

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN SISTEM DAN PERSEPSI KENYAMANAN TERHADAP SIKAP POSITIF NASABAH BANK BNI CABANG ENDE DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN MOBILE**

Oleh

- 1) Maria Yulita Arima Soo  
Mahasiswa Program Studi Akuntansi  
*e-mail:* [yulitasoo546@gmail.com](mailto:yulitasoo546@gmail.com)
- 2) Apriana Merselina  
Dosen Program Studi Akuntansi  
*e-mail:* [aprilradja82@gmail.com](mailto:aprilradja82@gmail.com)
- 3) Sesilianus Kapa  
Dosen Program Studi Akuntansi  
*e-mail:*

***Abstract***

*This study aims to determine: (1) the effect of perceptions of the ease of the system on the positive attitude of customers in using mobile banking BNI Ende Branch Bank. (2) the effect of perceived comfort on the positive attitude of customers in using BNI BNI Bank Ende mobile banking. (3) the effect of perceived ease of system and perceived comfort together on the positive attitude of customers in using BNI BNI Bank Ende Branch mobile banking.*

*The population in this study are customers of Bank BNI Ende Branch who use mobile banking or at least know information about the service. The sample selection uses a purposive sampling method. The number of research samples were 90 respondents of Bank BNI Branch Ende. The method used is a quantitative research method. This study uses primary data, questionnaires and secondary data, articles and journals. In this study using descriptive statistics, data quality tests, classic assumption tests, multiple regression analysis, and hypothesis testing and analyzed using the SPSS 24 application.*

*The results showed that the effect of perceived ease of system significantly influenced customers 'positive attitudes in using mobile banking, perceived comfort significantly influenced customers' positive attitudes in using mobile banking, perceived ease of system and perceived convenience both influenced customer positive attitudes in using mobile banking. .*

*Keywords: Perception of Ease of System, Perception of Convenience, Positive Attitude of Customers in Using Mobile Banking*

## 1. Pendahuluan

Di era modernisasi saat ini perkembangan teknologi akan berjalan dengan adanya kemajuan ilmu pengetahuan. Inovasi yang diciptakan untuk memberikan manfaat yang positif bagi kehidupan manusia, setiap masyarakat sudah banyak merasakan manfaat teknologi yang berkembang pesat pada akhir-akhir ini. Namun demikian, awal diciptakan teknologi guna untuk pemanfaatan hal-hal positif, tetapi disisi lain ada juga yang memanfaatkan teknologi dengan hal-hal yang negatif. (Windiastuti, 2010) Masyarakat sangat antusias dengan perkembangan teknologi, hal ini dapat dibuktikan dengan adanya jual beli *online*.

Lembaga perbankan tidak akan berjalan tanpa adanya nasabah. Nasabah juga memiliki berbagai pertimbangan untuk memilih layanan yang telah disediakan oleh perbankan, seorang nasabah pasti akan memilih layanan yang mudah dan praktis. Penerapan strategi pemasaran pada perbankan dapat mempengaruhi para nasabah untuk menggunakan layanan *online banking* yang berbentuk *mobile banking*. Keputusan seorang nasabah juga bisa dipengaruhi dengan adanya informasi-informasi yang di dapat. Pada dasarnya jika suatu layanan atau kegiatan yang dapat memberikan kemanfaatan bagi nasabah otomatis nasabah akan merespon dengan baik.

Bank BNI merupakan salah satu dari ke 4 bank yang masuk dalam 100 *top website* Indonesia versi *alexa.com* (layanan peringkat situs) diantaranya adalah bank Mandiri, BCA, BRI dan BNI. Total pertumbuhan pengguna SMS/*mobile banking* dari 4 Bank yaitu Bank Mandiri sebanyak 6,6 juta nasabah ([www.bankmandiri.co.id](http://www.bankmandiri.co.id)), Bank BCA sebanyak 5,2 juta nasabah ([www.klikbca.com](http://www.klikbca.com)), Bank BNI sebanyak 3,25 juta nasabah ([www.bni.co.id](http://www.bni.co.id)), Bank BRI 4,8 juta nasabah. dari total diatas dapat disimpulkan Bank Mandiri paling besar dalam presentase yaitu 41,8% dengan 6,6 juta nasabah yang menggunakan *Mobile Banking* Bank Mandiri. Untuk jumlah pengguna yang relatif lebih kecil dari total seluruh adalah Bank BNI yaitu dengan jumlah 3,25 juta dalam persentase 21,7 juta pengguna. Bank BNI cabang Ende merupakan salah satu lembaga yang bergerak di bidang jasa perbankan dan juga menyediakan fasilitas layanan *mobile banking* bagi para nasabahnya.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Ibu Benedikta A Napa, salah satu *Customer Service* menyatakan bahwa layanan *mobile banking* diadakan karena bank BNI ingin memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabahnya agar dapat

memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi. Bank BNI terus mengoptimalkan sistem pada layanan *mobile banking* dengan menambah fitur-fitur yang lebih memudahkan nasabah untuk bertransaksi. Walaupun demikian pada kenyataan layanan ini jarang digunakan oleh nasabah dan cenderung kurang diminati. Nasabah lebih senang melakukan transaksi via ATM atau dengan mengantri di bank. Hal tersebut dikarenakan nasabah kurang memahami dalam mengoperasikan menu-menu yang terdapat disistem tersebut atau nasabah tidak merasa nyaman dalam menggunakan layanan tersebut.

Rencana pemecahan masalah dalam penelitian ini adalah apakah persepsi kemudahan sistem dan persepsi kenyamanan berpengaruh terhadap sikap positif nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi kenyamanan terhadap sikap positif nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

## **2. Kajian Pustaka**

### **2.1 Mobile Banking**

Windiastruti, (2010) *Mobile banking* merupakan salah satu layanan perbankan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui telepon selular dengan menggunakan menu yang sudah tersedia di *Subscriber Identity Module Card (SIM Card)* atau biasa dikenal dengan Menu Layanan Data atau *SIM Toolkit*. *Mobile banking* menyediakan fasilitas yang hampir sama dengan ATM, yaitu transfer dana, informasi saldo, mutasi rekening, informasi nilai tukar, pembayaran (kartu kredit, PLN, telepon, handphone, asuransi), pembelian pulsa (pulsa isi ulang, saham), kecuali penarikan tunai.

Dengan adanya *mobile banking*, pihak perbankan berusaha mempermudah akses para nasabahnya dalam melakukan transaksi. Nasabah yang telah memiliki layanan *mobile banking* tentu saja tidak perlu pergi ke ATM atau kantor cabang bank karena dengan *mobile banking* nasabah dapat langsung bertransaksi perbankan melalui ponsel setiap saat, kapan saja dan dimana saja.

*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 di mana 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.

## **2.2 Sikap Positif Penggunaan Layanan *Mobile Banking***

Sikap merupakan respon seseorang (perasaan suka atau tidak suka) terhadap suatu objek. Sedangkan, sikap konsumen merupakan respon seseorang terhadap suatu objek tertentu yang menggambarkan perasaan suka atau tidak suka, misalnya bagaimana sikap konsumen terhadap suatu produk, bagaimana sikap konsumen terhadap merk atau brand suatu produk.

## **2.3 Persepsi Kemudahan Sistem**

Menurut Davis (2010) mendefinisikan kemudahan penggunaan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami. Sedangkan menurut Adam et al. (2009), bahwa intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna (*user*) dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Suatu sistem yang sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya. Kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga), para nasabah dalam mempelajari seluk beluk bertransaksi via *internet banking* atau *mobile banking*. Kemudahan penggunaan juga memberikan indikasi bahwa para pengguna sistem informasi bekerja lebih mudah dibandingkan dengan yang bekerja tanpa menggunakan sistem informasi.

## **2.4 Persepsi Kenyamanan**

Menurut Davis (2009) persepsi kenyamanan adalah dimana individu mempercayai bahwa kegiatan penggunaan sistem menganggap menyenangkan baginya dan menggunakan sebuah sistem termasuk konsekuensi kinerja yang disebabkan karena penggunaan sistem. Apabila menggunakan sistem dirasa menyenangkan maka para pemakai akan termotivasi untuk menggunakannya dan munculnya asumsi persepsi kenyamanan akan berpengaruh positif pada

penggunaan sistem. Seorang nasabah menggunakan sistem yang baru jika dia merasakan nyaman dengan sistem tersebut.

### 3. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini deskriptif kuantitatif. Lokasi penelitian ini dilakukan di Bank BNI Cabang Ende yang beralamat di Jln. Gatot Subroto No. 5 Ende Flores, Kelurahan Potulando, Kecamatan Ende Tengah, Kabupaten Ende, Provinsi Nusa Tenggara Timur. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner. Metode analisis data yang dipakai statistik deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji hipotesis.

### 4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

#### 4.1 Analisis Regresi Berganda

Untuk menguji pengaruh persepsi kemudahan sistem dan persepsi kenyamanan terhadap sikap positif nasabah dalam menggunakan mobile banking dilakukan analisis regresi linier berganda. Persamaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$

**Tabel 4.1**  
**Regresi Linier Berganda (X1, X2 terhadap Y)**

Variabel Independen	Koefisien Regresi	t <sub>hitung</sub>	Sign t
Konstanta	7,710		
Persepsi Kemudahan Sistem	0,397	4,552	0,000
Persepsi Kenyamanan	0,449	4,133	0,000

Sumber: Data Olahan Peneliti 2019

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linier berganda yang ditunjukkan tabel diatas, maka persamaan garis regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = 7,710 + 0,397X_1 + 0,449X_2$$

Dari persamaan tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 7,710 mengindikasikan bahwa jika variabel independen (persepsi kemudahan sistem dan persepsi kenyamanan) dalam keadaan tetap maka

variabel sikap positif nasabah dalam menggunakan *mobile banking* akan terjadi sebesar 7,710.

2. Koefisien regresi variabel persepsi kemudahan sistem ( $X_1$ ) sebesar 0,397, berarti jika variabel persepsi kemudahan sistem meningkat sebesar satu satuan maka variabel sikap positif nasabah dalam menggunakan *mobile banking* meningkat sebesar 0,397.
3. Koefisien regresi variabel persepsi kenyamanan ( $X_2$ ) sebesar 0,449, berarti jika variabel persepsi kenyamanan meningkat sebesar satu satuan maka variabel sikap positif nasabah dalam menggunakan *mobile banking* meningkat sebesar 0,449.

#### 4.2 Uji Parsial atau uji t

##### 1. Hipotesis 1

Nilai koefisien regresi variabel persepsi kemudahan sistem sebesar 0,397 dengan nilai t hitung  $4,552 > 1,988$  dan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan variabel persepsi kemudahan sistem berpengaruh signifikan terhadap variabel sikap positif nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anik Susanti (2015) dengan hasil menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kemudahan Sistem berpengaruh signifikan terhadap sikap positif nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

Hasil penelitian ini juga bertolak belakang dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Devvy Pishelia (2012) yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan sistem tidak berpengaruh terhadap sikap positif nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

##### 2. Hipotesis 2

Nilai koefisien regresi variabel persepsi kenyamanan sebesar 0,449 dengan nilai t hitung  $4,133 > 1,988$  dan tingkat signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan variabel persepsi kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap variabel sikap positif nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mia Ulfatun (2018) dan Bstian Amanullah (2013) dengan hasil menunjukkan bahwa

variabel kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap sikap positif nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

Hasil penelitian ini juga bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Serly Rakhmawati (2013) yang menunjukkan hasil bahwa kenyamanan tidak berpengaruh terhadap sikap positif nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

#### 4.3 Uji F atau Uji Simultan

**Tabel 4. 2**  
**Uji F atau Simultan**

<b>F hitung</b>	<b>F tabel</b>	<b>Signifikan</b>
57,072	3,10	0,000

*Sumber: Data Olahan Peneliti 2019*

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 57,072 dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan  $F_{tabel}$  sebesar 3,10 dengan demikian  $F_{hitung}$  lebih besar  $F_{tabel}$  dan tingkat signifikan nya  $0,000 < \alpha = 0,05$ , artinya *secara* bersama-sama atau secara simultan variabel persepsi kemudahan sistem dan persepsi kenyamanan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel sikap positif nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Mia Ulfatun Nadilifah (2018) dengan hasil menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan sistem dan kenyamanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap sikap positif nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

#### 4.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya presentasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

**Tabel 4.3**  
**Koefisien Determinasi**

<b>R Square</b>	<b>Adjusted R Square</b>
0,567	0,558

*Sumber: Data Olahan Peneliti 2019*

Nilai adjusted  $R^2$  sebesar 0,558 atau 55,8% yang berarti bahwa variabel sikap positif nasabah dalam menggunakan *mobile banking* dipengaruhi oleh variabel persepsi kemudahan sistem dan persepsi kenyamanan sebesar 55,8%. Sedangkan sisanya 44,2% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

## 5. Kesimpulan dan Saran

### 5.1 Kesimpulan

1. Nilai koefisien regresi variabel persepsi kemudahan sistem sebesar 0,397 dengan nilai  $t$  hitung  $4,552 > 1,988$  dan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan variabel persepsi kemudahan sistem berpengaruh signifikan terhadap variabel sikap positif nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.
2. Nilai koefisien regresi variabel persepsi kenyamanan sebesar 0,449 dengan nilai  $t_{hitung}$   $4,133 > 1,988$  dan tingkat signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan variabel persepsi kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap variabel sikap positif nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.
3. Hasil analisis diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 57,072 dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan  $F$  tabel sebesar 3,10 dengan demikian  $F_{hitung}$  lebih besar  $F_{tabel}$  dan tingkat signifikan nya  $0,000 < \alpha = 0,05$ , artinya *secara* bersama-sama atau secara simultan variabel persepsi kemudahan sistem dan persepsi kenyamanan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel sikap positif nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

### 5.2 Saran

1. Bagi Bank BNI Cabang Ende

Mengacu pada hasil penelitian ini, diketahui bahwa persepsi kemudahan sistem, dan persepsi kenyamanan berpengaruh terhadap sikap positif nasabah. Maka pihak perbankan BNI diharapkan dapat meningkatkan kemudahan sistem agar nasabah semakin tertarik dengan layanan *mobile banking*. Contohnya dengan memberikan cara yang lebih mudah lagi dalam melakukan transaksi tanpa harus memilih beberapa pilihan dalam fitur yang ada juga tanpa nasabah memasukan nomor ponsel yang digunakan saat aktivitas ulang.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dan diharapkan menambah variabel-variabel yang berkaitan dengan penggunaan *mobile banking*. Misalnya variabel resiko, keamanan, kepercayaan, kualitas layanan dan manfaat.

**Daftar Pustaka**

- Adi Prasetya Oktabriantono (2017). *Penelitian Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Penggunaan E-Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha*. Jurnal Akuntansi program S1 (vol:8 No:2 )
- Amanullah, Bastian.2016 *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, dan Kepercayaan terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking*. skripsi—undip. semarang
- Amanullah, Bastian. 2013. *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.
- Dewi, 2017. *Persepsi kemudahan peggunaan*. Andi Jogjakarta
- Devvy Pishela Pratiwi. (2012). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan sistem terhadap perilaku Penggunaan Mobile Banking dengan Dimensi Niat Penggunaan Mobile Banking Nasabah Bank BCA di Surabaya*.
- Engle et al (2009:7) *Perilaku Konsumen*. Selemba empat . Jakarta
- Ghozali, (2013:47). *Uji reliabilitas menggunakan uji cronbach's alpha*, Jakarta
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keprilakuan*.: Cv. AndiYogyakarta
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller.2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. : Erlangga. Jakarta
- Kotler, Philip dan G Armstrong.2014:51. *Prinsip-Prinsip Pemasaran edisi kedelapan*.: Erlangga Jakarta
- Kotler dan Keller Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13: Erlangga Jakarta
- Kriestian dan Tanggulangan 2010. *Sikap Berdasarkan Karakter*, Andi Yogyakarta

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN SISTEM DAN PERSEPSI KENYAMANAN TERHADAP SIKAP POSITIF NASABAH BANK BNI CABANG ENDE MENGGUNAKAN LAYANAN MOBILE** - Maria Yulita Arima Soo, Apriana Marselina, Sesilianus Kapa

- Mia Ulfatun Nadlifah (2018). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Sistem dan Persepsi Kenyamanan terhadap Sikap Positif Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UINSA Angkatan 2014-2016 dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Nurastuti, Wiji. 2011. *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu. Philip.
- Pikkarainen Et Al (2011:204). *Mobile Banking Adalah Sistem yang Menggunakan Teknologi Untuk Melakukan Transaksi*. Edisi keenam : Erlangga. Jakarta
- ReipitaSari (2013). *Dampak negative Dalam berkomunikasi*. Jogjakarta
- 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
- Sherly Rakhmawati (2013). *Pengaruh Kepercayaan, persepsi Kegunaan , Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kenyamanan terhadap minat penggunaan sistem Internet Banking*. Bang Muamalat Medium.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Windiastuti, (2010). *Perkembangan teknologi*. Edisi 1. Andi. Yogyakarta
- WijiNuryastuti. (2011:22). *Badan Usaha Bank*. Bumi Aksara. Jakarta