manfaat Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking BRI. *Journal of Business and Banking*, 8(1). <https://doi.org/10.14414/jbb.v8i1.1557>
- Mahkota, A. P., Suyadi, I., & Riyadi. (2014). Pengaruh kepercayaan dan kenyamanan terhadap keputusan pembelian online

- (Studi Pada Pelanggan Website Ride Inc). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2).
- Pratama, A., Saleh, F. M., Zahra, F., & Afdhalia, N. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi niat dalam menggunakan mobile banking (Studi Empiris pada Nasabah Perbankan Konvensional di Kota Palu). *Jurnal Akun Nabelo*, 2(1), 204–216.
- Sulistiyarini, S. (2013). Pengaruh minat individu terhadap penggunaan mobile banking: model kombinasi technology acceptance model (tam) dan theory of planned behavior (tpb). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2).
- Tangesow, N., & Tumbel, A. L. (2019). Pengaruh gaya hidup dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian pakaian online (studi kasus pada mahasiswa manajemen unsrat 2014). *Jurnal EMBA*, 7(3), 3468–3477.
- Wida, P. A. M. W., Yasa, N. N. K., & Sukaatmadja, I. P. G. (2016). Aplikasi model tam (technology acceptance model) pada perilaku pengguna instagram. *Jurnal Ilmu Manajemen Mahasaraswati*, 6(2).
- Winata, V. P., Sabri, & Dewi, S. (2018). Analisis kemudahan penggunaan, efisiensi dan keamanan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan bsm mobile banking pada bank syariah mandiri kantor cabang payakumbuh. *Journal of Economic Studies*, 2(2).
- Wulandari, S., & Novitasari, N. (2021). Pengaruh Internet Banking, Risiko Kredit dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan Perbankan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2019. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 4(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.327>