

Analisis minat menggunakan mobile banking

Nursiah^{1✉}, Muh. Ferils², Jamaludin Kamarudin³

Universitas Muhammadiyah Mamuju.

Abstrak

Mobile banking merupakan fasilitas perbankan dengan menggunakan alat komunikasi seluler seperti ponsel. Layanan *mobile banking* memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk melakukan transaksi perbankan seperti cek saldo, transfer antar rekening dan pembayaran tagihan. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan persepsi keamanan terhadap minat menggunakan. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu persepsi kemudahan penggunaan (X1), persepsi manfaat (X2), persepsi keamanan (X3) dan minat menggunakan (Y). Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada 100 responden nasabah Bank Rakyat Indonesia Kabupaten Mamuju Tengah. Teknik Analisa yang digunakan yaitu regresi linear berganda untuk mengukur pengaruh secara parsial dan simultan. Hasil yang didapatkan menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan persepsi keamanan terhadap minat menggunakan.

Kata kunci: Persepsi kemudahan penggunaan; persepsi manfaat; persepsi keamanan; minat menggunakan

Interest analysis using mobile banking

Abstract

Mobile banking is a banking facility using mobile communication tools such as mobile phones. Mobile banking services make it easy for customers to perform banking transactions such as balance checks, transfers between accounts and bill payments. This study aims to measure how much influence the perception of ease of use, perception of benefits and perception of safety on interest in use. The variables used in this study are perception of ease of use (X1), perception of benefits (X2), perception of security (X3) and interest in using (Y). The method used in this study used the purposive sampling method by distributing questionnaires to 100 respondents of Bank Rakyat Indonesia customers, Central Mamuju Regency. The analytical technique used is multiple linear regression to measure the influence partially and simultaneously. The results showed a positive and significant influence between the perception of ease of use, the perception of benefits and the perception of safety on the interest in use.

Key words: *Perception of ease of use; perception of benefits; perception of safety; interest in using*

PENDAHULUAN

Perkembangan Teknologi Informasi (TI) atau sistem informasi semakin pesat, baik untuk perangkat lunak (*software*) maupun perangkat keras (*hardware*) yang semakin ramah dalam penggunaan (*user friendly*). Salah satu contoh perkembangan tersebut adalah dengan ditemukannya internet. Melalui internet, beberapa aktivitas bisa dilakukan secara elektronik dengan pelayanan 24 jam sehari semalam, misalnya *e-banking*, *e-government*, *e-library*, dan lain-lain.

Peran teknologi dalam dunia perbankan sangat mutlak karena kemajuan suatu sistem perbankan harus didukung oleh peran teknologi dan informasi. Perkembangan teknologi informasi, telekomunikasi, dan internet menyebabkan munculnya aplikasi bisnis yang berbasis elektronik. Pada umumnya kemajuan teknologi informasi, telekomunikasi dan internet yang dirancang oleh perbankan merupakan suatu wujud untuk memenuhi kebutuhan berinteraksi antara nasabah dengan bank secara terkomodir. Penggunaan *online banking* di Indonesia tidak lepas dari peraturan Undang-undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 Bank. Bentuk lain dari layanan *e-banking* atau yang lebih dikenal dengan sebutan *mobile banking* yaitu sebuah fasilitas perbankan yang menggunakan alat komunikasi bergerak seperti *handphone*. Ini dilengkapi dengan penyediaan fasilitas untuk melakukan transaksi perbankan melalui sms (pesan singkat) pada *handphone*.

Industri perbankan telah mengembangkan berbagai saluran perbankan elektronik untuk mengikuti perkembangan teknologi yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat saat ini. Salah satu kemudahan yang diciptakan oleh perbankan di era digital ini adalah meluncurkan aplikasi *mobile banking* yang menyediakan berbagai layanan keuangan bagi nasabah melalui teknologi informasi dan komunikasi.

Salah satu perbankan yang meluncurkan aplikasi ini adalah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk meluncurkan fasilitas layanan *mobile banking* yang bernama "BRI Mobile". Layanan elektronik ini lengkap dan menarik dengan menu transaksi, dapat dinikmati melalui ponsel pintar atau *smartphone*. Layanan ini memenuhi kebutuhan masyarakat ditengah perkembangan teknologi. (cermati.com, 2019). Manusia akan menggunakan produk pasti menilai dengan berbagai pertimbangan dalam menggunakan suatu produk tertentu. Dengan adanya minat pada seseorang yang akan menentukan akan menggunakan atau tidak menggunakan produk tersebut.

Permasalahan bagaimana nasabah dapat menerima dan memanfaatkan layanan BRI *Mobile* ini secara maksimal dapat dijelaskan dengan sebuah model teoritikal yang dikembangkan oleh Davis (1989) yang kemudian dikenal dengan *The Tecnologi Acceptance Model* (TAM), yang didalamnya menggunakan persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat, sebuah system diciptakan untuk mempermudah dan bermanfaat untuk pemakainya. Semakin nasabah merasa mudah menggunakannya dan memberi manfaat maka sistem tersebut semakin sering digunakan. Dan yang menjadi variabel tambahan yaitu persepsi keamanan, nasabah masih beranggapan bahwa sebuah sistem akan rumit dan meragukan keamanan dari sistem tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh (Rizky, Yasa, & Wahyuni, 2018) membuktikan persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan, bertentangan dengan (Saputri, 2018) membuktikan tidak adanya pengaruh terhadap minat menggunakan. (Rahayu, 2019) hasil penelitiannya membuktikan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan, bertentangan dengan (Anggraeni, 2019) yang membuktikan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan. Hasil penelitian (Larasati Dewi Hermawan, Kokom Komariah, & R. Deni Muhammad Danial, 2020) membuktikan bahwa persepsi kemudahan menggunakan, persepsi manfaat, dan persepsi keamanan berpengaruh terhadap minat menggunakan. Penelitian ini tentang layanan BRI *Mobile* oleh karena itu penelitian di tujukkan kepada nasabah Bank Rakyat Indonesia yang belum dan telah menggunakan layanan BRI *Mobile*.

Kajian Pustaka

Technology Acceptance Model (TAM)

Pada rentang waktu tahun 1986-1995, *Technology Accaptence Model* (TAM) telah mengalami beberapa perubahan dimana model tersebut berlandaskan teori dari *Theory Reason Action* (TRA) dan menyebabkan para peneliti melakukan penelitian yang berfokus kepada dua pokok permasalahan, yaitu membandingkan TAM dengan TRA untuk mengetahui perbedaan mendasar dan kelebihan TAM dibanding TRA dan bagaimana menerapkan TAM pada teknologi atau bidang ilmu lainnya. TAM

yang awalnya dikembangkan oleh Davis, model ini telah dikembangkan serta dimodifikasi kembali oleh para peneliti di antaranya seperti, (Venkatesh & Davis, 2000), (Davis, Bagozzi, & Warshaw, 1989), (Szajna, 1994), (Adam, R.R. Nelson, & P. A. Todd, 1992) (Igbaria, N. Zinatelli, & P. Cragg, 1997) dan kemudian di tahun 1992-1996 proses validasi model dilakukan seperti yang dilakukan oleh beberapa penelitian untuk menginvestigasi apakah instrumen TAM cukup kuat untuk bertahan.

TAM merupakan salah satu model yang baku karena telah diuji secara empiris. Penelitian di bidang TAM telah diuji cobakan pada berbagai macam obyek penelitian, misalnya *e-mail*, *virtual workplace system*, *telemedicine technology*, *e-library*, *e-government*, *World Wide Web*, di berbagai negara, misalnya Amerika Serikat, Australia, Hongkong, Cina, dan Indonesia sendiri. Hasil penelitian yang dilakukan tersebut semakin memperkuat model TAM sebagai salah satu model yang dapat dipakai untuk memprediksi perilaku adopsi individu terhadap teknologi informasi.

Menurut Davis (1986) *perceived ease of use* serta *perceived of usefulness* merupakan beberapa komponen yang dapat memengaruhi perilaku penggunaan atau pengadopsian teknologi. Davis menjelaskan persepsi manfaat (*perceived of usefulness*) ini berdasarkan definisi dari kata *useful* yaitu dapat digunakan untuk keuntungan. Sedangkan persepsi terhadap kemudahan adalah dengan menggunakan TI, maka manfaat yang diyakini individu tersebut akan dapat diperolehnya.

Pengguna percaya bahwa aplikasi tertentu berguna dan percaya bahwa sistem ini tidak terlalu sulit untuk digunakan dan manfaat yang didapat dari penggunaan yang melebihi upaya menggunakan aplikasi. Artinya, di samping manfaat atau kegunaannya, penerapan sistem teknologi informasi juga dipengaruhi oleh *perceived ease of use* (persepsi kemudahan).

Persepsi Kemudahan

Menurut Jogiyanto (2007:115), kemudahan penggunaan juga didefinisikan sebagai sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Dari definisi tersebut, dapat diketahui bahwa kemudahan penggunaan ini merupakan suatu keyakinan individu tentang proses pengambilan keputusan. Jika nasabah merasa yakin bahwa sistem informasi yang dimiliki bank mudah digunakan maka nasabah akan menggunakan sistem tersebut. Sebaliknya jika nasabah tidak merasa yakin bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka nasabah tersebut tidak akan menggunakan *Mobile Banking*. Persepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkat seseorang merasa yakin bahwa menggunakan suatu teknologi tidak memerlukan usaha yang besar (*is the extent to which a person believes that using a technology will be free of effort*) (Aidar, 2018; Aminullah, 2014; Jogiyanto, 2008).

Menurut Bank Indonesia, saluran *mobile banking* pada dasarnya merupakan evolusi lebih lanjut dari *Phone Banking*, yang memungkinkan nasabah untuk bertransaksi via HP dengan perintah SMS. Fitur transaksi yang dapat dilakukan yaitu informasi saldo rekening, pemindah bukuan antar rekening, pembayaran (kartu kredit, listrik, dan telepon), dan juga pembelian voucher. Untuk transaksi lainnya juga dapat dilakukan, namun tergantung pada akses dan batasan yang dapat diberikan bank.

Menurut (Davis, Bagozzi, & Warshaw, 1989) kemudahan dapat didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan seseorang bahwa mereka akan terbebas dari usaha apabila menggunakan suatu teknologi. Aditya & Wardhana, (2016) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan terhadap sistem baru diharapkan akan terbebas dari kesulitan.

Menurut Mohamed Gamal Aboelmaged & Tarek R Gebba (2013) Manfaat yang dirasakan merupakan salah satu penyebab nasabah merasakan kemudahan menggunakan layanan *mobile banking*. Lebih lanjut dipaparkan kemudahan penggunaan ini merupakan suatu keyakinan nasabah tentang proses pengambilan keputusan. Jika nasabah merasa yakin bahwa *mobile banking* yang dimiliki bank mudah digunakan maka nasabah dapat menggunakan sistem tersebut. Sebaliknya jika nasabah tidak merasa yakin bahwa sistem tidak mudah digunakan maka nasabah tersebut tidak menggunakannya. Mengingat mobilitas dan tuntutan hidup yang tinggi mengharuskan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan dengan cepat dimana saja. Dimensi persepsi kemudahan penggunaan (Sari, 2019) adalah: 1) sudah dipelajari, 2) mudah digunakan, 3) jelas dan mudah dimengerti, 4) menjadi terampil.

Penelitian terdahulu (Wulandari, 2017) membuktikan bahwa sebuah sistem dibuat untuk memberikan kemudahan bukan untuk mempersulit penggunaanya, dengan demikian seseorang menggunakan sistem akan bekerja lebih mudah dibandingkan secara manual. Sehingga adanya pengaruh positif dan signifikan antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan,

serupa dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Bagastia, 2018; Larasati Dewi Hermawan, Kokom Komariah, & R. Deni Muhammad Danial, 2020).

H1: Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan BRI *Mobile*.

Persepsi Manfaat

Persepsi Manfaat merupakan tingkat keyakinan individu dalam memakai suatu sistem tertentu akan menambah kemampuan pekerjaannya (as the extent to which a person believes that using a technology will enhance her or his performance). (Aidar, 2018; Jogiyanto, 2008).

Davis (1989) mendefinisikan persepsi kemanfaatan 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 et al, 2007). Konsep ini menggambarkan manfaat sistem bagi pemakainya yang berkaitan dengan produktivitas, kinerja tugas, efektivitas, pentingnya suatu tugas dan overall usefulness (Handayani, 2007).

Definisi tersebut didukung oleh Davis (1989), persepsi manfaat merupakan tingkat kepercayaan seseorang bahwa penggunaan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya. Persepsi manfaat (perceived usefulness) merupakan suatu tingkatan kepercayaan seseorang bahwa dengan penggunaan suatu sistem tersebut akan dapat meningkatkan kinerja orang tersebut.

Dimensi persepsi manfaat (Irmadhani, 2012) adalah: 1) Penggunaan mampu meningkatkan kinerja individu, 2) penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktivitas individu, 3) penggunaan sistem mampu meningkatkan efektivitas individu, 4) penggunaan sistem bermanfaat bagi individu.

Penelitian terdahulu (Rahayu, 2019) membuktikan bahwa jika seseorang merasa bahwa dengan menggunakan teknologi informasi dapat mendatangkan manfaat baik berupa peningkatan kinerja atau keuntungan bagi dirinya, maka dia akan menggunakannya. Sehingga adanya pengaruh positif dan signifikan antara persepsi manfaat terhadap minat menggunakan, sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Laksana, 2015; Wibiadila, 2016; Larasati Dewi Hermawan, Kokom Komariah, & R. Deni Muhammad Danial, 2020).

H2: Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan BRI *Mobile*.

Persepsi Keamanan

Menurut Yousafzai *et. al.* dalam Lallmahamood (2003:7) dalam konteks *mobile banking*, ancaman bagi aspek keamanan adalah penyalahgunaan baik melalui jaringan transaksi dan transmisi data melalui akses yang tidak sah ke rekening dengan cara otentikasi palsu. Dengan demikian bahwa keamanan dalam menggunakan *online banking* adalah terjaminnya dana yang disimpan dan data pribadi nasabah dari risiko kehilangan atau pencurian ketika melakukan transaksi dari *online banking*. Aspek keamanan merupakan salah satu hal penting dalam sebuah sistem teknologi dan informasi.

Persepsi keamanan didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang atas terjaminnya keamanan, sistem dapat melindungi atau menjaga informasi data pribadi dan menjamin keamanannya saat menggunakan sistem tersebut (Ananda, 2019; Saptawati, 2018; Sari, 2019). Dimensi yang digunakan oleh (Fahmi & Evanita, 2019) adalah: 1) Jaminan keamanan, 2) Kerahasiaan Data, lalu dimensi yang digunakan oleh (Sari, 2019) yakni: 1) Tidak khawatir memberikan informasi, 2) Kepercayaan bahwa informasi dilindungi, 3) Kepercayaan bahwa keamanan uang dalam alat elektronik terjamin pada saat bertransaksi, lalu dimensi yang digunakan oleh (Iliyin, 2020) adalah: 1) Aman, 2) Risiko hilangnya data atau informasi kecil, 3) Risiko pencurian kecil, 4) Terjaminnya kerahasiaan.

Dimensi persepsi keamanan (Larasati Dewi Hermawan, Kokom Komariah, & R. Deni Muhammad Danial, 2020) adalah: 1) Jaminan keamanan 2) Kepercayaan bahwa informasi dilindungi (3) Kepercayaan bahwa keamanan uang yang ada didalam alat elektronik terjamin pada saat transaksi 4) Risiko pencurian kecil.

Penelitian terdahulu (Nurhaliza, 2019) membuktikan bahwa apabila tingkat keamanan tinggi dengan menjamin segala informasi pribadi pengguna aman, maka pengguna akan merasa aman dan berminat menggunakan teknologi tersebut, sehingga adanya pengaruh positif dan signifikan antara persepsi keamanan terhadap minat menggunakan, sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Nurhayati, Anam & Manalu, 2020; Oktabriantono *et al*, 2017).

H3: Persepsi Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan BRI *Mobile*.

Minat Menggunakan

Minat menggunakan merupakan kecenderungan, keinginan, kegairahan yang tinggi atau rasa ketertarikan kepada suatu hal dan adanya kemauan yang timbul dari dalam individu tanpa ada yang memerintah terhadap sesuatu. Semakin kuat rasa ketertarikan maka semakin besarnya minat, dan sampai akhirnya timbul keinginan untuk menggunakan produk tersebut (Anwar, 2018; Wahyuningsih: 2019).

Berdasarkan uraian diatas maka dimensi minat menggunakan yang digunakan oleh Anwar (2018) terdiri dari: 1) Keinginan menggunakan, 2) kesesuaian penggunaan dengan kebutuhan, 3) Dukungan dalam menggunakan, dan 4) keinginan merekomendasikan, lalu dimensi yang digunakan oleh (Fahmi & Evanita, 2019) adalah : 1) penggunaan, 2) tetap menggunakan, 3) merekomendasikan, sedangkan dimensi yang digunakan oleh (Saputri: 2018) adalah : 1) mencari informasi lebih lanjut tentang produk tersebut, 2) mereferensikan produk tersebut kepada orang lain, 3) yakin produk tersebut menjadi pilihan utama, dan 4) berminat untuk menggunakan produk tersebut. Dengan demikian dimensi minat adalah: 1) Keinginan menggunakan, 2) mencari informasi lebih lanjut tentang produk tersebut. 3) Dukungan dalam menggunakan (Anwar, 2018), dan 4) merekomendasikan (Anwar, 2018; Fahmi & Evanita, 2019; Saputri: 2018 dalam Larasati Dewi Hermawan, Kokom Komariah, & R. Deni Muhammad Danial, 2020).

METODE

Masyarakat Kabupaten Mamuju Tengah yang menjadi populasi penelitian, yang termasuk kedalam sampel penelitian yakni nasabah Bank Rakyat Indonesia. Menggunakan metode penelitian kuantitatif, teknik pengambilan data menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria responden adalah nasabah Bank Rakyat Indonesia dan mengetahui tentang layanan BRI *Mobile*, penyebaran kuesioner dilakukan kepada 100 responden.

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan menyebarkan kuesioner yang diisi oleh responden dan dikembalikan kepada peneliti. Kuesioner ini digunakan untuk mendapatkan data primer, sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi pustaka, buku-buku dan jurnal yang relevan untuk menyusun rumusan masalah, tinjauan pustaka, hipotesis dan penggunaan alat analisis.

Sebelum kuesioner diedarkan, dilakukan uji instrumen penelitian, yaitu uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur atau instrumen dalam mengukur variabel penelitian.

Uji validitas menyatakan sebuah instrumen dikatakan valid jika item yang mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi tinggi menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula. Syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau $r = 0,3$. Uji reabilitas ditunjukkan dengan angka indeks yang konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama. Uji reliabilitas mampu menunjukkan sejauh mana instrument dapat dipercaya dan diharapkan. Nilai suatu instrumen dikatakan reliabel bila nilai Alpha *Cronbach* $\geq 0,6$.

Metode analisis data merupakan tahapan dalam proses penelitian untuk mengolah data yang telah dikumpulkan sehingga dapat menjawab rumusan masalah. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan Analisis regresi linear berganda yang diolah melalui program SPSS dan pengujian model hipotesis yaitu uji secara parsial dan uji secara simultan.

Rumus regresi linear berganda:

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

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengukuran validitas dan reliabilitas ini diujikan pada responden, baik untuk variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan persepsi keamanan maupun minat menggunakan. Berdasarkan hasil pengolahan semua pernyataan dinyatakan valid, karena pada kolom *corrected item-total correlation*, menunjukkan angka $\geq 0,300$. Hasil reliabilitas untuk semua variabel yang diteliti mempunyai nilai di atas 0,7. Hal ini menunjukkan bahwa kuesioner penelitian ini dapat dikatakan handal dalam mengukur obyektifitas, stabilitas dan konsistensi persepsi responden terhadap keempat variabel penelitian sehingga layak untuk digunakan dalam penelitian ini.

Uji kelayakan model dilakukan untuk mengetahui model yang dianalisis memiliki tingkat kelayakan yang layak atau tidak (Ferdinand, 2014). Adapun hasil pengolahan data dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 1.
Hasil Uji Koefisien Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,675	.524		2.488	.018
1 Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)	.299	.344	.301	2.639	.011
Persepsi Manfaat (X2)	.238	.128	.243	2.930	.004
Persepsi Keamanan (X3)	.203	.129	.194	2.932	.004

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Perolehan menunjukkan nilai *constant* (a) sebesar 1,675 dengan nilai persepsi kemudahan penggunaan 0,299 dan nilai persepsi manfaat 0,238 serta nilai persepsi keamanan 0,203 maka hal ini menunjukkan adanya pengaruh positif, maka $Y = 1,675 + 0,299 + 0,238 + 0,203$

Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan BRI Mobile (H1)

Hipotesis pertama memiliki nilai t-hitung sebesar 2,639 > 1,984 t-tabel dengan nilai signifikan 0,011 < 0,05 yang artinya H1 ada pengaruh positif dan signifikan antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian (Larasati Dewi Hermawan, Kokom Komariah, & R. Deni Muhammad Danial, 2020). Sebuah sistem dibuat untuk memberikan kemudahan bukan untuk mempersulit penggunaannya, dengan demikian seseorang menggunakan sistem akan bekerja lebih mudah dibandingkan secara manual. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Wulandari (2017), hasil uji ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan merupakan variabel yang dapat dipertimbangkan oleh responden sebagai faktor yang mempengaruhi minat menggunakan BRI Mobile. Maka dari itu semakin nasabah merasakan kemudahan penggunaan maka nasabah semakin berminat menggunakan BRI Mobile untuk melakukan transaksi perbankan.

Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan BRI Mobile (H2)

Hipotesis kedua memiliki nilai t-hitung sebesar 2,930 > 1,984 t-tabel dan nilai signifikan 0,004 < 0,05 yang artinya H2 ada pengaruh yang positif dan signifikan antara persepsi manfaat terhadap minat menggunakan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan (Larasati Dewi Hermawan, Kokom Komariah, & R. Deni Muhammad Danial, 2020). Seseorang merasa bahwa dengan menggunakan teknologi informasi mendatangkan manfaat baik berupa peningkatan kerja, maka ia akan menggunakannya. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Laksana (2015), maka dari itu menunjukkan bahwa semakin nasabah merasakan manfaat penggunaan maka nasabah semakin berminat menggunakan BRI Mobile untuk melakukan transaksi.

Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Minat Menggunakan BRI Mobile (H3)

Hipotesis ketiga memiliki nilai t-hitung 2,932 > 1,97214 t-tabel dan nilai signifikan 0,004 < 0,05 yang artinya H3 ada pengaruh yang positif dan signifikan antara persepsi keamanan terhadap minat menggunakan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian (Larasati Dewi Hermawan, Kokom Komariah, & R. Deni Muhammad Danial, 2020). Apabila tingkat keamanan tinggi dengan menjamin segala informasi pribadi pengguna aman maka pengguna akan merasa aman dan berminat menggunakan produk tersebut. Hal ini juga didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurhayati *et al.*, (2020). Hasil data memberikan bukti yang cukup untuk menyimpulkan bahwa adanya efek yang positif terhadap persepsi keamanan. Maka dari itu dalam penelitian ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi keamanan maka nasabah semakin berminat menggunakan BRI Mobile untuk melakukan transaksi.

Tabel 2.
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	216.666	3	248.333	66.383	.000 ^b
	Residual	74.701	96	2.767		
	Total	291.367	99			

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

b. Predictors: (Constant), Persepsi Keamanan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan

Hasil uji-F menunjukkan bahwa nilai F-hitung sebesar 66,383 maka F-hitung lebih besar dari F-tabel yakni $66,383 > 2,31$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen dengan demikian hipotesis dapat diterima.

Tabel 3
Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.848 ^a	.719	.708	1.66334

a. Predictors: (Constant), Persepsi Keamanan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan

Berdasarkan pada tabel 3 menunjukkan bahwa nilai korelasi sebesar 0,848 dan nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) 0,708. Sedangkan nilai *R Square* sebesar 0,719 maka terdapat pengaruh variabel independent yaitu persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan persepsi keamanan terhadap variabel dependent yaitu minat menggunakan sebesar 0,719 atau 71,9%. Dengan demikian minat menggunakan BRI *Mobile* dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti sebesar 0,281 atau 28,1%.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian diatas, maka dapat disimpulkan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda menunjukkan adanya pengaruh variabel independent yang terdiri dari persepsi kemudahan penggunaan (X1), persepsi manfaat (X2), dan persepsi keamanan (X3) terhadap variabel dependent yaitu minat menggunakan (Y). Dan hasil uji hipotesis secara parsial dan simultan menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan X1,X2,dan X3 terhadap Y.

Sampel yang digunakan pada penelitian ini terbatas pada nasabah BRI Kabupaten Mamuju Tengah saja, diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat memperluas wilayah dalam penelitian sehingga dapat menjangkau responden yang ada di Provinsi Sulawesi Barat. Untuk perusahaan peneliti menyarankan agar lebih di tingkatkan pengenalan tentang layanan *digital banking* seperti *mobile banking* atau BRI *Mobile* kepada nasabah, meningkatkan kemudahan sistem layanan, dan keamanan sistem pada layanan BRI *Mobile* agar nasabah tertarik dan percaya keamanan uang dan data informasi nasabah terlindungi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afghani, M. F., & Yulianti, E. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, Serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi E-Banking Di Bank Bri Surabaya. *Journal of Business & Banking*, 6(1), 113–128. <https://doi.org/10.14414/jbb.v6i1.898>
- Aidar, A. A. N. (2018). *Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap sikap penggunaan layanan mobile banking*. Retrieved from <http://eprints.iain-surakarta.ac.id/2457/>
- Amanullah, B. (2014). *Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking (Survey Pada Nasabah Bank BCA Semarang)*. Retrieved from <http://eprints.undip.ac.id/43009>
- Ananda, H. R. (2019). *Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Menggunakan, Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Kompatibilitas Terhadap Intensi Menggunakan Layanan Mobile Payment*. Retrieved from <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/14180>
- Anggraeni, S. (2019). *Persepsi Kemanfaatan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening*. Retrieved from <http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/6394>
- Anwar, M. F. (2018). *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kepercayaan dan Risiko terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking*. Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- APJII. (2019). *Pengguna Internet Di Indonesia 2018 Bertambah 28 juta*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/05/16/penggunainternet-di-indonesia-2018-be>
- Bagastia, M. I. (2018). *Pengaruh Kemudahan, Kenyamanan, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening*. Retrieved from <http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/4772/>
- Cermati.com. (2019). *BRI Mobile dan SMS banking BRI serta cara aktivasi dan menggunakannya*. Retrieved from <https://www.cermati.com/artikel/brimobile-dan-sms-banking-bri-serta-cara-aktivasi-dan-menggunakannya>
- Davis, F.D. 1989. *Perceived Esefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. MIS Quarterly*. Vol. 13 No. 5: pp 319-339.
- Fahmi, Z., & Evanita, S. (2019). Pengaruh Iklan dan Perceived Security terhadap Minat Transaksi Pembayaran Berbasis e-Payment dengan Sikap sebagai Variabel Intervening pada Masyarakat di Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 01(02), 83–96
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman penelitian untuk Penulisan skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gusti Aditya Rachman, RR Yulianti Prihatiningrum, & Rusniati (2021). Pengaruh Variabel TAM, Persepsi Risiko, Pengaruh Sosial Terhadap Kepuasan dan Penggunaan Kembali Secara Terus-Menerus Aplikasi Mobile Bankng Bank KALSEL. *Journal of Applied Business and Economics (JABE)* Vol. 7 No. 4 (Juni 2021) 508-520.
- Igbaria, M. 2000. *Computer anxiety and attitudes towards microcomputer use. Behaviour Inform. Tech.* 9(3) 229–241.
- Iliyin, A. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan OVO PT Visionet Data International (Studi Pada Pengguna OVO di Kota Surakarta). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 85–92.
- Irmadhani, M. A. N. (2012). *Pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan dan Computer Self Efficacy, Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*. Kajian Pendidikan Akuntansi Indonesia, 3(1), 1–20.
- Jogiyanto. 2007, *Metodologi Penelitian Bisnis : Salah Kaprah dan Pengalamanpengalaman*. Yogyakarta: BPFE

- Jogiyanto. (2008). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Laksana, G. (2015). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 26(2), 1–8.
- Larasati, D. H., Kokom. K., & R. deni, M. D (2020). Analisis Minat Menggunakan BRI Mobile (Survei pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kota Sukabumi). *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 9(6), 525-538.
- Lidwina, A. (2019). Hanya 24,5% Penduduk Dewasa yang Pakai Ponsel Untuk Transaksi Keuangan. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/11/15/hanya-245-pendudukdewasa-gunakan-telepon-seluler-untuk-transaksi-keuangan>
- Lupiyoadi, R., & Ikhsan, R. B. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Mohamed Gamal Aboelmaged, Tarek R Gebba. 2013. : An Examination Of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior. *International Journal of Business Research and Development* ISSN 1929-
- Nurhaliza, S. L. (2019). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Resiko Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Di Kalangan Mahasiswa Di Yogyakarta*. Retrieved from <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/18349>
- Nurhayati, Anam, H., & Manalu, V. B. (2020). Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Kerahasiaan, Kesiapan Teknologi Informasi Terhadap Intensitas Perilaku Dalam Penggunaan E-Filing. *Jurnal GeoEkonomi* ISSN-Elektronik, 11(1), 1–15.
- Oktabriantono, A. P., Sulindawati, N. luh G. E., & Dewi, P. E. D. M. (2017). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Keamanan, dan Persepsi Risiko terhadap Penggunaan E-banking pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *E-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha*, 8(2), 1–10.
- Rahayu, P. R. (2019). *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking (Universitas Islam Indonesia; Vol. 1)*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- Rahyuni. (2019). *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking pada Masyarakat Boyolali*. Retrieved from <http://eprints.iain-surakarta.ac.id/4640/>
- Rizky, N., Yasa, I. N. P., & Wahyuni, M. A. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Dalam Bertransaksi Pada Umkm Di Kecamatan Buleleng. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)*, 9(2), 191–202.
- Saptawati, Y. (2018). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Keamanan & Manfaat Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bulukumba*. Retrieved from <http://repository.stienobel-indonesia.ac.id/handle/123456789/297>
- Saputri, L. (2018). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persespi Risiko terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Fasilitas Electronic Banking Bank Syariah dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening (IAIN Salatiga; Vol. 53)*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Sari, I. (2019). *Pengaruh Kemudahan, Manfaat Penggunaan Teknologi, Fitur Layanan Dan Keamanan, Terhadap Minat Menggunakan E-Money, Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening*. Retrieved from <http://erepository.perpus.iainsalatiga.ac.id/5989/>
- Sugiyono. 2013. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta

- Venkatesh dan Morris. 2000. *User acceptance of information technology: Toward a unified view*. MIS quarterly, 425-478.
- Wahyuningsih, S. A. (2019). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kemanfaatan Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening*. Retrieved from <http://erepository.perpus.iainsalatiga.ac.id/5277>
- Wibiadila, I. (2016). Pengaruh kegunaan, kemudahan, resiko, dan kualitas layanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking. *Management Journal*, 2(2), 1–13.
- Wulandari, C. O. (2017). *Pengaruh Kebermanfaatan, kemudahan penggunaan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Internet Banking*. Retrieved from <https://eprints.uny.ac.id/59902>