

# EXPLORING THE USE OF MOBILE BANKING: A TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL APPROACH

## EKSPLORASI PENGGUNAAN *MOBILE BANKING*: PENDEKATAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL*

Aviana Nur Aieni  
Anissa Hakim Purwantini

Email: anissa.hakim@ummgl.ac.id  
Universitas Muhammadiyah Magelang  
Jalan Tidar 21 Magelang

### ABSTRACT

The objective of this study is investigate the effect of perceived usefulness, perceived ease of use, trust, security, and risk on the use of mobile banking based on Technology Acceptance Model. A questionnaire survey method is used to collect data. There were 119 respondents of students in the Faculty of Economics and Business in University Muhammadiyah of Magelang, with purposive sampling method used in this study. The results of this study showed that the percentage of variables perceived usefulness, perceived ease of use, trust, security, and risks can explain the use of mobile banking by 7.4%. Results showed that perceived usefulness, perceived ease of use, trust and risks had no significant effect on use of mobile banking. Empirical results indicate that security is an important factor to affect mobile banking usage. The implications, limitations, and discussions are provided.

Keywords: Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Belief, Security, Risk, Use of Mobile Banking

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan, kepercayaan, keamanan, dan risiko terhadap penggunaan *mobile banking* dengan mendasarkan pada konsep *Technology Acceptance Model*. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik survei dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada responden. Sampel dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang sebanyak 119 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan, kepercayaan, keamanan, dan resiko mampu menjelaskan variasi penggunaan *mobile banking* sebesar 7,4% sedangkan sisanya merupakan faktor lain yang tidak masuk dalam model penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan variabel persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan, kepercayaan dan resiko terhadap penggunaan *mobile banking*. Temuan empiris mengindikasikan keamanan merupakan faktor terpenting yang memengaruhi penggunaan *mobile banking*.

Kata Kunci: persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan, kepercayaan, keamanan, risiko, penggunaan *mobile banking*

---

## PENDAHULUAN

---

Penerapan Sistem Informasi (SI) sangat berpengaruh pada industri perbankan. Pengaruh tersebut berdampak luar biasa mengingat industri tersebut merupakan salah satu yang paling tinggi tingkat ketergantungannya. Sistem informasi digunakan dalam aktivitas pengumpulan, pemrosesan, analisa dan penyampaian laporan (informasi) yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan para nasabah. Keberhasilan suatu sistem informasi bergantung pada kemudahan dan pemanfaatan pemakai sistem terhadap teknologi tersebut, karena teknologi membantu individu dalam menyelesaikan tugasnya.

Perkembangan penggunaan teknologi informasi oleh perbankan diantaranya melalui fasilitas *mobile banking*. *Mobile Banking* diciptakan untuk memberikan keuntungan bagi pihak nasabah maupun bank. Alasan beberapa bank berinvestasi pada sistem informasi seperti *online banking* karena dapat menghemat biaya, meningkatkan kualitas produk dan jasa, serta efisiensi (Cahyo, 2014). Total pertumbuhan pengguna SMS/*mobile banking* di Indonesia mencapai angka 23,65 juta pengguna di awal tahun 2015. Jumlah tersebut naik 25% dari tahun 2014 yang hanya mencapai 18,8 juta pengguna ([www.sharevision.com](http://www.sharevision.com)). Meskipun terdapat kenaikan jumlah pengguna *mobile banking*, survei menyatakan sekitar 32% responden mengaku kurang yakin dengan layanan perbankan *mobile*. ([www.indo.wsj.com](http://www.indo.wsj.com)).

Pemanfaatan *mobile banking* memberikan keuntungan bagi penggunanya. Antara lain penghematan waktu dan tenaga karena transaksi dapat dilakukan di mana saja. Namun, layanan ini juga mempunyai risiko yang dapat menurunkan minat pengguna layanan *mobile banking*. Faktor terpenting adalah kepercayaan nasabah untuk penggunaan *mobile banking*. Menurut Amijaya (2010), kepercayaan

penggunaan teknologi informasi masih kecil dikarenakan banyaknya kejahatan *online* atau yang sering sekali yang disebut *cyber crime* yang membuat trauma para pengguna layanan *mobile banking*. Selain itu, perbedaan kemampuan nasabah untuk berinteraksi dengan berbagai jenis *interface* (tampilan) serta prosedur transaksi juga mempengaruhi penggunaan *mobile banking*.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian Tirtana dan Sari (2014). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan serta kepercayaan berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*. Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian Tirtana dan Sari (2014). Diantaranya yaitu objek penelitian hanya pada nasabah PT Bank Mandiri kantor Cabang Boyolali tahun 2014, sehingga belum dapat mengeneralisasi penggunaan *mobile banking* oleh nasabah.

Penelitian ini penting karena mengkaji faktor keamanan dan resiko yang belum banyak diteliti di penelitian sebelumnya. Faktor keamanan penting untuk dikaji karena tingkat *cyber crime* di Indonesia tergolong tinggi, dan seringkali terjadinya penipuan pembuatan kartu Anjungan Tunai Mandiri (ATM) palsu ([www.tempo.com](http://www.tempo.com)). Selain itu, dengan mengkaji variabel risiko dapat memprediksi persepsi keamanan dan keyakinan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Penggunaan aplikasi *mobile banking* yang palsu dapat mengakibatkan risiko pada sejumlah data dan juga dana yang terdapat di dalam rekening ([www.republika.co.id](http://www.republika.co.id)). Selain itu, penelitian ini menggunakan nasabah dari kalangan mahasiswa. Mahasiswa jurusan Akuntansi dipilih sebagai objek dikarenakan semakin banyak penggunaan *mobile banking* oleh mahasiswa, sebagai bentuk kepraktisan dalam melakukan transaksi perbankan.

Tujuan penelitian ini adalah menguji secara empiris pengaruh kebermanfaatan persepsian, kemudahan persepsian, kepercayaan, keamanan

dan risiko dalam penggunaan *mobile banking* dengan menggunakan konsep *Technology Acceptance Model* (TAM). Penelitian ini memiliki kontribusi teoritis sebagai tambahan pengetahuan dengan mengkaji serta mempelajari masalah-masalah yang ada dalam sebuah organisasi dalam hubungannya dengan sistem informasi.

## **METODE PENELITIAN**

### **Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Magelang. Jumlah populasi sebanyak 271 orang (Data Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Magelang). Dipilihnya Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Magelang sebagai populasi penelitian ini didasarkan pada alasan utama karena peran mahasiswa sebagai pengamat dan pengguna teknologi dan juga termasuk konsumen yang sangat berpengaruh terhadap keberadaan layanan *internet banking/ mobile banking*.

Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, dengan kriteria sebagai berikut: 1). Mahasiswa aktif, sedang dan telah menempuh mata kuliah Sistem Informasi Akuntansi. 2). Menggunakan *mobile banking*.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan teknik survei yaitu dengan memberikan kuesioner secara langsung kepada responden. Kuesioner yang telah diisi oleh responden, diseleksi terlebih dahulu agar kuesioner yang tidak lengkap pengisiannya tidak disertakan dalam analisis.

### **Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

Item-item pengukuran variabel dalam penelitian ini diadopsi dari penelitian sebelumnya. Semua variabel diukur menggunakan skala Likert

5 poin, dari 1= sangat tidak setuju sampai 5 = sangat setuju.

### **Variabel Dependen**

Penggunaan *mobile banking* merupakan variabel dependen dalam penelitian ini. Penggunaan *mobile banking* adalah kondisi nyata penggunaan layanan *mobile banking* oleh nasabah bank. Penggunaan *mobile banking* diterapkan dalam bentuk pengukuran terhadap frekuensi penggunaan dan diversitas transaksi yang dilakukan oleh nasabah melalui *mobile banking* (Tirtana dan Sari, 2014). Variabel pengukuran *mobile banking* diukur menggunakan instrumen penelitian terdahulu Kusuma dan Susilowati (2007) dalam Tirtana dan Sari, (2014) dengan 8 item pernyataan.

### **Variabel Independen**

#### **Persepsi Kebermanfaatan**

Persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) merupakan suatu yang menyatakan individu percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja dari individu (Davis, 1989). Persepsi kebermanfaatan diukur menggunakan instrumen dari Koufaris (2002) dengan 4 indikator yaitu mengembangkan kinerja, meningkatkan produktivitas, meningkatkan efektifitas, serta bermanfaat.

#### **Persepsi Kemudahan**

Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) adalah tingkat keyakinan seseorang bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Persepsi kemudahan penggunaan berarti keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan (*free of effort*). Persepsi kemudahan diukur menggunakan instrumen dari Koufaris (2002) dengan 4 item pernyataan yaitu kemudahan mempelajari, kejelasan dan kemudahan memahami, mudah untuk menjadi terampil, serta kemudahan menggunakan.

## Kepercayaan

Menurut Tjini dan Baridwan (2013) kepercayaan adalah kesediaan individu untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain dengan risiko tertentu. Kepercayaan dalam penelitian ini adalah kesediaan nasabah untuk menggunakan *mobile banking* dengan segala resiko yang ada. Pengukuran variabel kepercayaan didasarkan pada Pranindana (2011) yang terdiri dari 6 indikator.

## Keamanan

Menurut Rahardjo (2005) keamanan informasi adalah bagaimana mendeteksi adanya penipuan disebuah sistem yang berbasis informasi dan pencegahan terhadap penipuan (*cheating*) tersebut. Keamanan diukur menggunakan instrumen penelitian Pranindana (2011) dengan 6 indikator yang meliputi sistem keamanan dan sistem kerahasiaan.

## Risiko

Risiko merupakan persepsi-persepsi pelanggan tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan (Jogiyanto, 2007:130). Berdasarkan pada penelitian Pavlou (2003) risiko diukur dengan 9 indikator yang meliputi pernyataan terkait risiko pencurian, membutuhkan biaya yang besar dan terdapat risiko penipuan.

## Metode Analisis Data

### Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid dan tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas dilakukan dengan cara menghitung korelasi antara skor tiap butir pernyataan dengan jumlah skor seluruh pernyataan. Nilai signifikansi dari *pearson*

*correlation* di bawah 0,05 maka indikator dinyatakan valid (Ghozali, 2013:52).

Pengujian reliabilitas dalam penelitian untuk menilai sejauh mana suatu pengukuran dapat dipercaya yang konsisten atau stabil dari waktu ke waktu Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menghitung *croanbach's alpha* dari masing-masing instrumen dalam suatu variabel. Instrumen yang dipakai dalam variabel tersebut dikatakan handal/reliabel jika memberikan nilai *croanbach's alpha* lebih dari 0,70 (Ghozali, 2013:40).

### Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan regresi linear berganda. Rumus yang digunakan yaitu:

$$PM = \alpha + \beta_1 PP + \beta_2 KP + \beta_3 K + \beta_4 KA + \beta_5 R + e$$

Keterangan:

PM	= Pengguna <i>Mobile Banking</i>
$\alpha$	= Konstanta
$\beta$	= Koefisien Regresi
PP	= Persepsi Kebermanfaatan
KP	= Persepsi Kemudahan Pengguna
K	= Kepercayaan
KA	= Keamanan
R	= Risiko
<i>e</i>	= <i>Error</i>

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

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Besarnya koefisien 0 sampai 1, semakin mendekati 0 koefisien determinasi semakin kecil pengaruhnya terhadap variabel bebas, sebaliknya mendekati 1 besarnya koefisien determinasi semakin besar pengaruhnya terhadap variabel bebas (Ghozali, 2013: 97).

**Uji F (*Goodness of fit test*)**

Uji statistik F pada dasarnya digunakan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual (*goodness of fit*). Uji F menguji apakah variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen secara baik atau untuk menguji apakah model yang digunakan telah fix atau tidak (Ghozali, 2013:97). *Rule of thumb* uji F yaitu:

Ho diterima jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$

Ha diterima jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$

**Uji Independen Sample t-test**

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t digunakan untuk mengukur signifikansi pengaruh pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan perbandingan nilai t hitung masing-masing koefisien regresi dengan t tabel (nilai kritis) sesuai dengan tingkat signifikansi yang digunakan (Ghozali, 2013:98). Kesimpulan hasil pengujian analisis uji t berpengaruh positif adalah sebagai berikut:

- a. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , atau  $P\ value < \alpha = 0,05$  maka Ho ditolak dan Ho diterima berarti variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , atau  $P\ value > \alpha = 0,05$  maka Ho diterima dan Ho ditolak berarti variabel independen tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Statistik Deskriptif Responden**

Kuesioner yang disebarakan kepada responden sebanyak 150 kuesioner dengan tingkat pengembalian sebesar 85,33%. Terdapat 9 kuesioner yang tidak diisi lengkap sehingga tidak dimasukkan dalam analisis lebih lanjut.

Total kuesioner akhir yang dapat diolah dalam penelitian ini sebanyak 119 responden.

Analisis ini memberikan gambaran tentang profil responden mengenai jenis kelamin, usia, semester, bank yang digunakan dan pengalaman penggunaan *mobile banking* oleh responden.

**Tabel 1**  
**Profil Responden**

Keterangan	Kriteria	Jumlah	Presentase
Jenis kelamin	a. Laki-laki	57	47,9%
	b. Perempuan	62	52,1%
	Jumlah	119	100%
Umur	a. 20 tahun	12	10,08%
	b. 21 tahun	39	32,77%
	c. 22 tahun	20	16,81%
	d. 23 tahun	23	19,33%
	e. Lainnya	25	21,01%
	Jumlah	119	100%
Semester	a. Semester 5	39	32,77%
	b. Semester 7	46	38,65%
	c. Semester 9	29	24,37%
	d. Semester 11	5	4,21%
	Jumlah	119	100%
Bank yang digunakan	a. BCA	26	21,85%
	b. BNI	20	16,81%
	c. BRI	53	44,53%
	d. Mandiri	16	13,44%
	e. Lainnya	4	3,37%
	Jumlah	119	100%
Pengalaman menggunakan <i>mobile banking</i>	a. <1 tahun	53	44,54%
	b. 2-3 tahun	38	31,93%
	c. >3 tahun	28	23,53%
	Jumlah	119	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

**Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen**

Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa semua instrumen memiliki nilai korelasi dengan *sig. (1-tailed)* dibawah 0.05, sehingga

pernyataan atau instrumen dalam penelitian ini valid dan dapat diolah lebih lanjut. Berdasarkan pengujian reliabilitas pada Tabel 2 menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,70. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua variabel instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

**Tabel 2**  
**Hasil Pengujian Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Persepsi Kebermanfaatan	0,712	Reliabel
Persepsi Kemudahan	0,829	Reliabel
Kepercayaan	0,802	Reliabel
Keamanan	0,719	Reliabel
Risiko	0,825	Reliabel
Penggunaan <i>Mobile Banking</i>	0,729	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2017

### Hasil Pengujian Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013: 95).

Berdasarkan hasil koefisien regresi diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 1.698 + 0.155 PP - 0.047 KP + 0.123 K + 0.283 KA - 0.049 R + e$$

### Hasil Pengujian Hipotesis

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

Hasil pengujian menunjukkan nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0.074, hal ini berarti bahwa kemampuan variabel persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan, kepercayaan, keamanan dan risiko dalam menjelaskan penggunaan *mobile banking* pada nasabah mahasiswa sebesar 7,4%. Sedangkan sisanya (100% - 7,4% = 92,6%) dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini.

#### Uji F

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai *p-value* sebesar 0,017 lebih kecil dari tingkat signifikan 0,050 (0,017 < 0,050), dan F hitung sebesar 2,888. Berdasarkan jumlahnya  $n = 119$ ,  $k = 5$ , maka  $df_1 = 5$  dan  $df_2 = 112$  diperoleh F tabel sebesar 2,30. Hasil tersebut menunjukkan bahwa F hitung 2,888 > F tabel 2,30; maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan, kepercayaan, keamanan dan risiko mampu menjelaskan variabel dependen yaitu penggunaan *mobile banking* secara baik dan model yang digunakan bagus (*fit*).

#### Uji t

Proses pengujian ini dilakukan dengan cara melihat nilai signifikansi (*p-value*) masing-masing variabel independen menggunakan tingkat kepercayaan 5%. Berdasarkan jumlah  $n = 119$  maka derajat kebebasannya adalah 118 ( $df = n - 1$ ), sehingga diperoleh nilai t tabel sebesar 1,658.

**Tabel 3**  
**Hasil Uji t-statistik**

Variabel	t Hitung	Sig.	t Tabel	Keterangan
Persepsi Kebermanfaatan (X1)	1,517	0,132	1,658	$H_1$ tidak terdukung
Persepsi Kemudahan (X2)	-0,522	0,603	1,658	$H_2$ tidak terdukung
Kepercayaan (X3)	1,387	0,168	1,658	$H_3$ tidak terdukung
Keamanan (X4)	2,219	0,028	1,658	$H_4$ terdukung
Risiko (X5)	-0,056	0,578	1,658	$H_5$ tidak terdukung

Sumber: Data primer diolah, 2017

### Persepsi Kebermanfaatan terhadap Penggunaan *Mobile Banking*

Berdasarkan hasil uji t, dapat dikatakan bahwa Persepsi Kebermanfaatan ( $X_1$ ) memiliki nilai t hitung lebih kecil dari pada t tabel (1,517 < 1,658) dan *p-value* > *alpha* yaitu 0,132 > 0,050. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kebermanfaatan tidak mempunyai pengaruh positif terhadap Penggunaan *Mobile Banking*.

Penelitian ini tidak menerima hipotesis satu ( $H_1$ ), yang menyatakan bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa persepsi kebermanfaatan tidak berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  dalam penelitian ini tidak diterima. Hal ini menunjukkan bahwa para nasabah belum begitu percaya bahwa penggunaan *mobile banking* dapat memberikan kontribusi positif bagi mereka.

Menurut Jogiyanto (2007) persepsi pemanfaatan penggunaan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja dari pekerjaannya. Thompson et.al., (1991), juga mengemukakan bahwa seseorang akan menggunakan teknologi informasi jika mengetahui ada manfaat positif yang diperoleh atas penggunaan teknologi informasi tersebut. Responden dalam panel ini adalah mahasiswa, sehingga kebutuhan mereka masih terbatas. *Mobile banking* digunakan untuk koefisienan pembayaran berbagai transaksi, yang menjadikan pekerjaan menjadi lebih mudah efisien dan efektif. Oleh karena itu, persepsi kebermanfaatan kurang memengaruhi penggunaan *mobile banking*.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Hadi dan Novi (2014), Ahmad, dkk (2012) yang menyatakan bahwa persepsi kebermanfaatan tidak berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Tirtana dan Sari (2014) dimana persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*.

### **Persepsi Kemudahan terhadap Penggunaan *Mobile Banking*.**

Berdasarkan hasil uji t, dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan ( $X_2$ ) memiliki nilai t hitung lebih kecil dari t tabel ( $-0,522 < 1,658$ )

dan  $p\text{-value} > \alpha$  yaitu  $0,603 > 0,050$ . Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kemudahan tidak mempunyai pengaruh positif terhadap Penggunaan *Mobile Banking*. Penelitian ini tidak menerima hipotesis dua ( $H_2$ ), yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*.

Hasil pengujian ini mendapatkan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa para pengguna *mobile banking* tidak yakin dengan penggunaan sistem tersebut akan bebas dari kesalahan, tidak merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan, sehingga  $H_2$  tidak terdukung.

Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) menurut Jogiyanto (2007) adalah tingkatan seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Sedangkan Davis (1989) mendefinisikan kemudahan penggunaan (*ease of use*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi informasi (TI) dapat dengan mudah dipahami. Persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*. Penjelasan yang dimungkinkan yaitu berdasarkan uji statistik deskriptif sebagian besar responden dalam penelitian ini menggunakan *mobile banking* dalam kurun waktu kurang dari 1 tahun. Dengan demikian, responden masih sedikit pengalaman dalam penggunaan *mobile banking*. Sehingga kemudahan sistem tersebut belum dapat dirasakan.

Penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitriana (2015), Tirtana dan Sari (2014), dan Pattinaja (2014). Namun sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tjini dan Baridwan (2013), dan Ahmad, dkk (2012) yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan bukan merupakan faktor

yang memengaruhi penggunaan sistem *mobile banking*.

### **Kepercayaan terhadap Penggunaan *Mobile Banking***

Berdasarkan hasil uji t, dapat diketahui bahwa variabel kepercayaan ( $X_3$ ) memiliki nilai t hitung lebih kecil dari t tabel ( $1,387 < 1,658$ ) dan  $p\text{-value} > \alpha$  yaitu  $0,168 > 0,050$ . Hasil ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan tidak mempunyai pengaruh positif terhadap Penggunaan *Mobile Banking*. Penelitian ini tidak menerima hipotesis tiga ( $H_3$ ), yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*.

Penelitian ini menemukan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat dinyatakan bahwa  $H_3$  tidak terdukung dan tidak membuktikan adanya pengaruh kepercayaan terhadap penggunaan *mobile banking*.

Andresson dan Weitz (1989) mendefinisikan rasa percaya sebagai kondisi psikologis yang terdiri dari niat/intensi untuk menerima kelemahan berdasarkan pengharapan positif terhadap niat atau perilaku orang lain. Dari definisi ini perlu dicatat dua bagian penting yaitu: (a) Rasa percaya berhubungan dengan pengharapan positif terhadap niat atau perilaku dari *partner*, sehingga fokusnya adalah pada keyakinan bahwa *partner*-nya akan bertindak dengan tanggung jawab, menunjukkan integritas dan tidak akan melukai *partner*-nya; (b) Rasa percaya berhubungan dengan niat seseorang mengandalkan bahwa *partner*-nya akan menerima kelemahan-kelemahan yang kontekstual.

Dengan demikian, jika sistem *Mobile banking* itu dapat dipercaya oleh para pengguna, maka akan mendorong para nasabah untuk menerima dan atau menggunakan sistem *mobile banking* tersebut.  $H_3$  penelitian ini tidak terdukung karena responden merasa tidak yakin dan kurang

percaya menggunakan *mobile banking*. Hal ini dipicu oleh banyaknya kasus *cyber crime* dan penipuan melalui *mobile banking*. Sehingga terdapat keawatiran dari responden untuk memberi informasi keuangan bila bertransaksi melalui *mobile banking*.

Penelitian ini tidak mendukung penelitian Sulastini (2016) dan Tirtana dan Sari (2014) dimana kepercayaan mempunyai pengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*.

### **Keamanan terhadap Penggunaan *Mobile Banking***

Berdasarkan hasil uji t, dapat diketahui bahwa variabel keamanan ( $X_4$ ) memiliki nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $2,219 > 1,658$ ) dan  $p\text{-value} > \alpha$  yaitu  $0,028 < 0,050$ . Hasil ini menunjukkan bahwa variabel keamanan mempunyai pengaruh positif terhadap Penggunaan *Mobile Banking*. Penelitian ini mendukung hipotesis empat ( $H_4$ ), yang menyatakan bahwa keamanan berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keamanan mempunyai pengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah begitu memahami pentingnya keamanan dari *mobile banking*, sehingga  $H_4$  dalam penelitian ini terdukung.

Keamanan mengindikasikan bahwa penggunaan Sistem Informasi (SI) itu aman, risiko hilangnya data atau informasi sangat kecil, dan risiko pencurian (*hacking*) rendah. Sedangkan kerahasiaan berarti bahwa segala hal yang berkaitan dengan informasi pribadi pengguna terjamin kerahasiaannya, tidak ada pihak ketiga yang dapat mengetahuinya (Tuti, 2014). Menurut Rahardjo (2005) keamanan informasi adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau paling tidak, mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik.

Hasil penelitian ini diterima karena responden menyadari bahwa menggunakan *mobile banking* keamanannya sangat terjaga. Bank juga menjaga dan memberi jaminan data-data yang ada, karena para pengguna dapat sewaktu-waktu melihat data-data tersebut. Keamanan menjadi faktor terpenting dalam pertimbangan untuk menggunakan *mobile banking*. Hasil penelitian ini sejalan dengan Fitiana (2015) dan Hadi (2014) menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*.

### **Risiko terhadap Penggunaan Mobile Banking**

Berdasarkan hasil uji t, dapat diketahui bahwa variabel risiko ( $X_5$ ) memiliki nilai t hitung lebih kecil dari t tabel ( $-0,558 < 1,658$ ) dan  $p\text{-value} > \alpha$  yaitu  $0,578 > 0,050$ . Hasil ini menunjukkan bahwa variabel risiko tidak mempunyai pengaruh negatif terhadap Penggunaan *Mobile Banking*. Penelitian ini tidak menerima hipotesis lima ( $H_5$ ), yang menyatakan bahwa risiko berpengaruh negatif terhadap penggunaan *mobile banking*.

Hasil pengujian ini menemukan bahwa risiko tidak berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*. Temuan penelitian menunjukkan adanya hubungan negatif, tetapi tidak signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_5$  dalam penelitian ini tidak terdukung. Hal ini mengindikasikan bahwa persepsi responden terhadap risiko tidak memengaruhi penggunaan *mobile banking*.

Secara khusus persepsi risiko adalah penilaian evaluatif subjektif seorang konsumen dari potensi kerugian informasi privasi rahasia identitas pribadi, termasuk penilaian potensi penyalahgunaan informasi yang dapat mengakibatkan pencurian identitas (Sulastini dan Warmika, 2013). Sebagai suatu konsep, risiko telah diteliti secara luas oleh banyak penelitian dalam bidang perilaku konsumen serta diusulkan sebagai salah satu konsep terpenting untuk

memahami bagaimana konsumen menentukan pilihan.

Penjelasan rasional tidak terdukungnya pengaruh resiko terhadap penggunaan *mobile banking* karena responden dalam penelitian ini sebagian besar tergolong dalam usia muda yang cenderung memiliki sifat *risk taker*.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Penelitian ini menginvestigasi faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *mobile banking* pada nasabah mahasiswa dengan mendasarkan pada konsep *Technology Acceptance Model*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan, kepercayaan, dan risiko tidak berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*. Sebagian besar responden dalam penelitian ini baru menggunakan fasilitas *mobile banking* kurang dari satu tahun. Sehingga persepsi kebermanfaatan, kemudahan, dan kepercayaan belum tumbuh.

Faktor terpenting yang mempengaruhi penggunaan *mobile banking* adalah variabel keamanan. Keamanan dalam transaksi *mobile banking* menjadi pertimbangan utama nasabah ketika akan menggunakan fasilitas tersebut. Sehingga semakin besar keamanan yang dirasakan nasabah, maka semakin tinggi penggunaan *mobile banking*.

### **Saran**

Penelitian selanjutnya sebaiknya memperbesar jumlah sampel penelitian, tidak hanya di Universitas Muhammadiyah Magelang saja, agar hasil penelitian dapat digeneralisasi. Selain itu dapat menggunakan responden dengan nasabah dari berbagai latar belakang, tidak hanya mahasiswa saja.

Penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan metode wawancara agar hasil sesuai dengan keadaan sesungguhnya.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel lain yang diduga mempunyai pengaruh kuat terhadap penggunaan *mobile banking* karena dari keempat variabel yang digunakan untuk mengukur penggunaan *mobile banking* hanya keamanan yang berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*. Variabel yang bisa ditambahkan antara lain adalah kualitas layanan dan kesiapan teknologi (*technology readiness*).

---

## DAFTAR PUSTAKA

---

- Ahmad, Bambang Setyo pambudi, dan Fathor A.S. 2012. Pengaruh Perspsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Menggunakan *Internet Banking* (Studi Pada Program Layanan *Internet Banking* BRI) e-Jurnal.
- Amijaya, Gilang Risky. 2010. Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan *Internet Banking* (Studi Pada Nasabah Bank BCA). *Skripsi*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Cahyo, Wanandi Yoso Hanur. 2014. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemanan, Kepercayaan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Online Banking. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta
- Davis, Fred. D. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Acceptance of Information System Technology. *MIS Quarterly*. Vol.13, No. 3, pp 319-339.
- Fitriana, Ana. 2015. Analisis TAM Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Nebggubakan Layanan *Internet Banking* BCA. *Jurnal Analisis Bisnis dan Ekonomi*, Vol.7 No.3 Oktober. 2015. Hal. 135-144.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisa Multivariat dengan IBM SPSS 19*. Edisi 5. Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Hadi, Syamsul, dan Novi. 2014. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan *Mobile Banking*. *Jurnal Universitas Islam Indonesia*.  
<http://indo.wsj.com>. Diakses pada tanggal 26 September 2016  
<https://sharingvision.com>. Diakses pada tanggal 24 September 2016
- Jogiyanto, H.M. (2007). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Koufaris, Marios. 2002. "Applying the Technology Acceptance Model and Flow Theory to Online Consumer Behavior", *Information Systems Research*, Volume forthcoming, 2002.
- Pattinaja, Elna M. 2014. Analisis Perilaku Pengguna Sistem Informasi Dengan Pendekatan *Teknologi Acceptance Model* (TAM) Pada Bank Swasta Di Kota Ambon. *Jurnal Akuntansi* ISSN 2302-5298 Vol.3 No.1 November 2014.
- Pavlou, P.A. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating trust and Risk with The Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*. 7(3).
- Pranidana, Sauca Ananda. 2011. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank BCA Untuk Menggunakan Klik-BCA. *Skripsi*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Rahardjo, Budi. 2005. *Keamanan Sistem Informasi Berbasis Internet*. Jakarta: PT. Insan Infonesia.

- Sulastini, Ni Putu dan I Gede Ketut Warmika. 2013. Aplikasi *TAM*, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan Dalam Menjalankna Niat Menggunakan *Interent Banking*. *Jurnal*. Universitas Udayana. Bali.
- Tjini, Sartika Sari Ayu dan Zaki Baridwan. 2013. Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanna terhadap Minat Penggunaan Sistem *Internet Banking*. *Jurnal Akuntansi dan Bisns, Universitas Brawijaya Malang*. Vol 1, No 2.(*Online*).
- Tirtana, Irawan dan Shinta Permata Sari. 2014. Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaaan Terhadap Pengguna *Mobile Banking*. *Jurnal Akuntansi* ISBN: 978-602-70429-2-6.
- Tuti, Annisa Wening Tias. 2014. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Sistem *Internet Banking*. *Skripsi*. Magelang: Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Magelang. [www.republika.co.id](http://www.republika.co.id). Diakses pada 18 Oktober 2016.
- [www.tempo.com](http://www.tempo.com). Diakses pada tanggal 26 September 2016.