

---

## PENGARUH PERSEPSI RESIKO, KEGUNAAN, KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP SIKAP PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* DI KOTA AMBON

Oleh :

**Rita J.D. Atarwaman**

Program Studi Akuntansi FEB Universitas Pattimura Ambon

Email : rita.atarwaman72@gmail.com

---

### Article Info

Article History :

Received 15 May - 2022

Accepted 29 May - 2022

Available Online

30 May - 2022

### Abstract

*This study aims to empirically examine the effect of perceived risk, usability, trust and convenience on attitudes towards mobile banking usage. banking. The data in this study are primary data obtained from distributing questionnaires directly to 102 people in Ambon city government bank customers. The results of multiple regression stated that the risk perception variable had no effect on attitudes to using mobile banking, the perceived usefulness variable had a significant effect on attitudes to using mobile banking, the perceived trust variable had a significant effect on attitudes towards using mobile banking, and the perceived convenience variable had a significant effect on usage attitudes. mobile banking.*

---

Keyword :

*Perception of Risk, Usability, Trust, and Ease of Attitude to Use of Mobile Banking.*

---

## 1. PENDAHULUAN

Kemajuan perkembangan teknologi yang diiringi dengan perkembangan sistem informasi berbasis teknologi terjadi begitu pesat di era globalisasi ini, adanya teknologi modern, masyarakat bisa lebih memanfaatkan teknologi yang sudah di *modernisasi* dan juga dapat memanfaatkan fasilitas yang telah di sediakan oleh pihak terkait (Hapsara, 2015). Pengembangan layanan perbankan pada saat ini tidak hanya berupa layanan yang aman dan terpercaya, tetapi juga harus mampu memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah yang telah berkembang seiring dengan perkembangan teknologi dan gaya hidup (Safitri, 2016).

Guna memenuhi tuntutan perkembangan teknologi sekaligus memberikan kemudahan bagi staf dan nasabahnya, banyak perbankan yang menyediakan layanan berbasis teknologi informasi dimana pelayanan dapat dilakukan secara *online*, dan salah satunya adalah melalui penggunaan *mobile banking* (Tirtana dan Sari, 2014). Nasabah bisa mendapatkan informasi perbankan secara cepat, efektif dan efisien, serta dapat mengurangi waktu tunggu nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Sementara pada sisi perbankan, produk dengan teknologi ini dapat memudahkan mereka dalam mengurangi pekerjaan karyawan mereka

khususnya *teller* serta *customer service* (Hadi dan Novi, 2015) dalam Safitri (2016).

*Mobile banking (M-banking)* merupakan sistem layanan yang dapat diakses langsung oleh nasabah pengguna *M-banking* dimana berfungsi untuk melakukan berbagai transaksi keuangan melalui telepon seluler (Kartikawati, 2017). Melalui aplikasi *mobile banking* yang tersambung menggunakan jaringan internet di telepon seluler dan dikombinasikan dengan SMS, nasabah tidak perlu mendatangi bank atau ATM untuk melakukan transaksi perbankan (mentransfer uang, mengecek saldo, atau membayar tagihan) juga memperoleh informasi keuangan nasabah tersebut. Hal ini kemudian tidak selalu berjalan sesuai dengan minat nasabah untuk menggunakan aplikasi tersebut. Minat seorang nasabah dalam menggunakan *mobile banking* dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yang diantaranya adalah persepsi-persepsi nasabah itu sendiri terhadap aplikasi *mobile banking*. Minat berperilaku merupakan suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika mempunyai keinginan atau minat untuk melakukannya (Jogiyanto, 2008) dalam Himawati (2018).

Dalam melihat kemudahan suatu teknologi untuk menjelaskan faktor-faktor yang

mempengaruhi minat individu dalam menggunakan *mobile banking*, salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah *Technology Acceptance Model* (TAM). Model TAM yang diperkenalkan oleh Davis (1986) untuk memprediksi tingkat penerimaan pemakai (*user acceptance*) serta pemakaian yang berdasarkan persepsi, terhadap kemudahan penggunaan teknologi informasi dengan menggunakan kemudahan dalam penggunaan teknologi informasi sebagai pertimbangan (Rahayu, 2019). Dengan menggunakan model TAM, suatu penjelasan yang kuat dan sederhana dapat ditawarkan untuk penerimaan teknologi dan perilaku para penggunaannya (Hanafi et al, 2013) dalam Safitri (2016).

Risiko dapat dikatakan sebagai suatu permasalahan mendasar dalam pemanfaatan teknologi, yang dalam hal ini adalah fasilitas *mobile banking* (Khonsa, 2020). Faktor atau persepsi terhadap resiko (*perceived risk*) menurut Dowling (1986) yang dikutip oleh Farizi dan Syaefulah (2013) merupakan persepsi negatif konsumen atas sejumlah aktivitas yang didasarkan pada hasil yang negatif dan memungkinkan bahwa hasil tersebut menjadi nyata

Nasabah memilih tidak menggunakan *mobile banking* karena khawatir suatu saat dapat mengalami kemalangan setelah menggunakan layanan *mobile banking*. Mereka lebih berhati-hati dalam melakukan transfer uang antar rekening, atau bahkan memutuskan untuk tidak menggunakan *mobile banking* karena tingginya resiko dalam penggunaan *mobile banking* (Yulianta, 2016) dalam Aruan (2018)

Dalam model TAM, salah satu dari dua variabel kunci dalam menjelaskan sikap penerimaan penggunaan teknologi yaitu persepsi kebermanfaatannya (*perceived usefulness*) atau dikenal juga sebagai persepsi kegunaan. Persepsi kegunaan menurut Davis (1986) yang dikutip oleh Rahayu (2019) adalah tingkat sejauh mana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan sistem tertentu maka prestasi kinerjanya akan meningkat. Salah satu faktor yang mempengaruhi seorang nasabah dalam menggunakan layanan perbankan seperti *mobile banking* adalah persepsi kegunaan.

Lau dan Lee (1999) dalam Tirtana dan Sari (2014) mendefinisikan kepercayaan sebagai kesediaan individu untuk menggantungkannya pada pihak lain dengan resiko tertentu. Kepercayaan akan terjadi bila seseorang memiliki kepercayaan diri dalam sebuah pertuaran dengan mitra yang memiliki integritas dan dapat dipercaya (Morgan dan Hunt, 1994) dalam Safitri (2016). Kepercayaan merupakan kunci tantangan dalam transaksi perbankan *online*. Persepsi kepercayaan

mampu meningkatkan minat nasabah secara keseluruhan untuk menerima dan menggunakan fasilitas *mobile banking* yang ditawarkan perbankan (Khonsa, 2020).

Variabel kunci lain dalam model TAM yang dapat menjelaskan sikap penerimaan penggunaan teknologi adalah persepsi kemudahan. Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) adalah tingkat sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem tertentu maka upayanya akan lebih ringan (Davis, 1986) dalam Rahayu (2019). Dikatakan bahwa konstruk persepsi kemudahan penggunaan (*perceive deaseofuse*) merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan, Jika nasabah percaya mengenai sistem informasi tersebut dapat digunakan dengan cara yang mudah, maka orang tersebut akan menggunakannya.

Nasabah berminat menggunakan *mobile banking* ketika kegunaan dan kemudahan dalam menggunakan layanan tersebut sesuai dengan nasabah, termasuk juga didalamnya terdapat faktor resiko dan kepercayaan yang diberikan perbankan kepada nasabah. Namun ketika nasabah menganggap faktor-faktor tersebut tidak sesuai, maka minat nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* dapat saja berkurang. Terdapat juga nasabah yang belum mau menggunakan layanan *mobile banking* karena merasa layanan tersebut tidak sesuai dengan harapan mereka (Fakhurozi, 2018) dalam Rahayu (2019).

Berbagai macam fasilitas yang diberikan oleh *mobile banking* sangat membantu para nasabah. Pelanggan dapat mengetahui informasi saldo, mentransfer dana baik sesama bank maupun dengan bank lain dan juga masih banyak manfaat dari aplikasi *mobile banking* tersebut.

Banyaknya fasilitas yang diberikan melalui *mobile banking*, nyatanya masih ada masyarakat yang kurang percaya mengenai kemudahan penggunaan dan tidak mendapatkan keuntungan dari penggunaannya *mobile banking* tersebut, contohnya penggunaan *BRI Mobile* seperti adanya hacker ahli yang dapat mengambil informasi mengenai account pengguna yang dapat merugikan nasabah. kasus lainnya yaitu peristiwa yang pernah dialami oleh salah satu nasabah *mobile banking* bank BRI pada akhir Februari lalu yang mengakses *mobile banking* untuk mengecek saldo, namun sayangnya hingga tiga kali transaksi tidak ada konfirmasi yang didapat melalui SMS, terdapat juga kasus yang menimpa bank BRI yaitu hilangnya uang nasabah BRI yang menyebabkan kerugian hingga 1,5 milyar yang diduga menggunakan cara skimming.

## 2. KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS Technology Acceptance Model (TAM)

*Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan perilaku yang pada umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi informasi (Hamzah, 2009) dalam Tirtana dan Sari (2014).

Model TAM sebenarnya diadopsi dari model TRA yaitu teori tindakan yang beralasan dengan satu premis bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap sesuatu hal, akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut reaksi dan persepsi pengguna Teknologi Informasi (TI) akan mempengaruhi sikapnya dalam penerimaan terhadap teknologi tersebut. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhinya adalah persepsi pengguna terhadap kemanfaatan dan kemudahan penggunaan TI sebagai suatu tindakan yang beralasan dalam konteks pengguna teknologi, sehingga alasan seseorang dalam melihat manfaat dan kemudahan penggunaan TI menjadikan tindakan/perilaku orang tersebut sebagai tolok ukur dalam penerimaan sebuah teknologi.

### Sikap Penggunaan Mobile Banking

Bank menyediakan layanan *Mobile Banking* (*M-Banking*) untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan alternatif media untuk melakukan transaksi perbankan, selain yang tersedia di kantor cabang dan ATM. Dengan *Mobile Banking*, masyarakat tidak perlu lagi membuang waktu untuk mengantri di kantor-kantor bank atau ATM, karena saat ini banyak transaksi perbankan dapat dilakukan dimanapun, kapanpun dengan mudah dan praktis melalui handphone. Contohnya adalah transfer dana antar rekening maupun antar bank, pembayaran tagihan, pembelian pulsa isi ulang, ataupun pengecekan mutasi dan saldo rekening. Hampir semua bank di Indonesia telah menyediakan fasilitas *Mobile banking* berupa *SIM toolkit* (Menu Layanan Data) maupun *sms plain* (sms manual) atau dikenal dengan *SMS banking*. (Permata Sari, 2014)

*Mobile banking* adalah langkah awal evolusi bank menjadi *financial service provider* (FSP). Dalam hal ini, fungsi bank tidak hanya sebagai tempat menyimpan dan menyalurkan uang. Sebagai FSP, bank di masa depan berfungsi mengelola keuangan nasabahnya. Termasuk dalam pembayaran tagihan, sampai merencanakan dana pensiun. Layanan-layanan ini bersifat personal, disesuaikan dengan karakteristik nasabahnya.

### Persepsi Kegunaan

Davis (1989) mendefinisikan persepsi kebermanfaatannya sebagai *the degree to which a person believe that using a particular system would*

*enhance his or her job performance*, yaitu tingkat kepercayaan seseorang dalam penggunaan suatu sistem teknologi tertentu akan meningkatkan prestasi kerja orang tersebut (Malhotra dan Galletta, 1999; Hernandez dan Mazzon, 2007). Konsep ini menggambarkan manfaat sistem bagi pemakainya yang berkaitan dengan produktivitas, kinerja tugas, efektivitas, pentingnya suatu tugas dan *overall usefulness* (Handayani, 2007).

Menurut Jogiyanto (2007: 114) persepsi kegunaan penggunaan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja dari pekerjaannya.

### Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan didefinisikan sebagai *the degree to which a person believe that using a particular system would be free of effort* yaitu tingkat kepercayaan seseorang bahwa sistem teknologi tertentu dapat digunakan dengan mudah (tanpa usaha) (Malhotra dan Galletta, 1999; Hernandez dan Mazzon, 2007; Ayyagari, 2006). Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan teknologi informasi dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan pengguna (Handayani, 2007).

Persepsi individu berkaitan dengan kemudahan dalam menggunakan komputer (*perceived ease of use*) merupakan tingkat dimana individu percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari kesalahan. Persepsi ini kemudian akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi.

### Persepsi Resiko

Persepsi risiko adalah suatu persepsi pelanggan tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan (Jogiyanto, 2007). Risiko didefinisikan sebagai persepsi nasabah atas ketidakpastian dan konsekuensi yang akan dihadapi setelah melakukan aktivitas tertentu.

Dapat dikatakan bahwa transaksi *online* memiliki risiko tinggi, karena nasabah tidak dapat melakukan transaksi secara tatap muka dan mereka juga tidak dapat memastikan apakah transaksi yang telah dilakukannya, telah diproses secara tepat waktu atau tidak. Sebelum menggunakan layanan *mobile banking*, nasabah pasti telah mempertimbangkan kemungkinan berbagai risiko.

### Persepsi Kepercayaan

Lau dan Lee (1999) dalam Tirtana dan Sari (2014) mendefinisikan kepercayaan sebagai kesediaan individu untuk menggantungkannya pada pihak lain dengan resiko tertentu. Kesediaan ini muncul karena adanya pemahaman individu

tentang pihak lain yang didasarkan pada masa lalunya, adanya harapan pihak lain akan memberikan sumbangan yang positif (walaupun ada juga kemungkinan pihak lain memberikan sumbangan yang negatif). Literatur kepercayaan diidentifikasi dari berbagai dimensi. Dari dimensi ini rasa kejujuran (kredibilitas) mengindikasikan kepastian konsumen dalam bisnis, ketulusan, kenyataan, dan janji (Gundlach dan Murphy, 1993).

### **Pengembangan Hipotesis**

#### **Pengaruh persepsi resiko terhadap sikap penggunaan *mobile banking*.**

Resiko yang tinggi akan mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* karena resiko dipandang sebagai ketidakpastian yang dihubungkan dengan hasil dari suatu keputusan. Hal ini juga berarti bahwa nasabah khawatir dalam menggunakan *mobile banking* akan ada resiko tertentu. Resiko bisa datang dari sistem maupun dari nasabah tersebut, resiko dari sistem kendalanya ada pada *signal* atau jaringan internet yang digunakan karena apabila saat bertransaksi *signal* atau jaringan internetnya tidak bagus akan mempengaruhi transaksi tersebut. Resiko dari pengguna/ nasabah apabila nasabah kehilangan *handphone* yang digunakan untuk bertransaksi.

Berdasarkan hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Farizi dan Syaefullah, (2013), Safeena et al (2009), Widyaningrum dan Putro (2008), Saraswati dan Baridwan (2012) yang menyatakan bahwa persepsi resiko mempunyai pengaruh terhadap penggunaan *internet banking* dan tidak konsisten dengan penelitian Mubiyantoro dan Syaefullah, (2013).

Amijaya (2010) menyimpulkan bahwa semakin tinggi persepsi risiko nasabah akan menurunkan minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

Isu utama dalam kaitannya antara teknologi dan risiko adalah faktor keamanan. Banyak terjadi kasus penipuan yang membuat konsumen masih belum bisa percaya sepenuhnya apabila harus mempercayakan semua transaksi keuangannya secara online melalui *mobile banking*. Semakin canggih teknologi yang digunakan, maka makin besar kemungkinan bahwa teknologi tersebut dapat diretas. Ada anggapan bahwa kejahatan yang dilakukan secara online akan semakin canggih pula, sehingga faktor keamanan ini menjadi isu yang serius bagi dunia perbankan.

#### **H<sub>1</sub> : Persepsi resiko berpengaruh terhadap sikap penggunaan *mobile banking*.**

#### **Pengaruh persepsi kegunaan terhadap sikap penggunaan *mobile banking***

Persepsi kegunaan (*Perceived usefulness*) merupakan suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa suatu pengguna sistem tertentu akan dapat meningkatkan prestasi kerja orang tersebut. Faktor kognitif juga berperan penting dimana semakin besar relevansi sistem informasi yang didasarkan user yang didefinisikan sebagai persepsi individu mengenai derajat target sistem informasi baru yang berlaku untuk tugas dan pekerjaan maka semakin banyak output penting yang berkualitas, di mana hal ini didefinisikan sebagai pertimbangan seberapa baik sistem informasi dapat menyelesaikan tugas -tugasnya (Kusumo, 2010 : 21 )

Hapsara (2015:15) dalam penelitiannya tentang pengaruh kegunaan, kemudahan, resiko dan kepercayaan terhadap penggunaan *Mobile banking* menunjukkan hasil yang positif dan signifikan pada semua variabelnya membuktikan pada pengaruh kegunaan berpengaruh positif pada nasabah menggunakan *mobile banking*.

#### **H<sub>2</sub> : Persepsi kegunaan berpengaruh terhadap sikap penggunaan *mobile banking*.**

#### **Pengaruh persepsi kepercayaan terhadap sikap penggunaan *mobile banking***

Menurut Erna (2008 : 147 ) Kepercayaan merupakan suatu persepsi akan kehandalan dari sudut pandang konsumen yang didasarkan pada pengalaman, atau urutan transaksi yang dicirikan oleh terpenuhinya harapan akan kinerja produk dan kepuasan. Berdasarkan uraian diatas maka nasabah akan percaya dalam menggunakan *mobile banking* apabila layanan *mobile banking* memberikan layanan yang sesuai dengan yang di harapkan sehingga nasabah akan menggunakan layanan *mobile banking*.

Nasabah percaya bahwa pihak bank dapat dipercaya, mengedepankan kepentingan nasabah, menjaga nama baik dan berkomitmen tinggi, percaya informasi yang diberikan, serta perhatian terhadap kondisi nasabah, apabila nasabah menggunakan *mobile banking*.

#### **H<sub>3</sub> : Persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap sikap penggunaan *mobile banking*.**

#### **Pengaruh persepsi kemudahan terhadap sikap penggunaan *mobile banking***

Berdasarkan hasil penelitian Hapsara (2015:15) kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*, berarti penelitian ini konsisten dengan penelitian Tirtana dan Sari, 2014, Mubiyantoro dan Syaefullah, (2013), Somali et.al (2009) dan Pratiwi (2012).

Hal ini berarti dalam penggunaan *mobile banking* akan meningkatkan produktivitas dan kinerja nasabah apabila nasabah tersebut memiliki

tingkat kepercayaan yang tinggi bahwa aplikasi *mobile banking* dapat digunakan dengan mudah. Nasabah percaya bahwa dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* akan mudah untuk dipelajari, mudah digunakan, jelas dan dapat dipahami serta membuat mereka semakin terampil, sehingga mereka akan menggunakannya secara kontinyu.

Penggunaan yang mudah diyakini memiliki pengaruh yang kuat dalam pembentukan sikap seorang individu dalam menerima sebuah teknologi. Semakin mudah suatu sistem untuk dipelajari dan digunakan, maka hal tersebut akan meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*.

**H<sub>4</sub>: Persepsikemudahan berpengaruh terhadap sikap penggunaan *mobile banking***

### 3. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini ditentukan nasabah bank sebagai populasi penelitian dengan alasan

### 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### Hasil Uji Regresi Linier Berganda

**Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.798	2.590		3.783	.000
	Persepsi Resiko	.148	.085	.214	1.735	.086
	Kegunaan	.173	.086	.209	2.851	.007
	Kepercayaan	.138	.059	.224	2.344	.021
	Kemudahan	.157	.069	.273	2.267	.026

a. Dependent Variable: Sikap Pengguna M-Banking

Sumber : Data diolah, 2022

Dari tabel diatas maka persamaan regresi yang terbentuk dari uji ini adalah:

$$Y = 9,798 + 0,148 X_1 + 0,173 X_2 + 0,138 X_3 + 0,157 X_4 + e$$

Persamaan diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

**a. Nilai konstanta**

Nilai konstanta sebesar 9,798 hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas (X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub> dan X<sub>4</sub>) berupa persepsi resiko, kegunaan, kepercayaan dan kemudahan mampu memberikan kontribusi yang besar dalam mempengaruhi sikap penggunaan *mobile banking* (variabel terikat) sebesar 9,798.

**b. Nilai Variabel X<sub>1</sub> (Persepsi Resiko)**

Nilai Variabel X<sub>1</sub> (persepsi resiko) sebesar 0,148 artinya variabel persepsi resiko memberikan kontribusi positif dalam mempengaruhi sikap

utama karena peran nasabah sebagai pengamat dan pengguna teknologi sebagaimana yang kita tahu bahwa nasabah sering menggunakan *mobile phone* seperti *smartphone* sebagai gaya hidup dan pemenuhan kebutuhan kesehariannya. Sedangkan sampel dari penelitian ini adalah nasabah Bank Pemerintah kota Ambon yang dalam penentuan sampel akan ditentukan oleh peneliti dengan metode *purposif sampling*.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian survey, yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengambil sampel secara langsung dan mengambil data dari populasi, sehingga ditemukan hubungan-hubungan antar variabel (Sugiyono, 2008) dan juga menyebarkan kuesioner.

Teknik pengumpulan sampel menggunakan metode *purposif sampling* yaitu :

- Nasabah pada salah satu bank pemerintah
- Nasabah yang menggunakan *mobile banking*
- Lama menjadi nasabah minimal satu tahun

pengguna *mobile banking* yaitu sebesar 0,148. Hal ini berarti bila persepsi resiko meningkat sebesar kelipatan 1 x akan meningkat pula sikap pengguna *mobile banking*.

**c. Nilai Variabel X<sub>2</sub> (Kegunaan)**

Nilai Variabel X<sub>2</sub> (kegunaan) sebesar 0,173 artinya variabel kegunaan memberikan kontribusi positif dalam mempengaruhi sikap pengguna *mobile banking* yaitu sebesar 0,173. Hal ini berarti bila kegunaan meningkat sebesar kelipatan 1 x akan meningkatkan sikap pengguna *mobile banking*

**d. Nilai Variabel X<sub>3</sub> (Kepercayaan)**

Nilai Variabel X<sub>3</sub> (kepercayaan) sebesar 0,138 artinya variabel kepercayaan memberikan kontribusi positif dalam mempengaruhi sikap pengguna *mobile banking* yaitu sebesar 0,138. Hal ini berarti

bila kepercayaan meningkat sebesar kelipatan 1 x akan meningkatkan sikap pengguna mobile banking

**e. Nilai Variabel X4 (Kemudahan)**

Nilai Variabel X4 (kemudahan) sebesar 0,157 artinya variabel kemudahan memberikan kontribusi positif dalam mempengaruhi sikap pengguna mobile banking yaitu sebesar 0,157. Hal ini berarti bila kemudahan meningkat sebesar kelipatan 1 x akan meningkatkan sikap pengguna mobile banking.

**Uji Hipotesis**

**Uji Parsial (Uji t)**

Pengujian ini bertujuan untuk memastikan apakah variabel indeviden yang terdapat dalam

persamaan tersebut berpengaruh terhadap nilai variabel dependen. Uji t dilakukan dengan membandingkan antar t-hitung dengan t-tabel. Untuk menentukan nilai t-tabel ditentukan dengan nilai signifikansi 5%. Adapun kriteria pengujian yang digunakan adalah:

- a. jika  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel} (n-k-1)$ , Jika  $p \text{ value} < 0,05$  maka variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.
- b. jika  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel} (n-k-1)$ , jika  $p \text{ value} > 0,05$  maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

Nilai t tabel dengan  $df = n - k - 1 = 100 - 5 - 1 = 94$  maka nilai t tabel diperoleh sebesar 1,985.

**Tabel 2. Hasil Uji t**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.798	2.590		3.783	.000
	Persepsi Resiko	.148	.085	.214	1.735	.086
	Kegunaan	.173	.086	.209	2.851	.007
	Kepercayaan	.138	.059	.224	2.344	.021
	Kemudahan	.157	.069	.273	2.267	.026

a. Dependent Variable: Sikap Pengguna M-Banking

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji t) dari tabel 5 dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel persepsi resiko memiliki nilai t hitung  $< t \text{ tabel}$  dimana  $1,735 < 1,985$  dengan tingkat signifikansi  $0,086 > 0,05$  sehingga dapat dinyatakan bahwa persepsi resiko tidak berpengaruh terhadap sikap penggunaan mobile banking.
2. Variabel kegunaan memiliki nilai t hitung  $> t \text{ tabel}$  dimana  $2,851 > 1,985$  dengan tingkat signifikansi  $0,007 < 0,05$  sehingga dapat dinyatakan bahwa kegunaan berpengaruh secara signifikan terhadap sikap penggunaan mobile banking.
3. Variabel kepercayaan memiliki nilai t hitung  $> t \text{ tabel}$  dimana  $2,344 > 1,985$  dengan tingkat signifikansi  $0,021 < 0,05$  sehingga dapat dinyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap sikap penggunaan mobile banking.
4. Variabel kemudahan memiliki nilai t hitung  $> t \text{ tabel}$  dimana  $2,267 > 1,985$  dengan tingkat signifikansi  $0,026 < 0,05$  sehingga dapat dinyatakan bahwa

kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap sikap penggunaan mobile banking.

**Hasil Uji Simultan (Uji F)**

Uji F ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara bersama-sama (simultan) variabel-variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat). Kriteria pengujian yang digunakan adalah :

- a. Jika  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel} (n-k-1)$  maka secara statistik data yang digunakan membuktikan bahwa semua variabel independen berpengaruh terhadap nilai variabel (Y). Dan jika signifikansi  $> 0,05$  maka pengaruh variabel independen tidak signifikan dan
- b. Jika  $F \text{ hitung} < F \text{ tabel} (n-k-1)$  maka secara statistik data yang digunakan membuktikan bahwa semua variabel independen tidak berpengaruh terhadap nilai variabel (Y). Dan jika signifikansi  $< 0,05$  maka pengaruh variabel independen signifikan.

Dari hasil penelitian didapatkan bahwa nilai F dan signifikansi secara simultan adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. Hasil Uji F**  
ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	44.493	4	11.123	6.822	.000 <sup>a</sup>
	Residual	154.897	95	1.630		
	Total	199.390	99			

a. Predictors: (Constant), Kemudahan, Kepercayaan, Persepsi Resiko, Kegunaan

b. Dependent Variable: Sikap Pengguna M-Banking

Sumber : Data diolah, 2022

Pada tabel 4.15 nilai F hitung > F tabel yakni  $6,822 > 2,47$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,005 < 0,05$  maka persepsi resiko, kegunaan, kepercayaan dan kemudahan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan mobile banking.

### Analisis Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Priyatno, 2016). Adapun hasil uji determinasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Tabel 4. Koefisien Determinasi**  
Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.872 <sup>a</sup>	.823	.790	1.277

a. Predictors: (Constant), Kemudahan, Kepercayaan, Persepsi Resiko, Kegunaan

b. Dependent Variable: Sikap Pengguna M-Banking

Sumber : Data diolah, 2022

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS versi 16 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R Square) yang diperoleh sebesar 0,823. Hal ini berarti 82,3% sikap penggunaan mobile banking dapat dijelaskan oleh persepsi resiko, kegunaan, kepercayaan dan kemudahan sedangkan sisanya yaitu 17,7% sikap penggunaan mobile banking dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Pembahasan Hipotesis

#### Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi resiko tidak berpengaruh terhadap sikap penggunaan mobile banking. Hasil penelitian ini memandang persepsi resiko sebagai ketidakpastian yang dihubungkan dengan hasil suatu keputusan, rasa ketidakpastian tersebut dialami oleh pengguna atau nasabah saat ingin memutuskan untuk melakukan transaksi dengan mobile banking. Persepsi resiko hanya sebagai pembantu dalam membentuk sikap konsumen dibandingkan niat mereka. Menurut Nazar dan Syahrani (2008), persepsi resiko adalah persepsi pengguna mobile banking terhadap ketidakpastian dan konsekuensi

yang dihadapi saat menggunakan mobile banking untuk transaksi online karena penggunaan transaksi online sendiri tidak terlepas dari resiko. Ketidakpastian resiko yang akan dihadapi tidak mempengaruhi sikap nasabah untuk menggunakan mobile banking, nasabah cenderung akan menggunakan mobile banking didorong dari niat mereka sendiri untuk menggunakan sistem tersebut.

#### Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh terhadap sikap penggunaan mobile banking. Irwan (2014) menjelaskan bahwa persepsi nasabah mengenai kegunaan dari mobile banking yang semakin tinggi, akan meningkatkan penggunaan mobile banking sebagai media bagi nasabah untuk melakukan transaksi perbankan. Nasabah yang telah merasakan manfaat dari penggunaan mobile banking seperti efektifitas kinerja dan menambah tingkat produktivitas akan mendorong nasabah tersebut untuk meningkatkan penggunaannya terhadap mobile banking. Teori TAM juga menjelaskan penggunaan system teknologi oleh

individu, dipengaruhi oleh faktor kemanfaatan dan kegunaan.

### **Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Kecenderungan Sikap Penggunaan Mobile Banking**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap sikap penggunaan mobile banking. artinya nasabah yang percaya bahwa pihak bank dapat dipercaya, mengedepankan kepetingan nasabah, menjaga nama baik dan berkomitmen tinggi, percaya informasi yang diberikan, serta perhatian terhadap kondisi nasabah, apabila nasabah menggunakan mobile banking. Dalam model TAM yang dikembangkan dari teori psikologis, menjelaskan perilaku pengguna teknologi oleh individu berlandaskan pada kepercayaan (*belief*). Individu dengan persepsi kepercayaan yang tinggi terhadap mobile banking akan cenderung selalu menggunakan mobile banking untuk melakukan transaksi.

### **Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Kecenderungan Sikap Penggunaan Mobile Banking**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap sikap penggunaan mobile banking. Nasabah percaya bahwa aplikasi mobile banking mudah dipelajari, mudah digunakan, jelas dan dapat dipahami serta membuat semakin terampil, sehingga mereka menggunakannya dengan kontinyu. Kemudahan penggunaan mobile banking memberikan indikasi bahwa para nasabah dapat lebih mudah melakukan transaksi atau lainnya dibanding tanpa menggunakan sistem ini. Dalam TAM Teori Tentang Penggunaan sistem teknologi menggambarkan bahwa penggunaan sistem informasi akan dipengaruhi oleh faktor kemudahan pemakaian (*ease of use*). Konsep diatas sesuai dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Ramadhan dan Heraningrum (2017) bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan mobile banking.

## **5. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan mengacu pada perumusan serta tujuan dari penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Variabel persepsi resiko tidak memiliki pengaruh terhadap sikap penggunaan mobile banking. Ini berarti tinggi atau rendahnya persepsi resiko tidak mempengaruhi nasabah dalam sikapnya menggunakan mobile banking.
- b. Variabel persepsi kegunaan berpengaruh secara signifikan terhadap sikap penggunaan mobile banking. Ini berarti semakin tinggi

persepsi kegunaan akan berpengaruh meningkatkan penggunaan mobile banking oleh nasabah.

- c. Variabel persepsi kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap sikap penggunaan mobile banking. Ini berarti semakin tinggi persepsi kepercayaan akan berpengaruh meningkatkan penggunaan mobile banking oleh nasabah.
- d. Variabel persepsi kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap sikap penggunaan mobile banking. Ini berarti semakin tinggi persepsi kemudahan akan berpengaruh meningkatkan penggunaan mobile banking oleh nasabah.

## **6. REFERENSI**

- Adityawarman, Y., Sanim, B., & Sinaga, B. M. (2015). Pengaruh Beban Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk Cabang Kerkot. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 6(1), 34-44.
- Amijaya, G. R., & Rahardjo, S. T. (2010). *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank Bca)*. (Doctoral dissertation, Perpustakaan FE UNDIP).
- Aruan, D. I. (2018). Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat dalam Menggunakan Mobile Banking. *Undergraduate thesis*, Universitas Atmajaya Yogyakarta.
- Davis, F. D., & Venkatesh, V. (1996). A critical assessment of potential measurement biases in the technology acceptance model: three experiments. *International journal of human-computer studies*, 45(1), 19-45.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models. *Management science*, 35(8), 982-1003.
- Farizi, H., & Syaefullah, M. M. Akt. (2013). "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, persepsi Resiko dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Internet Banking". *Jurnal Akuntansi Universitas Brawijaya*. Malang.
- Fitry, Sarida. (2020). Pengaruh Persepsi Risiko dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Sumselbabel Syariah (Studi pada Dosen atau Pegawai UIN Raden Fatah Palembang). *Undergraduate thesis*,

- Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
- Hamzah, M. (2009). Optimalisasi peran dual banking system melalui fungsi strategis JUB dalam rangka menjaga stabilitas sistem keuangan di Indonesia. *La\_Riba*, 3(2), 197-221.
- Hapsara, R. F. (2015). *Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi pada Nasabah Bank BRI Kantor Cabang Solo Kartasura)*. (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Hasniawati, N. A., Lase, E. R., & Hutabarat, A. R. (2020). Indonesian Household Payment Choice: A Nested Logit Analysis. *Journal of Central Banking Theory and Practice*, 9(s1), 291-313.
- Hernandez, J. M. C., & Mazzon, J. A. (2007). Adoption of internet banking: proposition and implementation of an integrated methodology approach. *International journal of bank marketing*.
- Himawati, R. R. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* dengan Sikap Sebagai *Variabel Intervening* (Studi Kasus pada PT. Bank Tabungan Negara, Tbk Kantor Cabang Syariah Solo). *Undergraduate thesis*, Institus Agama Islam Negeri Salatiga.
- Jogiyanto, H. M. (2007). Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi. *Yogyakarta: Penerbit Andi*.
- Kartikawati, Maretha Andina. (2017). Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Keuntungan Relatif dan Kesesuaian Terhadap Adopsi Mobile Banking Bank BRI di Surabaya. *Undergraduate thesis*, STIE Perbanas Surabaya.
- Karyawan, K. T. K. U. K., & Wijaya, P. M. Ghozali. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gibson. 2001. Organisasi Perilaku-Struktur-Proses, Terjemahan Agus Dharma. Edisi 5. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Haryanto, Danny. 2014. Pengaruh Komitmen Organisasional dan Kepuasan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5, 9.
- Khonsa, N. A. (2020). Analisis Faktor Kegunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko yang Berhubungan dengan Minat Penggunaan *Mobile Banking* pada Generasi Milenial (Studi Kasus Mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto). *Undergraduate thesis*, IAIN Purwokerto.
- Malhotra, Y. (2002). Knowledge management and new organization forms: A framework for business model innovation. In *Intelligent Support Systems: Knowledge Management* (pp. 177-199). IGI Global.
- Maretha, E. D. (2017). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Teraftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016). *SKRIPSI-2017*.
- Mubiyantoro, A. Syaefullah. (2013). *Pengaruh persepsi Kegunaan, Persepsi kemudahan, persepsi kesesuaian, dan persepsi Reseiko Terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking ( Studi Kasus di Bank BRI Kota Malang)*”, *Skripsi, Universitas Brawijaya Malang*
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International journal of electronic commerce*, 7(3), 101-134.
- Permatasari, I., & Novitasary, R. (2014). Pengaruh implementasi good corporate governance terhadap permodalan dan kinerja perbankan di Indonesia: Manajemen Risiko sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 7(1), 52-59.
- Prakash, R., Burkhart, P. D., Chen, A., Comeaux, K. A., Guernsey, C. S., Kipp, D. M., ... & San Martin, A. M. (2008). Mars Science Laboratory entry, descent, and landing system overview. In 2008 *IEEE Aerospace Conference* (pp. 1-18). IEE
- Pratiwi, D. D., & Mahfud, M. K. (2012). *pengaruh CAR, BOPO, NPF dan FDR terhadap return on asset (roa) bank umum syariah (Studi Kasus pada Bank Umum Syariah di Indonesia Tahun 2005–2010)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Pratiwi, D. P. (2012). Pengaruh Presepsi Manfaat, Presepsi Kemudahan Penggunaan Dan Pengalaman Terhadap Perilaku Penggunaan Mobile Banking Dengan Dimediasi Niat Penggunaan Mobile Banking Nasabah Bank BCA Di Surabaya. *Jurnal Akuntansi*, 2(2), 1-18.
- Rahayu, P. P. (2019). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile

- Banking (Studi Empiris pada Mahasiswa di Yogyakarta). Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- Rithmaya, C. L. (2016). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Bca Dalam Menggunakan Ininternet Banking. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 16(1), 160-177.
- Safitri, W. A. (2016). PengaruhPresepsi Resiko, Kemudahan,Kegunaan dan Kepercayaan Terhadap Sikap dalam Penggunaan *Mobile Banking*. (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Sakinah, S. S., Handayani, S. T., & Hawariah, L. A. (2007). Zerumbone induced apoptosis in liver cancer cells via modulation of Bax/Bcl-2 ratio. *Cancer cell international*, 7(1), 1-11.
- Saraswati, P., & Zaki Baridwan, S. E. (2012). Penerimaan sistem e-commerce: pengaruh kepercayaan, persepsi manfaat dan persepsi risiko. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2).
- Subagyo, L. Y. S. (2018). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Keamanan Terhadap Adopsi *Mobile Banking* Nasabah BNI di Surabaya dengan Pemediasi Motivasi Hedonik. *Undergraduate thesis*, STIE Perbanas Surabaya.
- Sugiyono, D. (2008). Metode penelitian bisnis. *Bandung: Pusat Bahasa Depdiknas*.
- Sugiyono, P. D. (2010). Metode penelitian pendidikan. *Pendekatan Kuantitatif*.
- Takahashi, M., Iida, M., Kusumo, K., Ikka, H., Katayama, Y., Hirabayashi, Y., ...& Miyauchi, Y. (2010). Releases of otolith marked salmon from Japan in the fall of 2009 and spring of 2010. *North Pacific Anadromous Fish Commission, Document*, 1261.
- Tangke, N. (2004). Analisa Penerimaan Penerapan Teknik Audit Berbantuan Komputer (TABK) Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Badan Pemeriksa Keuangan (BPK) RI. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 6(1), 10-28.
- Tirtana, I., & Permata Sari, S. (2014). Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking. *Universitas Muhamadiyah Surakarta*
- Wibowo, A. (2008). Kajian tentang perilaku pengguna sistem informasi dengan pendekatan technology acceptance model (TAM). *Konferebsi Nasional Sistem Informasi*.
- Widyarini, L. A., & Putro, A. Y. W. T. (2008). Analisis Hubungan Faktor-Faktor Technology, Acceptance, Trust Dan Risk Pada Niat Nasabah Bank Untuk Menggunakan Internet Banking. In *The 2nd National Conference UKWMS. Surabaya* (Vol. 6).