

**PENGARUH PERSEPSI RESIKO, KEMUDAHAN, KEGUNAAN, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP SIKAP DALAM PENGGUNAAN**

MOBILE BANKING

(Survey pada nasabah Bank BRI ,Bank MANDIRI , dan Bank BNI diSolo)



Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Stara 1 Pada
Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Diajukan Oleh :

WIDYA ATIKA SAFITRI

B200120181

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

2016

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH PERSEPSI RESIKO, KEMUDAHAN, KEGUNAAN, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP SIKAP DALAM PENGGUNAAN**

MOBILE BANKING

(Survey pada nasabah Bank BRI ,Bank MANDIRI , dan Bank BNI diSolo)

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

WIDYA ATIKA SAFITRI

B 200 120 181

Telah diperiksa dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



(Dr. Erma Setiawati, MM.CA.)

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH PERSEPSI RESIKO, KEMUDAHAN, KEGUNAAN, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP SIKAP DALAM PENGGUNAAN
MOBILE BANKING**
(Survey pada nasabah Bank BRI ,Bank MANDIRI , dan Bank BNI diSolo)

Yang ditulis oleh:

WIDYA ATIKA SAFITRI

B 200 120 181

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Sabtu, 22 Oktober 2016
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat.

Dewan Penguji :

1.Dr. Erma Setiawati, MM.CA. ()
(Ketua Dewan Penguji)

2.Drs. Suyatmin Waskito Adi, M.Si ()
(Anggota 1 Dewan Penguji)

3.Drs. Yuli Tri Cahyono, Ak.,MM ()
(Anggota 2 Dewan Penguji)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Triyono, SE, M.Si)

NIK : 195803091957031643

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Naskah Publikasi tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar magister di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

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

Surakarta, 3 Nopember 2016

Penulis



Widya Atika Safitri

B200120181

**PENGARUH PERSEPSI RESIKO, KEMUDAHAN, KEGUNAAN, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP SIKAP DALAM PENGGUNAAN
MOBILE BANKING**

(Survey pada nasabah Bank BRI ,Bank MANDIRI , dan Bank BNI diSolo)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi sikap dalam penggunaan *mobile banking* dengan memodifikasi model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Mandiri, Bank BRI ,dan Bank BNI di solo. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuisioner . metode pengambilan sampel dengan cara metode *convinience sampling*. Jumlah sampel yang terkumpul sebanyak 90 nasabah. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil analisis untuk model ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu kemudahan ,kegunaan ,dan kepercayaan berpengaruh terhadap sikap dalam penggunaan *mobile banking*, sebaliknya persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap sikap dalam penggunaan *mobile banking*. Hal ini berarti bahwa sikap dalam penggunaan *mobile banking* di pengaruhi oleh kemudahan, kegunaan, dan kepercayaan.

Kata kunci : *Technology Acceptance Model* (TAM), Persepsi risiko, kemudahan, Kegunaan , Kepercayaan, sikap dalam penggunaan *mobile banking*

Abstract

This study purposes to examine and analyze factors - factors that influence attitudes in the use of mobile banking by modifying the model of the Technology Acceptance Model (TAM) developed by Davis on tahun 1989. The population used in this study are customers of Bank Mandiri, Bank BRI and Bank BNI in solo. Data collection was performed using a questionnaire. The sampling method using convinience sampling method. The total samples collected as many as 90 customers. Analysis technique used is multiple linear regression. The results of the analysis for this model indicate that the construct is the perceived Ease of use, perceived usefulness and trust affect the attitudes in the use of mobile banking, otherwise the perceived risk does not affect the attitude in the use of mobile banking. This means that the attitude in the use of mobile banking is influenced by the perceived Ease of use, perceived usefulness, and trust.

Keywords: *Technology Acceptance Model (TAM), perceived risk, perceived Ease of use, Perceived Usefulness, Trust, attitudes in the use of mobile banking*

1. PENDAHULUAN

Pengembangan layanan perbankan tidak lagi hanya dengan slogan layanan yang aman dan terpercaya, namun juga mampu memberikan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah yang telah berkembang searah dengan perkembangan teknologi dan gaya hidup. Salah satu bentuk layanan yang dikembangkan oleh bank adalah layanan online banking. *Online banking* adalah layanan transaksi perbankan yang dapat dilakukan oleh nasabah baik dari rumah, tempat usaha atau di lokasi-lokasi lain yang bukan di lokasi bank yang riil (kantor cabang) dengan menggunakan media komunikasi seperti komputer, telepon seluler dan telepon rumah. Bentuk layanan perbankan berbasis online adalah *Automatic Teller Machine* (ATM) dan *electronic banking* (e-banking) (Irmadhani dan Nugroho, 2012. Tirtana dan Shinta Permata Sari, 2014, Bank Indonesia membagi layanan e-banking menjadi 4 kategori, yaitu internet banking, mobile banking, phone banking dan SMS banking. Akan tetapi perkembangan teknologi informasi saat ini yang sangat pesat membuat keempat layanan tersebut semakin sulit untuk dibedakan.

Mubiyantoro, 2013 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 sms (pesan singkat) 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, dan lain-lain.

Jalinan hubungan baik dengan nasabah, diawali dengan memahami kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara mempelajari perilaku nasabah tersebut dalam melakukan transaksi perbankan. Keberhasilan dalam memahami nasabah menjadi kunci sukses dalam mendapatkan nasabah baru maupun untuk

mempertahankan kesetiaan nasabah. Dalam dunia perbankan saat ini, *M-Banking* merupakan salah satu *delivery channel* untuk melakukan transaksi perbankan, seperti: transfer uang, mengetahui saldo, membayar tagihan, hingga membeli pulsa (*top up voucher*). Dengan adanya sarana bertransaksi tersebut, memungkinkan nasabah dilayani 24 jam tanpa henti. Akses dapat dilakukan dari berbagai lokasi, selama lokasi tersebut masuk dalam jangkauan layanan *GSM/CDMA*. *M-Banking* sebagai *CRM channel* dapat menjembatani komunikasi antara nasabah dan bank; memberikan kemudahan untuk berinteraksi langsung melalui media yang mudah digunakan (*user friendly*), mudah didapat, secara harga relatif terjangkau, dan paling banyak digunakan/diminati oleh nasabah. Fenomena ini mendorong Bank mengimplementasikan *Mobile Banking* sebagai salah satu fitur *e-channel* yang diandalkan, dengan slogan “*Layanan perbankan dalam genggamannya*”. (Budiardjo, 2009)

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) dalam Tirtana dan Shinta Permata Sari (2014). Perbedaan mendasar antara TRA dan TAM adalah penempatan sikap-sikap dari TRA. TAM memperkenalkan dua variabel kunci, yaitu *perceived usefulness* (persepsi kebermanfaatannya) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) yang memiliki relevansi untuk memprediksi sikap penerimaan pengguna terhadap teknologi (Acceptance of IT). Dalam hal ini TAM menawarkan suatu penjelasan yang kuat dan sederhana untuk penerimaan teknologi dan perilaku para penggunanya (Hanafi et al, 2013).

Penelitian mengenai pengaruh persepsi risiko, kemudahan, kegunaan, dan kepercayaan terhadap sikap dalam penggunaan mobile banking ini terkait dengan beberapa penelitian terdahulu diantaranya, Tirtana dan Sari (2014), Mubiyantoro dan Syaefullah (2013), Farizi dan Syaefullah (2013), Santosa (2016), Fitriana (2015), Agustina (2015). Penelitian ini penting untuk diteliti yang bertujuan untuk menguji dan menganalisis adanya pengaruh persepsi

risiko, kemudahan, kegunaan dan kepercayaan terhadap sikap dalam penggunaan *mobile banking*.

2. METODE

2.1 Desain Penelitian

Desain penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan melakukan uji hipotesis. Data yang digunakan adalah data primer dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data pokok yang disebar pada nasabah yang menggunakan mobile banking. Objek penelitian yang diteliti adalah nasabah Bank BRI, Bank Mandiri dan Bank BNI Solo yang menggunakan mobile banking.

2.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang menggunakan mobile banking pada Bank BRI, Bank Mandiri dan Bank BNI yang terdapat di kota solo. Dalam penelitian ini peneliti tidak dapat menentukan besarnya populasi yang akan diteliti secara pasti dikarenakan tidak terdapat data yang relevan dan juga alasan bank tidak memperbolehkan karena data nasabah juga termasuk rahasia bank. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *convenience sampling* yaitu teknik penentuan sampel yang mudah, peneliti bebas memilih siapa saja yang mereka temui dan cocok dijadikan sampel (Cooper dan Emory, 2008) dan bersedia untuk dijadikan responden penelitian. Jumlah sampel minimal yang digunakan ditentukan dengan rumus berikut yang dikembangkan oleh Kurniawan (2014) :

$$n = \frac{Z^2 \alpha/2}{4e^2}$$
$$n = \frac{1,96^2}{4(0,10)^2}$$
$$= 96,04$$

Keterangan : n : Jumlah sampel

Z : tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 95%, Pada penentuan ini Z pada $\alpha = 0,5$ adalah 1,96

e : tingkat kesalahan yang dapat ditoleransi, ditentukan sebesar 10%

Berdasarkan perhitungan yang diperoleh diatas, maka jumlah sampel yang diteliti adalah sebesar 96,04 responden. Untuk memudahkan dalam melakukan penelitian, maka ditetapkan jumlah sebanyak 100 responden yang digunakan sebagai sampel.

2.3 Data dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini merupakan data primer, dimana diperoleh dari menyebarkan kuisisioner yang berisikan beberapa pertanyaan. Kuisisioner-kuisisioner tersebut ditujukan kepada nasabah Bank BRI, Bank Mandiri dan Bank BNI yang menggunakan *mobile banking*.

2.4 Metode Analisis Data

a. Uji Kualitas Data

Uji kualitas data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas.

b. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan Uji Heteroskedastisitas.

c. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Model regresi yang digunakan dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$SK = \alpha + \beta_1PR + \beta_2PM + \beta_3PG + \beta_4KP + e$$

Keterangan :

SK = Sikap penggunaan mobile banking

- α = Konstanta
- PR = persepsi risiko
- PM = kemudahan
- PG = kegunaan
- KP = Kepercayaan
- β_1 - β_4 = koefisien
- e = error

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk membuktikan hipotesis penelitian yang menyatakan terdapat pengaruh dari variabel persepsi risiko, persepsi kemudahan, persepsi kegunaan dan kepercayaan terhadap sikap dalam penggunaan *mobile banking*. Dapat ditunjukkan hasil rangkuman analisis regresi linear berganda seperti pada tabel berikut:

Tabel IV.18
Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	t_{hitung}	Sig
Konstan	1,942	1,367	0,175
Persepsi Risiko	-0,026	-0,356	0,722
Persepsi Kemudahan	0,252	3,603	0,001
Persepsi Kegunaan	0,198	2,416	0,018
Kepercayaan	0,175	2,923	0,004

Sumber: Data primer diolah, 2016

Pada penelitian ini menggunakan model persamaan regresi linier berganda yaitu:

$$SK = 1,942 - 0,026PR + 0,252PK + 0,198PG + 0,175KP + e$$

Dengan menggunakan hasil persamaan tersebut, hasil regresi dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta untuk persamaan regresi adalah 1,942. Hal ini menunjukkan bahwa jika persepsi risiko, persepsi kemudahan,

- persepsi kegunaan dan kepercayaan dianggap konstan maka besarnya sikap dalam penggunaan *mobile banking* akan meningkat.
- 2) Koefisien regresi persepsi risiko sebesar -0,026. Hal ini menunjukkan setiap terjadi kenaikan terhadap persepsi risiko maka sikap dalam penggunaan *mobile banking* semakin menurun, apabila persepsi resiko menurun maka sikap dalam penggunaan *mobile banking* akan meningkat.
 - 3) Koefisien regresi persepsi kemudahan sebesar 0,252. Hal ini menunjukkan jika setiap kemudahan semakin baik maka sikap dalam menggunakan *mobile banking* semakin meningkat.
 - 4) Koefisien regresi persepsi kegunaan sebesar 0,198. Hal ini menunjukkan jika setiap kegunaan semakin baik maka sikap dalam penggunaan *mobile banking* semakin meningkat.
 - 5) Koefisien regresi kepercayaan sebesar 0,175. Hal ini menunjukkan jika setiap kepercayaan semakin baik maka sikap dalam penggunaan *mobile banking* semakin meningkat.

Tabel IV.19
Uji Simultan (Uji F)

Nilai F_{Hitung}	Nilai F_{Tabel}	Signifikansi
18,292	2,48	0,000

Sumber : Data primer diolah, 2016

Hasil pengujian hipotesis secara serentak diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $18,292 > F_{tabel}$ sebesar 2,48 dengan nilai signifikan $0,000 < \alpha = 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi risiko, persepsi kemudahan, persepsi kegunaan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap sikap dalam penggunaan *mobile banking*. Hal ini juga bisa diartikan bahwa model regresi yang digunakan sudah sesuai (*model fit*) dengan datanya.

Tabel IV.20
Uji Koefisien Determinasi

Model	Koefisien
<i>Adjusted R Square</i>	0,437

Sumber : Data primer diolah, 2016

Hasil pengujian koefisien determinasi (*adjusted R²*) mengindikasikan bahwa nilai *Adjusted R²* sebesar 0,437. Hasil pengujian ini mengindikasikan bahwa variabel independen dalam penelitian ini yang terdiri dari persepsi risiko, persepsi kemudahan, persepsi kegunaan dan kepercayaan mampu menjelaskan variabilitas variabel dependen yaitu sikap dalam penggunaan *mobile banking* sebesar 43,7%. Sementara itu, sisanya sebesar 56,3% dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

Tabel IV.21
Uji Hipotesis (Uji t)

Variabel	<i>t_{hitung}</i>	<i>t_{tabel}</i>	Sig
Persepsi Risiko	-0,356	1,988	0,722
Persepsi Kemudahan	3,603	1,988	0,001
Persepsi Kegunaan	2,416	1,988	0,018
Kepercayaan	2,923	1,988	0,004

Sumber: Data primer diolah, 2016

- 1) Pengujian Persepsi Risiko terhadap Sikap dalam Penggunaan *Mobile Banking*

Hasil pengujian statistik uji t untuk variabel persepsi risiko diperoleh *t_{hitung}* sebesar $-0,356 < t_{tabel}$ sebesar $-1,988$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,722 > p\text{-value}$ sebesar 0,05, maka hipotesis **H₁ ditolak**. Hal tersebut berarti persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap sikap dalam penggunaan *mobile banking*. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan persepsi risiko berpengaruh terhadap sikap dalam penggunaan *mobile banking* adalah **tidak terbukti**.

2) Pengujian Persepsi Kemudahan terhadap Sikap dalam Penggunaan *Mobile Banking*

Hasil pengujian statistik uji t untuk variabel persepsi kemudahan diperoleh t_{hitung} sebesar $3,603 > t_{tabel}$ sebesar $1,988$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,001 < p-value$ sebesar $0,05$, maka hipotesis **H₂ diterima**. Hal tersebut berarti persepsi kemudahan berpengaruh terhadap sikap dalam penggunaan *mobile banking*. Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan persepsi kemudahan berpengaruh terhadap sikap dalam penggunaan *mobile banking* adalah **terbukti**.

3) Pengujian Persepsi Kegunaan terhadap Sikap dalam Penggunaan *Mobile Banking*

Hasil pengujian statistik uji t untuk variabel persepsi kegunaan diperoleh t_{hitung} sebesar $2,416 > t_{tabel}$ sebesar $1,988$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,018 < p-value$ sebesar $0,05$, maka hipotesis **H₃ diterima**. Hal tersebut berarti persepsi kegunaan berpengaruh terhadap sikap dalam penggunaan *mobile banking*. Dengan demikian hipotesis ketiga yang menyatakan persepsi kegunaan berpengaruh terhadap sikap dalam penggunaan *mobile banking* adalah **terbukti**.

4) Pengujian Kepercayaan terhadap Sikap dalam Penggunaan *Mobile Banking*

Hasil pengujian statistik uji t untuk variabel kepercayaan diperoleh t_{hitung} sebesar $2,923 > t_{tabel}$ sebesar $2,045$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,004 < p-value$ sebesar $0,05$, maka hipotesis **H₄ diterima**. Hal tersebut berarti kepercayaan berpengaruh terhadap sikap dalam penggunaan *mobile banking*. Dengan demikian hipotesis keempat yang menyatakan kepercayaan berpengaruh terhadap sikap dalam penggunaan *mobile banking* adalah **terbukti**.

3.1 PEMBAHASAN

1. Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Sikap dalam Penggunaan *Mobile Banking*

Berdasarkan hasil analisis , variabel persepsi risiko memiliki tingkat signifikansi $> p\text{-value } 0,05$ yaitu sebesar 0,722. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi risiko tidak memiliki pengaruh terhadap sikap dalam penggunaan mobile banking. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, persepsi risiko dipandang sebagai ketidakpastian yang dihubungkan dengan hasil dari suatu keputusan, sehingga rasa ketidakpastian yang dialami oleh pengguna tersebut saat memutuskan untuk melakukan transaksi melalui mobile banking, karena persepsi risiko hanya sebagai pembantu dalam membentuk sikap konsumen dibandingkan minat mereka. Risiko yang dapat dihadapi oleh pengguna transaksi online adalah risiko keamanan bertransaksi dan kepastian terhadap barang yang dipesannya. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mubiyantoro (2013).

2. Pengaruh Kemudahan terhadap Sikap dalam Penggunaan *Mobile Banking*

Berdasarkan hasil analisis , variabel persepsi kemudahan memiliki tingkat signifikansi $< p\text{-value } 0,05$ yaitu sebesar 0,001. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap sikap dalam penggunaan mobile banking. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, 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 aplikasi mobile banking mudah dipelajari, mudah digunakan, jelas dan dapat dipahami serta membuat mereka semakin terampil, sehingga mereka akan menggunakannya secara kontinyu. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2015), sama halnya penelitian yang dilakukan oleh Santosa (2016) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap sikap dalam penggunaan mobile banking.

3. Pengaruh Kegunaan terhadap Sikap dalam Penggunaan *Mobile Banking*

Berdasarkan hasil analisis , variabel persepsi kegunaan memiliki tingkat signifikansi $< p\text{-value } 0,05$ yaitu sebesar 0,018. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh terhadap sikap dalam penggunaan mobile banking. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, persepsi nasabah mengenai kegunaan dari mobile banking yang semakin tinggi, maka akan meningkatkan penggunaan mobile banking sebagai media bagi nasabah untuk melakukan transaksi perbankan. Nasabah yang telah merasakan bahwa kegunaan mobile banking mampu meningkatkan kinerja, menambah tingkat produktifitas, meningkatkan efektifitas kinerja, sehingga dapat dikatakan bahwa secara keseluruhan mobile banking merupakan sistem yang bermanfaat bagi nasabah akan mendorong nasabah untuk meningkatkan penggunaan mobile banking. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Santosa (2016), sama halnya penelitian yang dilakukan Agustina (2015) yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh terhadap sikap dalam penggunaan mobile banking.

4. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Sikap Dalam Penggunaan *Mobile Banking*

Berdasarkan hasil analisis , variabel kepercayaan memiliki tingkat signifikansi $< p\text{-value } 0,05$ yaitu sebesar 0,004. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap sikap dalam penggunaan mobile banking. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, penggunaan mobile banking akan meningkatkan produktivitas dan kinerja nasabah apabila nasabah tersebut memiliki kesediaan untuk melakukan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa bank akan melakukan tindakan sesuai dengan yang diharapkan. 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. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Santosa (2016), sama halnya penelitian yang dilakukan

Agustina (2015) dan Amanullah (2014) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap sikap dalam penggunaan mobile banking.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi risiko tidak mempunyai pengaruh terhadap sikap dalam penggunaan *mobile banking*. Hal ini terbukti dari hasil taraf signifikansi adalah 0,722 lebih besar dari 0,05.
2. Persepsi kemudahan mempunyai pengaruh terhadap sikap dalam penggunaan *mobile banking*. Hal ini terbukti dari hasil taraf signifikansi adalah 0,001 lebih kecil dari 0,05.
3. Persepsi kegunaan mempunyai pengaruh terhadap sikap dalam penggunaan *mobile banking*. Hal ini terbukti dari hasil taraf signifikansi adalah 0,018 lebih kecil dari 0,05.
4. Kepercayaan mempunyai pengaruh terhadap sikap dalam penggunaan *mobile banking*. Hal ini terbukti dari hasil taraf signifikansi adalah 0,004 lebih kecil dari 0,05.

5. SARAN

Berdasarkan keterbatasan dan kelemahan yang ada dalam penelitian ini, maka dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Sampel (responden) dalam penelitian ini sangat terbatas karena jumlah dan lingkup area tidak begitu luas sehingga relatif tidak bisa digeneralisasi untuk populasi yang lebih luas selain pada nasabah Bank BRI, Bank Mandiri dan Bank BNI yang menggunakan *mobile banking*. Penelitian mendatang diharapkan dapat menggunakan sampel secara lebih luas agar diperoleh hasil penelitian yang lebih baik, lebih bisa digeneralisasi, bisa memberikan gambaran yang lebih riil tentang sikap dalam penggunaan *mobile banking*.

2. Bagi penelitian mendatang hendaknya dapat menambah variabel-variabel lain yang mempengaruhi sikap dalam penggunaan *mobile banking* selain variabel yang digunakan agar hasilnya dapat terdefinisi dengan lebih sempurna, atau bisa juga menambahkan variabel *moderating* atau *intervening*.
3. Diperlukan pendekatan kualitatif untuk memperkuat kesimpulan karena instrumen penelitian rentan terhadap persepsi responden yang tidak menggambarkan keadaan yang sebenarnya dalam diri masing-masing. Pendekatan ini bisa dilakukan dengan observasi atau pengamatan langsung ke dalam obyek dilengkapi dengan wawancara atau pertanyaan lisan yang dijadikan lokasi penelitian.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Enta, 2015, " *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Sikap Pengguna Internet Banking (Studi Pada Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Kediri)*," Jurnal ilmiah mahasiswa FEB Universitas Brawijaya Malang , vol 3 No 2.
- Amanullah, Bastian, 2014, " *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan Terhadap Sikap Positif BCA (Survey Pada Nasabah Bank BCA Semarang)* Skripsi Universitas Diponegoro
- Budiardjo, Eko K. Dan Dewi Aprillovi, 2009, " *Mobile Banking: A Customer Relationship Management (CRM) Channel*," ISSN: 1979-2328
- Davis, F.D., 1989. *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. MS Quarterly (online), Vol. 13 Iss. 3, pg. 319 - 340.
- Davis, F.D., 1989. " *User Acceptance Of Computer Technology : A Comparison Of Two Theoretical Models*,". MS , Vol. 35, No. 8
- Farizi, Hadyan dan Syaefullah, MM, Akt. 2013. " *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko, dan Kepercayaan terhadap Minat menggunakan Internet Banking* ". Jurnal Akuntansi Universitas Brawijaya Malang
- Fitriana, Ana, 2015, " *Analisis TAM Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Menggunakan Layanan Internet Banking BCA* ", Journal, Vol.7 No.3

- Ghozali, Imam. 2011. *“Analisis Multivariate dengan SPSS”*, Semarang UNDIP
- Hadi,syamsul dan Novi, 2015,”*Faktor- faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking*”, jurnal optimum vol 5, no 1
- Hapsara , Radityo febri, 2015, *“Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi pada nasabah Bank BRI Kantor Cabang Solo Kartasura)”* skripsi universitas muhammadiyah surakarta.
- Hanafi, Habib, Kertahadi,dan Heru Susilo,2013,” *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan Website UB Terhadap Sikap Pengguna Dengan Pendekatan TAM* (Survei pada Anggota Website www.ub.ac.id Mahasiswa FIA Bisnis dan Publik TA 2011-2012 Universitas Brawijaya Malang)
- Irmadhani dan Nugroho, Mahendra Adhi. 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, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, Vol 1, No 3 (2012).
- 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.
- Koufaris, Marios. 2002. *"Applying the Technology Acceptance Model and Flow Theory to Online Consumer Behavior"*, Information Systems Research, Volume forthcoming, 2002.
- Kurniawan, David. Samuel, Prof.Dr. Hatane, dan Edwin Japarianto, S.E., M.M.,2013, *“ Analisis Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Mobile Banking dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model dan Theory Of Reasoned Action”*, jurnal manajemen pemasaran Vol. 1, No. 1, (2013) 1-13
- Kurniawan, Albert. 2014. *“ Metode Riset Untuk Ekonomi Dan Bisnis Teori,Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)”* ,Penerbit Alfabeta Bandung
- Mahendra, Thatit, 2014, ” *Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Pendekatan Modified Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB)*,” Jurnal ilmiah mahasiswa FEB Universitas Brawijaya Malang , vol 2 No 2.

- Mayasari, feronica, Elisabeth Pentti Kurniawati, dan Paskah Ika Nugroho, 2011, “*Anteseden dan Konsekuen Sikap Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) (Survey Pada Pengguna KlikBCA)*”, Seminar Nasional Teknologi Informasi & Komunikasi Terapan 2011 (Semantik 2011) ISBN 979-26-0255-0
- Mubiyantoro, Ari dan syaefullah, 2013,” *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kesesuaian, dan Persepsi Risiko Terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking (Studi Kasus di Bank Kota Malang)*,” Jurnal Akuntansi 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. Volume 7(3), pp. 69–103.
- Praptasany, Agus Yan, Elva Nuraina dan Purweni Widhianningrum, 2015,”*Pengaruh Kualitas Layanan SMS Banking Terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Madiun*”, Jurnal Akuntansi dan Pendidikan, Vol.4 No.1,
- Pratiwi, Devvy Pisehila, 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 Ekonomi Perbanas Surabaya.
- Santosa, Bobby Kurniawan, 2016,” *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Persepsi Kenyamanan, dan Persepsi Kecocokan Terhadap Sikap Pengguna Internet Banking*,” Jurnal akuntansi universitas Brawijaya Malang.
- Sulistiyarini, Suci, 2013,”*Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory Of Planned Behavior (TPB)*,” Jurnal ilmiah mahasiswa FEB Universitas Brawijaya Malang , vol 1 No 2.
- Tirtana, Irwan dan Sari, Shinta Permata. 2014. “ *Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan terhadap Penggunaan Mobile Banking*”. Seminar Nasional dan Call For Paper Program Studi Akuntansi FEB-UMS. ISBN : 978-602-70429-2-6.
- Wibowo, A., 2007, *Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*, Skripsi, Universitas Budi Luh