

**PENGARUH KEGUNAAN, KEMUDAHAN, RESIKO, DAN KUALITAS  
LAYANAN TERHADAP MINAT NASABAH DALAM  
MENGUNAKAN *MOBILE BANKING***

(Survei pada Nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Solo)



**NASKAH PUBLIKASI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

**Disusun Oleh:**

**IKBAR WIBIADILA**

**B200120195**

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

**2016**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH KEGUNAAN, KEMUDAHAN, RESIKO, DAN KUALITAS LAYANAN  
TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING*  
(Survei pada Nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Solo)**

**PUBLIKASI ILMIAH**

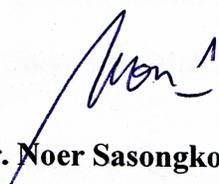
Oleh:

**IKBAR WIBIADILA**

**B200120195**

Telah diperiksa dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing

  
(Dr. Noer Sasongko, SE, M.Si, Ak)

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH KEGUNAAN, KEMUDAHAN, RESIKO, DAN KUALITAS LAYANAN  
TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING***

**(Survei pada Nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Solo)**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

Yang ditulis oleh:

**IKBAR WIBIADILA**

**B200120195**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pada hari Sabtu, 23 April 2016

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat.

Dewan Penguji :

1. Dr. Noer Sasongko, SE, M.Si, Ak (  )  
(Ketua Dewan Penguji)
2. Dra. Rina Trisnawati, Ak, M.Si, Ph.D (  )  
(Anggota 1 Dewan Penguji)
3. Dra. Mujiyati, M.Si (  )  
(Anggota 2 Dewan Penguji)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



  
Dr. Triyono, SE, M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp (0271) 717417 Surakarta - 57102

## PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **IKBAR WIBIADILA**  
NIRM : **11.6.106.0230.50195**  
Jurusan : **AKUNTANSI**  
JudulSkripsi : **PENGARUH KEGUNAAN, KEMUDAHAN,  
RESIKO DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP  
MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN  
MOBILE BANKING (Survei pada Nasabah Bank  
Mandiri Kantor Cabang Solo)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa naskah publikasi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa naskah publikasi hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 23 April 2016



membuat pernyataan

( IKBAR WIBIADILA )

## PERNYATAAN

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

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

Surakarta, 23 April 2016

Penulis



**IKBAR WIBIADILA**

**B 200120195**

**PENGARUH KEGUNAAN, KEMUDAHAN, RESIKO, DAN KUALITAS LAYANAN  
TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING***

(Survei pada Nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Solo)

**IKBAR WIBIADILA**

(B 200 120 195)

**Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Universitas Muhammadiyah Surakarta**

**Email:**

[wibiadila@yahoo.co.id](mailto:wibiadila@yahoo.co.id)

***ABSTRACT***

*This study purposes to examine the factors that influence intention to use mobile banking services by modified a model of Technology Acceptance Model (TAM) developed by Davis in 1989. The population used in this study are all customers of the Bank Mandiri in Solo. Data collection was performed using a questionnaire. The sampling method using accidental method. The total sample collected as many as 60 customers. Analysis technique in this study was multiple linear regression analysis. Result shows that the construct usefulness, ease of use, risk, and service quality affect the intention to use mobile banking. This means that the intention to use mobile banking is influenced by the usefulness, ease of use, risk, and service quality.*

**Keywords:** *Technology Acceptance Model (TAM), usefulness, ease of use, risk, service quality, intention and mobile banking*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan layanan *mobile banking* dengan memodifikasi model *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Mandiri di Solo. Data yang digunakan dalam penelitian menggunakan kuesioner. Metode pengambilan sampel dengan cara metode accidental. Jumlah sampel yang terkumpul sebanyak 60 nasabah. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil analisis untuk model ini menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yaitu kegunaan, kemudahan, resiko, dan kualitas layanan berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Hal ini berarti bahwa minat untuk menggunakan layanan *mobile banking* dipengaruhi oleh kegunaan, kemudahan, resiko, dan kualitas layanan.

**Kata Kunci:** *Technology Acceptance Model (TAM), kegunaan, kemudahan, risiko, kualitas layanan, minat dan mobile banking.*

## I. PENDAHULUAN

Kemajuan dan perkembangan teknologi informasi yang pesat telah mempengaruhi industri perbankan, seperti halnya *mobile banking* yang merupakan salah satu wujud dari perkembangan teknologi tersebut. Perangkat komunikasi merupakan salah satu contoh dari perkembangan teknologi yang pada saat ini juga dimanfaatkan oleh sektor perbankan. Saat ini sudah banyak bank yang telah menyediakan akses *mobile* untuk mengetahui informasi keuangan. Kondisi tersebut merupakan salah satu perbaikan layanan terhadap nasabah, karena pada kenyataannya dalam melaksanakan transaksi perbankan setiap nasabah minimal membutuhkan waktu kurang lebih 10 menit berada dalam antrian. Hal tersebut akan cenderung berdampak merugikan bagi para nasabah jika waktu serta peluang bisnis mereka tersita hanya untuk bertransaksi di bank.

*Mobile banking* merupakan layanan perbankan yang berfungsi untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan tanpa perlu datang ke bank atau ATM kecuali penarikan uang *cash*. Keunggulan *mobile banking* yaitu nasabah dapat melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja tanpa dibatasi waktu. Layanan pada *mobile banking* meliputi: transaksi finansial, transaksi non finansial, transfer dana, cek saldo dan pembayaran tagihan yang dilakukan lewat telepon seluler.

Jika dilihat dari statistik penggunaannya bahwa performa layanan *mobile banking* Bank Mandiri untuk jumlah rekening yang memanfaatkan *mobile banking* relatif lebih kecil dari total seluruh rekening nasabah bank. Kondisi tersebut menimbulkan pertanyaan, apakah kegunaan dan kemudahan teknologi *mobile banking* yang kurang diminati ataukah ada faktor-faktor lain yang mendasari nasabah sehingga sulit menerima keberadaan teknologi tersebut. Untuk itu peneliti menggunakan Bank Mandiri sebagai objek penelitian.

Salah satu pendekatan yang digunakan untuk melihat kemudahan suatu teknologi adalah *Technology Acceptance Model (TAM)*. Model *TAM* yang mengadaptasi model *TRA (Theory of Reasoned Action)* dikembangkan oleh Davis (1986). Perbedaan mendasar antara *TRA* dan *TAM* adalah penempatan sikap dari *TRA*. *TAM* memperkenalkan dua variabel kunci, yaitu *perceived usefulness* (persepsi kegunaan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan pengguna) yang memiliki relevansi untuk memprediksi sikap penerimaan pengguna terhadap teknologi (*acceptance of IT*).

Penelitian mengenai pengaruh kegunaan, kemudahan, resiko dan kualitas layanan terhadap minat menggunakan *mobile banking* ini terkait dengan beberapa penelitian terdahulu, diantaranya yaitu Hapsara (2015), Pratiwi (2012), Susanti (2015) Mubiyantoro dan Syaefullah (2014), Tirtana dan Sari (2014)

Penelitian ini penting untuk diteliti yang bertujuan untuk menguji adanya pengaruh kegunaan, kemudahan, resiko dan kualitas layanan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

## II. KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### Kajian Literatur

#### ***Technology Acceptance Model (TAM)***

*Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan suatu model yang digunakan untuk menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi penerimaan terhadap suatu teknologi dalam suatu organisasi. *TAM* diperkenalkan pertama kali oleh Davis pada tahun 1989. Model *TAM* sebenarnya diadopsi dari model *TRA* yang diperkenalkan oleh Ajzen dan Fishbein (1980) dan diusulkan oleh davis (1989), yaitu teori tindakan yang beralasan dengan satu premis bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap suatu hal, akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut. *Technology Acceptance Model (TAM)* dikembangkan oleh davis pada tahun 1989, sebagai model penerimaan pengguna pada suatu sistem informasi. Tujuan dari *TAM* adalah untuk menyediakan sebuah penjelasan secara umum mengenai hal – hal yang menentukan penerimaan teknologi dan *TAM* diharapkan mampu menjelaskan perilaku pengguna dalam rentan yang

lebar pada pengguna akhir dan populasi pengguna. Dua konstruk utama pada *Technology Acceptance Model (TAM)* ini adalah persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan pengguna (*perceived ease of use*).

### **Mobile Banking**

*Mobile banking* atau yang lebih dikenal dengan sebutan *m-banking* merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti *handphone*, dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui aplikasi pada *handphone*. Dengan adanya *handphone* dan layanan *mobile banking*, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual, artinya kegiatan yang sebelumnya dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, kini dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi gerai bank, hanya dengan menggunakan *handphone* nasabah dapat menghemat waktu dan biaya. Layanan *mobile banking* memberikan kemudahan kepada para nasabah untuk melakukan transaksi perbankan seperti cek saldo, transfer antar rekening, pembayaran tagihan, isi pulsa, dan lain – lain.

### **Pengembangan Hipotesis**

#### **Pengaruh kegunaan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking***

Davis *et al.* dalam Hapsara (2015) mendefinisikan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut dapat meningkatkan kinerjanya dalam bekerja. Pernyataan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2012) dan Amanullah (2014) hasil dalam penelitian tersebut menunjukkan kegunaan berpengaruh dalam minat menggunakan *mobile banking*

H<sub>1</sub>: kegunaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

#### **Pengaruh kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking***

Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Sehingga jika seseorang percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya dan begitupun sebaliknya (Jogiyanto, 2007:320). Malhotra dan Galleta dalam Hapsara (2015) mendefinisikan Persepsi kemudahan yaitu tingkat kepercayaan seseorang bahwa sistem teknologi tertentu dapat digunakan dengan mudah (tanpa usaha). Pernyataan ini sejalan dengan penelitian Hapsara (2015) serta Mubiyantoro dan Syaefullah (2014) yang menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan layanan *mobile banking*.

H<sub>2</sub>: kemudahan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

#### **Pengaruh resiko terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking***

Menurut Dowling dalam Farizi dan Syaefullah (2014) persepsi terhadap resiko (*perceived risk*) adalah persepsi negatif konsumen atas sejumlah aktivitas yang didasarkan pada hasil yang negatif dan memungkinkan bahwa hasil tersebut menjadi nyata. Persepsi resiko sangat mempengaruhi tingkat kepercayaan. Semakin kecil persepsi resiko dari suatu individu maka semakin besar tingkat kepercayaannya, begitu pula sebaliknya semakin besar persepsi resiko dari suatu individu maka semakin kecil tingkat kepercayaannya. Pernyataan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Hapsara (2015) yang menyatakan resiko berpengaruh terhadap penggunaan layanan *mobile banking*.

H<sub>3</sub>: resiko berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

#### **Pengaruh kualitas layanan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking***

Kualitas layanan di sini adalah fitur perlengkapan untuk interaktivitas nasabah. Fitur merupakan kriteria penting yang menarik perhatian nasabah di dalam penyampaian jasa *mobile banking*. Fitur dalam layanan merupakan salah satu faktor penting untuk menumbuhkan kepercayaan bagi konsumen dalam memutuskan akan melakukan transaksi secara *online* atau tidak. Steward *et al.* dalam Amijaya (2010).

H<sub>4</sub>: kualitas layanan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

### III. METODE PENELITIAN

#### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah bank yang menggunakan *mobile banking* Bank Mandiri di Solo. Dalam penelitian ini peneliti tidak dapat menentukan besarnya populasi yang akan diteliti secara pasti dikarenakan tidak terdapat data yang relevan dan data dari pihak bank yang bersangkutan tidak dipublikasikan sehingga menjadi rahasia bank. Dan sampel dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna layanan *mobile banking* pada Bank Mandiri di Solo. Pelaksanaan penelitian ini dengan membagikan kuesioner secara langsung kepada responden. Lama penyebaran kuesioner dilakukan selama 2 minggu mulai tanggal 21 Februari 2016 hingga 5 Maret 2016. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling* (sampling kebetulan). Kriteria yang dijadikan acuan dalam penyebaran kuesioner kepada responden adalah sampel merupakan nasabah dari Bank Mandiri, dan sampel sudah mengenal dan menggunakan layanan *mobile banking*.

#### Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menguji hipotesis. Sumber data dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner pada nasabah Bank Mandiri cabang Solo yang menggunakan layanan *mobile banking*.

#### Definisi dan Pengukuran Variabel Penelitian

Berikut ini adalah variabel-variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini:

##### Variabel Independen (X)

Variabel independen dalam penelitian ini adalah kegunaan, kemudahan, resiko, dan kualitas layanan.

Kegunaan (*usefulness*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya Davis (1989). Variabel kegunaan diukur dengan instrumen yang dikembangkan oleh Koufaris (2002). Adapun indikator yang digunakan untuk pengukuran kegunaan sebagai berikut: mengembangkan kinerja, meningkatkan produktivitas, meningkatkan efektifitas, serta berguna.

Kemudahan (*ease of use*) didefinisikan tingkat kepercayaan seseorang bahwa sistem teknologi tertentu dapat digunakan dengan mudah (tanpa usaha) Malhotra dan Galleta dalam Hapsara (2015). Variabel kemudahan diukur dengan instrumen yang dikembangkan oleh Koufaris (2002). Adapun indikator yang digunakan untuk pengukuran variabel kemudahan adalah sebagai berikut : kemudahan mempelajari, kejelasan dan kemudahan memahami , mudah untuk menjadi terampil, kemudahan menggunakan

Menurut Dowling dalam Farizi dan Syaefullah (2014) persepsi terhadap resiko (*perceived risk*) adalah persepsi negatif konsumen atas sejumlah aktivitas yang didasarkan pada hasil yang negatif dan memungkinkan bahwa hasil tersebut menjadi nyata. Persepsi resiko sangat mempengaruhi tingkat kepercayaan. Semakin kecil persepsi resiko dari suatu individu maka semakin besar tingkat kepercayaannya, begitu pula sebaliknya semakin besar persepsi resiko dari suatu individu maka semakin kecil tingkat kepercayaannya. Variabel resiko diukur berdasarkan konsep dari Pavlou (2003) yang terdiri dari 3 indikator, yaitu: kemungkinan terdapat resiko pencurian, kemungkinan terdapat resiko penipuan, membutuhkan biaya yang besar

Menurut Steward *et al.* dalam Amijaya (2010) kualitas dalam fitur layanan merupakan salah satu faktor penting untuk menumbuhkan kepercayaan bagi konsumen dalam memutuskan akan melakukan transaksi secara *online* atau tidak. Variabel kualitas layanan diukur berdasarkan konsep dari Jun dan Cai (2001). Terdapat beberapa konstruk yang menjadi indikator kualitas layanan suatu sistem *mobile banking*

yaitu: konten / isi layanan, keakuratan layanan, kemudahan layanan, informasi terkini (*up-to-date*) layanan, daya tarik layanan, keamanan layanan.

### Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Minat perilaku (*behavioral intention*) menurut Jogiyanto (2007: 116) adalah suatu keinginan atau minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku (*behavioral*) jika mempunyai keinginan atau minat (*behavioral intention*) untuk melakukannya. Menurut Davis (1989) ada tiga item pertanyaan untuk mengukur minat penggunaan adalah berminat terus menggunakan, akan menggunakan untuk transaksi keseharian, merekomendasikan kepada orang lain.

### Metode Analisis Data

#### Uji Kualitas Data

Uji kelayakan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid apabila  $r$  hitung (*Corrected Item Total Correlation*)  $>$   $r$  tabel dan kuesioner dikatakan tidak valid apabila  $r$  hitung  $<$  dari  $r$  tabel. Uji reliabilitas yaitu suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu Ghozali (2011). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberi nilai Cronbach alpha  $>$  0,60 (Nunnally, 1994) dalam Ghozali (2011 :48).

#### Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas data, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Untuk melihat normalitas adalah dengan menggunakan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (bebas) dilihat dari nilai tolerance dan VIF. Untuk mendeteksi adanya gejala heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan *Uji Glejser*.

#### Uji Hipotesis

Model pengujian yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linier berganda. Model regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh antar variabel dependen dan variabel independen. Pengujian hipotesis dilakukan setelah model regresi berganda bebas dari pelanggaran asumsi klasik, agar hasil pengujian dapat di intrepresentasikan dengan tepat. Model regresi linier berganda ditunjukkan oleh persamaan berikut ini :

$$MM = a + \beta_1KG + \beta_2KM + \beta_3RS + \beta_4KL + e$$

Keterangan:

a : konstanta.

$\beta_1 - \beta_5$  : koefisien regresi.

MM :Minat menggunakan *Mobile Banking*.

KG : Kegunaan.

KM : Kemudahan.

RS : Resiko.

KL : Kualitas Layanan

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji t. Pengujian ini menggunakan bantuan SPSS dengan taraf signifikan 5%. Apabila  $sig. t > \alpha$  maka hipotesis ditolak dan jika  $t < \alpha$  maka diterima. Sebelum melakukan uji hipotesis akan dilakukan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan uji F. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji F pada dasarnya untuk menguji apakah semua variabel independen (bebas)

yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan nilai  $F_{tabel}$  dan signifikan 0,05.

#### IV. HASIL PENELITIAN

##### Hasil Uji Kualitas Data

Ringkasan hasil uji validitas dan reliabilitas, hasil uji validitas dari pertanyaan pada kuesioner semua dinyatakan valid. Tingkat signifikasinya yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 5%. Dengan pernyataan  $n = 60$ ,  $\alpha = 5\%$ , diperoleh nilai  $r_{tabel} = 0,250$  dapat dinyatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $< 0,05$ . Hasil yang didapat bahwa butir pertanyaan dari setiap variabel dikatakan valid, karena  $r_{hitung}$  pada setiap pertanyaan lebih besar dari pada  $r_{tabel}$ . Sedangkan untuk uji reliabilitas, hasil analisis reliabilitas dapat dilihat pada program SPSS versi 21.00 dan ditunjukkan oleh besarnya nilai  $\alpha$  ( $\alpha$ ). Pengambilan keputusan reliabilitas suatu variabel ditentukan dengan asumsi apabila nilai  $\alpha$  *cronbach*  $> 0,6$  maka butir atau variabel yang diteliti adalah reliabel. Hasil menunjukkan bahwa semua variabel baik variabel kegunaan, kemudahan, resiko, kualitas layanan dan minat menggunakan *mobile banking* adalah reliabel karena mempunyai nilai  $\alpha$  *cronbach*  $> 0,6$  (Nunnally), sehingga dapat dipergunakan untuk mengolah data selanjutnya.

##### Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil pengujian asumsi klasik pada penelitian ini uji normalitas diperoleh nilai 0,970, perbandingan antara probabilitas dengan taraf signifikansi 5% nilai hitung probabilitas adalah 0,970 sehingga dapat dinyatakan bahwa data pada model regresi terdistribusi normal. Uji multikolinearitas diketahui bahwa VIF 1,079-1,250 dan nilai *tolerance* 0,800-0,927, sehingga menunjukkan bahwa masing-masing nilai VIF berada sekitar 1 sampai 10, demikian juga hasil nilai *tolerance* mendekati 1 atau di atas 0,1. Dengan demikian dapat disimpulkan model regresi tersebut bebas multikolinearitas. Uji heteroskedastisitas didapat nilai  $p$  sebesar 0,124-0,461 hasil perhitungan uji heteroskedastisitas tidak ada gangguan heteroskedastisitas, karena nilai  $p > 0,05$  atau tidak signifikan pada  $\alpha = 5\%$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

##### Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi linear berganda secara sistematis dapat ditulis persamaannya sebagai berikut :  
 $MM = 3,119 + 0,133 KG + 0,160 KM + 0,164 RS + 0,121 KL$

Diperoleh nilai konstanta sebesar 3,119 menunjukkan bahwa jika variabel independen yaitu kegunaan, kemudahan, resiko, kualitas layanan diasumsikan konstan maka minat menggunakan *mobile banking* akan meningkat. Koefisien regresi variabel kegunaan sebesar 0,133, variabel kemudahan sebesar 0,160, variabel resiko sebesar 0,164 dan variabel kualitas layanan sebesar 0,121 menunjukkan koefisien positif, maka setiap peningkatan variabel independen tersebut mengakibatkan peningkatan pada variabel dependen yaitu minat menggunakan *mobile banking*.

##### Pengaruh Kegunaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*

Hasil dari variabel kegunaan memiliki  $t_{hitung}$  2,413 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 2,004, dan nilai  $p = 0,019$  lebih kecil dari 5%, sehingga  $H_1$  diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa kegunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*, artinya apabila nasabah merasa penggunaan *mobile banking* berguna, maka akan mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*.

##### Pengaruh Kemudahan terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*

Hasil dari variabel kemudahan memiliki  $t_{hitung}$  2,613 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 2,004, dan  $p = 0,012$  lebih kecil dari 5%, sehingga  $H_2$  diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*, artinya apabila nasabah merasa menggunakan *mobile banking* itu mudah, maka akan mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*.

### **Pengaruh Resiko terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking***

Hasil dari variabel resiko memiliki  $t_{hitung}$  2,333 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 2,004, dan  $p= 0,023$  lebih kecil dari 5%, sehingga  $H_3$  diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*, artinya apabila nasabah menganggap bahwa menggunakan *mobile banking* sangat berguna dan memudahkan urusannya membuat nasabah mengabaikan resiko yang dapat terjadi. Serta sistem yang baik dapat mengurangi terjadinya resiko. Sehingga resiko dapat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

### **Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking***

Hasil dari variabel resiko memiliki  $t_{hitung}$  2,628 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 2,004, dan  $p= 0,011$  lebih kecil dari 5%, sehingga  $H_4$  diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*, artinya apabila nasabah merasa kualitas layanan dari *mobile banking* itu baik dengan kelengkapan fitur yang menarik, maka akan mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*.

**Tabel IV.1 Hasil Pengujian Hipotesis**

<b>Variabel</b>	<b><math>t_{hitung}</math></b>	<b>P</b>	<b>Keterangan</b>
Kegunaan	2,413	0,019	H1 diterima
Kemudahan	2,613	0,012	H2 diterima
Resiko	2,333	0,023	H3 diterima
Kualitas Layanan	2,628	0,011	H4 diterima

*Sumber: data diolah, 2016*

## **V. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan variabel kegunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*, kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*, resiko berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*, kualitas layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Keterbatasan dalam penelitian ini merupakan penelitian survei dengan menggunakan kuisisioner dalam pengambilan jawaban dari responden, sehingga penulis tidak mengawasi secara langsung atas pengisian jawaban tersebut. Kemungkinan jawaban dari responden tidak mencerminkan keadaan yang sebenarnya dikarenakan kondisi-kondisi tertentu masing-masing responden.

Keterbatasan dalam penelitian ini merupakan penelitian survei dengan menggunakan kuisisioner dalam pengambilan jawaban dari responden, sehingga penulis tidak mengawasi secara langsung atas pengisian jawaban tersebut. Kemungkinan jawaban dari responden tidak mencerminkan keadaan yang sebenarnya dikarenakan kondisi-kondisi tertentu masing-masing responden, faktor pengaruh Minat Menggunakan Mobile Banking terbatas pada kegunaan, kemudahan, resiko, kualitas layanan sehingga cakupannya kurang luas untuk dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan manajemen sumberdaya manusia, lingkup penelitian terbatas nasabah pada Bank Mandiri Cabang Surakarta dan waktu yang digunakan dalam penelitian terbatas, sehingga hasilnya tidak dapat dibandingkan dengan perusahaan lainnya yang sejenis dan hasil penelitian kurang maksimal.

Berdasarkan simpulan dan keterbatasan diatas, penulis akan memberikan saran yang bermanfaat sebagai berikut: Peneliti diharapkan mengawasi pengisian kuesioner dalam pengambilan jawaban dari responden, sehingga hasil yang diperoleh sesuai dengan kondisi yang sebenar-benarnya, bagi peneliti berikutnya diharapkan menambah variabel independen dan menambah sampel penelitian untuk membuktikan kembali variabel dalam penelitian ini, lingkup penelitian terbatas nasabah pada

bank mandiri cabang solo dan waktu yang digunakan dalam penelitian terbatas jadi disarankan menambah lagi nasabah di bank yang lain dan menambah waktu penelitian.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Amanullah, Bastian. 2014. *Pengaruh Persepsi Manfaat Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking Survey Pada Nasabah Bank BCA Semarang*. Skripsi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. Semarang
- Amijaya, Gilang Rizky. 2010. *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi Kemudahan Resiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet Banking Studi Pada Nasabah Bank BCA*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Davis, F.D.1989. *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. *MS Quarterly (online)*, Vol. 13 No. 3, (Sep 1989)
- Davis, F.D., Bagozzi, R.P., and Warshaw, P.R., 1989. *User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models*. *Management Science (online)*, Vol. 35 No. 8 Agustus 1989.
- Hapsara, Radityo Febri. 2015. *Pengaruh Kegunaan, Kemudahan Resiko dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Studi Pada Nasabah Bank BRI Solo Kartasura*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta : Andi
- Jun, Minijoon dan Shaohan Cai. 2001. *The Key Determinants of Internet Bank Service Quality : A Content Analysis*. *International Journal of Bank Marketing* 12/2001; 19(7) :276-291
- Koufaris, Marios dan Sosa, William Hampton. 2002. *Customer Trust Online: Examining The Role of The Experience with The Website*, CIS Working Paper Series, May 2002
- Mubiyantoro, Ari., dan Syaefullah. 2014. *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Pengguna, Persepsi Kesesuaian dan Persepsi Resiko terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking*. *Jurnal Akuntansi Universitas Brawijaya*. Malang.
- Paul A, Pavlou. 2003. *Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model*. *International Journal of Electronic Commerce / Spring 2003*, Vol. 7, No. 3, pp. 69–103.
- Pratiwi, Devvy Pisheila. 2012. *Pengaruh Persepsi Manfaat Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Pengalaman terhadap Perilaku Penggunaan Mobile Banking dengan Dimediasi Niat Penggunaan Mobile Banking Nasabah Bank BCA di Surabaya*. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Perbanas. Surabaya.
- Susanti, Anik. 2015. *Pengaruh Persepsi Kegunaan Persepsi Kemudahan Persepsi Risiko dan Persepsi Kepercayaan terhadap Minat menggunakan Mobile Banking*. Skripsi. Fakultas Syariah dan Hukum Sunan Kalijaga. Yogyakarta.
- Tirtana, Irwan., dan Shinta Permata Sari. 2014. *Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan terhadap Penggunaan Mobile Banking*. *Jurnal Akuntansi*. ISBN: 978-602-70429-2-6