

Analisis Faktor-faktor dan Persepsi dalam Menggunakan Mobile Banking terhadap Minat Nasabah

Oktavyana, Handra Tipa
Universitas Putera Batam
pb200810003@upbatam.ac.id.

ABSTRACT

This research aims to test whether security factors, trust, perceived ease of use and perceived usefulness influence customer interest when using mbanking. This research uses a quantitative approach by distributing questionnaires using Likert scale measurements. The population in this study were students from Batam International University, Batam University, Batam Polytechnic University, and Universal University. The sample in this study used simple random sampling and the sample was determined using the Slovin formula, totaling 100 respondents. Partial research results show that Perceived ease of use has a significant effect on Customer Interest, Perception of Usefulness has no significant effect on Customer Interest, Security has no significant effect on Customer Interest, and Trust has a significant effect on Customer Interest. Simultaneously, perceived convenience, perceived usefulness, security and trust have a significant effect on customer interest.

Keywords: *Perceived ease of use, Perceived of Usefulness, Security, Trust; Customer Interest*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah faktor keamanan, kepercayaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kemanfaatan berpengaruh terhadap minat nasabah ketika menggunakan mbanking. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan cara penyebaran kuisioner melalui pengukuran skala likert. Populasi dalam penelitian ini ialah mahasiswa/i dari Universitas Internasional Batam, Universitas Batam, Universitas Politeknik Batam, dan Universitas Universal. Sampel dalam penelitian ini menggunakan *simple random sampling* dan penentuan sampel menggunakan rumus slovin yang berjumlah sebanyak 100 responden. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah, Persepsi Kemanfaatan tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah, Keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah, dan Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah. Secara simultan, Persepsi kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Keamanan, dan Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah.

Kata kunci: Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Keamanan, Kepercayaan; Minat Nasabah

PENDAHULUAN

Masyarakat sudah dikelilingi oleh berbagai cara yang mudah dalam menjalankan kehidupannya baik dari segi pendidikan, transportasi, teknologi, dan aspek bisnis dalam era digital ini. Topik utama dalam penelitian ini ialah perkembangan teknologi pada sektor perbankan. Kemajuan sistem dalam era digital telah membawa perubahan pada perusahaan yang bergerak pada bisnis modern. Hal

ini telah menjadi suatu target yang ingin dicapai bagi pembisnis, serta para praktisi bisnis (Erdem *et al.*, 2019).

Pokok utama yang mempermudah aktivitas manusia menggunakan *smartphone* ialah dengan adanya Internet. Internet merupakan sebuah sistem yang dirancang dalam mengakses berbagai proses teknologi baik dari kebutuhan informasi dan komunikasi di bidang perbankan. Dalam dunia perbankan, Bank berperan menjadi pihak penengah dalam menyangkut penyaluran dana kepada pihak yang membutuhkan dengan sistem pembiayaan bisnis atau sebagainya (Purba dan Tipa, 2024). Sistem teknologi informasi di bidang keuangan atau perbankan memuat ATM (*Automated Teller Machine*), *call center*, *mobile banking*, *telephone banking*, dan *internet banking*. Dikarenakan banyaknya konsep yang sama di antara perusahaan perbankan yang ada di Indonesia, maka bank berusaha untuk menerapkan dan meningkatkan teknologi informasi yang dapat memajukan dunia perbankan dengan memunculkan aplikasi *Mobile Banking* (Fernos dan Alfadino, 2021).

Mobile banking merupakan sebuah software yang diciptakan dalam bentuk aplikasi yang memiliki beragam fitur yang berguna bagi kebutuhan nasabah yang efisien dan efektivitas (Kota dan Kusumastuti, 2022). Berdasarkan pendapat Pranoto dan Setianegara (2020), apabila sebuah aplikasi memiliki berbagai manfaat dan kemudahan sistem yang diterapkan maka hal tersebut sangat membantu meningkatkan perilaku konsumen untuk memiliki keminatan dalam menggunakan aplikasi tersebut. Nasabah lebih banyak menggunakan aplikasi *mobile banking* juga karena ada rasa aman dari pemakaian aplikasi tersebut serta kemudahan dan kemanfaatan yang diperoleh dari penggunaan aplikasi tersebut (Wandi *et al.*, 2022). Kepercayaan merupakan unsur yang didukung dalam segi apabila penawaran dari bank yang memenuhi keinginan nasabah maka minat nasabah dalam melakukan pertimbangan untuk menggunakan aplikasi tersebut juga berpengaruh (Hamka *et al.*, 2022).

Dengan terciptanya *Mobile Banking*, dunia perbankan pun memiliki banyak respond positif terhadap aplikasi tersebut, karena saat ini *mobile banking* menjadi hal yang paling diperhatikan dalam menjadi prioritas dalam peningkatan yang baik. Respond nasabah terhadap penggunaan aplikasi *Mobile banking* telah membawa banyak efek terhadap perusahaan perbankan, sehingga perusahaan perbankan berusaha bersaing dalam menciptakan aplikasi yang dapat mempermudah layanan transaksi nasabah (Caroline dan Hastuti, 2021). Secara spesifik, *mobile banking* memiliki berbagai jenis yang berupa *BCA Mobile*, *BRImo*, *Livin' by Mandiri*, *BSI Mobile*, *OCTO Mobile*, *Permata Mobile*, *BTN Mobile Banking*, *DIGI*, dan sebagainya.

Penelitian ini berfokus pada faktor dan persepsi yang terjadi dalam aplikasi mbanking BNI yang dimana permasalahan pada aplikasi mbanking ini bisa menjadi salah satu alasan perkembangan bank bni yang belum bisa menempati peringkat pertama diantara bank lainnya. Keadaan tersebut menimbulkan efek atau dampak terhadap perkembangan perusahaan perbankan baik dari segi persepsi kemudahan yang masih kurang, persepsi kemanfaatannya yang masih kurang, keamanan yang masih harus diperhatikan, dan tingkat pemasaran yang kurang mendapatkan kepercayaan masyarakat. Sehingga aplikasi mbanking BNI dipilih untuk menjerumus

lebih dalam terkait dengan bagaimana tanggapan nasabah terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking* BNI yang berlangsung saat ini.

Aplikasi *m banking* BNI menciptakan sebuah sistem layanan yang bergerak dibidang perbankan dalam rangka memenuhi kebutuhan nasabah secara efisien untuk menyalurkan dana dengan gadget. Keefesienan tersebut berkaitan dengan kebebasan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan baik dari segi tempat daan waktu. Untuk pendaftaran sebagai pengguna aplikasi *m banking* BNI tidak sulit, tetapi hanya berdasarkan langkah-langkah yang tertera dalam sistem *m banking* tersebut, seperti input nama, pin, dan sebagainya tanpa harus ke bank BNI langsung. Aplikasi *m-banking* BNI juga tidak menyerah dalam meningkatkan performa yang bagus dalam aplikasinya. Hal ini telah didukung oleh beberapa respond pengguna aplikasi *m banking* BNI etelah menggunakan aplikasi *m banking* BNI tersebut.

Fitur-fitur aplikasi *m banking* BNI tersebut telah memiliki fitur yang cukup bagus untuk digunakan oleh nasabah, namun ada juga permasalahan yang dialami oleh nasabah ketika mengaksesnya ialah aplikasinya tidak dapat diakses karena terdapat informasi yang mengatakan pada saat pendaftaran *mobile banking* diperangkat sendiri terdapat gangguan dalam pendaftaran tersebut (Hamka *et al.*, 2022). Salah satunya yang sering terjadi gangguan pada saat pendaftaran aplikasi *m banking* ialah verifikasi diri. Hal tersebut dapat diatasi ketika nasabah datang ke kantor cabang untuk keluhan tersebut, namun tidak semua nasabah memiliki ketersediaan waktu untuk ke kantor cabang tersebut.

Walaupun fitur-fitur dalam aplikasi *m banking* BNI banyak, namun permasalahan lain yang ditemukan dalam memakai aplikasi tersebut ialah banyaknya pengguna yang sudah menginstall aplikasi *m banking* BNI, namun fitur dalam aplikasi tersebut masih tidak dapat diaplikasikan dengan baik seperti pembukaan rekening deposito, pembelian tiket pesawat dan sebagainya. Bagi beberapa pengguna dapat memahami cara penggunaan fitur tersebut sehingga akan merasakan fitur tersebut bermanfaat baginya, tetapi bagi yang belum bisa cara menggunakan fitur tersebut akan merasa fitur tersebut tidak bermanfaat dalam aplikasi *m banking* tersebut (Fernos dan Alfadino, 2021).

Dalam dunia perbankan, data keuangan dan data pribadi tergolong penting untuk dijaga. Untuk menarik ketertarikan nasabah untuk menggunakan aplikasi perbankan, perusahaan akan berusaha menciptakan aplikasi perbankan dengan keamanan tinggi (Setyono, 2023). Namun, permasalahan keamanan yang ditemukan dalam dunia perbankan ialah modus *phishing*. Hal ini banyak terjadi pada nasabah bank BNI yang dimana terdapat nomor yang random yang mengaku sebagai salah satu pihak bank dalam memberikan informasi palsu, seperti link yang dikirim oleh pelaku tersebut ke nomor kita, dan apabila kita klik link tersebut maka akan membuat data pribadi kita telah diretas pelaku tersebut (Mukhtisar *et al.*, 2021).

Permasalahan modus yang terjadi pada aplikasi perbankan juga mempengaruhi rasa kepercayaan nasabah terhadap penggunaan aplikasi perbankan tersebut yang dimana nasabah merasa sistem aplikasi yang dikelola pihak perbankan tersebut masih rendah, sehingga pelaku dapat melakukan segala cara dalam mensabotase permasalahan perbankan yang banyak ditemui dalam kasus

penggunaan mbanking BNI baik dari segi penyamaran, membuat halaman website yang palsu, dan link yang berbahaya (Putra dan Sari, 2020).

Terkait dengan permasalahan yang telah peneliti jabarkan sebelumnya telah menemukan hasil penelitian sebelumnya masih tidak sepenuhnya konsisten, maka peneliti berminat untuk meneliti penelitian ulang dengan judul “Analisis Faktor-Faktor dan Persepsi Dalam Menggunakan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah”.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menerapkan desain penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Data tersebut didapatkan dari hasil penyebaran kuisisioner kepada responden yang mencakup mahasiswa dari Universitas Internasional Batam, Universitas Batam, Universitas Politeknik Batam, dan Universitas Universal. Dalam teknik pemberian skor yang akan diaplikasikan pada kuisisioner penelitian menggunakan skala Likert. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini, peneliti menerapkan rumus *slovin*, yakni;

Rumus 1. Slovin

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

E = Persen ketidakpastian penelitian

Untuk menghitung sampel dalam penelitian maka akan dilakukan dengan cara sebagai berikut:

$$n = \frac{1169}{1 + [1169 \times (0,10)^2]}$$
$$n = \frac{1169}{1 + [1169 \times 0,01]} = \frac{1169}{12,69}$$
$$n = 92,12$$

Nilai n atau ukuran sampel yang ditemukan dari hasil perhitungan dengan rumus slovin ialah 92 responden. Hasil tersebut telah menunjukkan bahwa 92 responden akan dibulatkan sesuai dengan kriteria minimum responden dalam penelitian ialah 100 responden, sehingga 100 responden yang mencakup mahasiswa Batam yang akan ikut serta dalam menentukan hasil kuisisioner penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif bertujuan untuk mendapatkan nilai rata-rata dari jumlah skor secara menyeluruh yang dijawab oleh responden yang dimana datanya akan dimunculkan dalam bentuk distribusi data yang menyangkut nilai minimum, nilai maksimum, nilai mean, dan nilai standar deviasi terkait dengan variabel dalam

penelitian. Apabila nilai standar deviasi dalam pengolahan data tersebut telah terdeteksi lebih tinggi dari nilai mean maka akan dinyatakan tidak baik dalam penelitian tersebut, namun dalam penelitian ini nilai mean yang tertera dalam hasil tersebut masih tergolong baik.

**Tabel 1. Hasil Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Persepsi Kemudahan	100	9	15	14.23	1.109
Persepsi Kemanfaatan	100	12	20	18.13	1.704
Keamanan	100	9	15	13.34	1.430
Kepercayaan	100	12	20	18.82	1.290
Minat Nasabah	100	7	14	11.45	1.572
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS ver.25 (2023)

Pada tabel yang telah tertera diatas telah menunjukkan bahwa untuk variabel pertama yaitu persepsi kemudahan yang memperoleh skor minimum dan maksimum ialah 9 dan 15 yang dimana nilai mean dalam persepsi kemudahan ini ialah 14,23 dan nilai standar deviasinya bernilai 1,109. Variabel kedua ialah persepsi kemanfaatan yang memperoleh skor minimum dan maksimum ialah 12 dan 20 dengan nilai rata-rata sebesar 18,13 dan nilai standar deviasinya bernilai 1,704. Variabel ketiga ialah keamanan dengan nilai minimum dan maksimum sebesar 9 dan 15 yang menghasilkan nilai rata-rata sebesar 13,34 dan nilai standar deviasinya 1,430. Untuk variabel keempat yaitu kepercayaan dengan skor minimum dan maksimum sebesar 12 dan 20 dengan nilai rata-rata sebesar 18,82 dan nilai standar deviasinya ialah 1,290. Yang terakhir minat nasabah yang merupakan variabel dependen dalam penelitian ini dengan skor minimum dan maksimum sebesar 7 dan 14 dan nilai rata-rata senilai 11,45 dan nilai standar deviasinya 1,572.

Uji Kualitas Data – Validitas

Untuk menentukan tingkat validnya setiap pernyataan maka uji validitas ini paling diperlukan. Apabila nilai rhitung lebih dari nilai rtabel dengan tingkat signifikansi 0,05 atau dengan persentase 5% maka kuisisioner dalam penelitian tersebut dianggap valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r Hitung	r Tabel	ket.
Persepsi Kemudahan (X1)	X1.1	0,546	0,197	Valid
	X1.2	0,409	0,197	
	X1.3	0,508	0,197	
Persepsi Kemanfaatan (X2)	X2.1	0,511	0,197	Valid
	X2.2	0,551	0,197	
	X2.3	0,626	0,197	
	X2.4	0,617	0,197	
Keamanan (X3)	X3.1	0,536	0,197	Valid
	X3.2	0,647	0,197	
	X3.3	0,558	0,197	
Kepercayaan (X4)	X4.1	0,678	0,197	Valid
	X4.2	0,410	0,197	
	X4.3	0,490	0,197	
	X4.4	0,508	0,197	
Minat Nasabah (Y)	Y1	0,337	0,197	Valid
	Y2	0,285	0,197	
TOTAL		1	0,197	Valid

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS ver.25 (2023)

Berdasarkan tabel yang tertera diatas telah menunjukkan bahwa hasil uji validitas pada semua pernyataan yang terkait dengan variabel independen dan dependen dianggap valid dan dapat digunakan untuk meneliti selanjutnya karena nilai r_{hitung} lebih tinggi dari nilai r_{tabel} . Penelitian ini terdiri dari 100 responden jika dihitung dengan menggunakan rumus ($df= n-2$), maka df yang didapatkan dalam penelitian ini ialah 98 dan nilai r_{tabel} bernilai 0,1966, Sehingga hasil uji validitas dalam penelitian ini dikatakan valid karena nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} .

Uji Kualitas Data – Reabilitas

Konsep reabilitas ini berkaitan dengan masalah eror pengukuran yang dimana eror tersebut dapat memperlihatkan inkonsistensi hasil pengukuran yang akan terjadi jika dilakukan pengukuran ulang terhadap suatu objek yang sama.

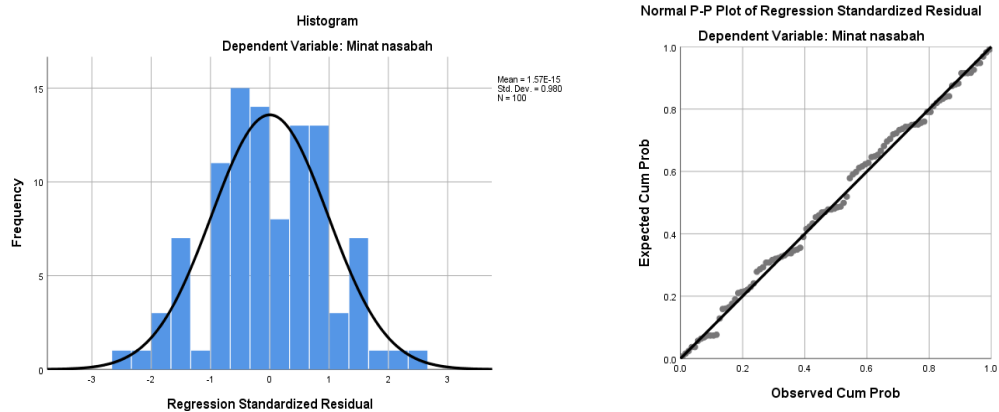
Tabel 3. Hasil Uji Reabilitas
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.714	5

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS ver.25 (2023)

Hasil uji reabilitas tersebut telah menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha telah mendapatkan nilai di atas 0,60 yang artinya variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian ini ialah reliabel atau bisa disebut sebagai konsisten dalam uji reabilitas ini karena telah melebihi nilai 0,60 dalam uji reabilitas.

Uji Asumsi Klasik – Normalitas



Gambar 1. Grafik Histogram dan Diagram Normal P-Plot

Sumber: Data diolah dengan SPSS V25 (2023)

Uji normalitas dibutuhkan untuk memeriksa apakah data yang ada dalam variabel dependen dan variabel independen terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas akan menunjukkan hasil normal ketika nilai residual tersebar dengan rata dan akan dianggap baik dalam penelitian tersebut dalam bentuk grafik *histogram*, diagram normal *P-Plot*, dan Uji *Kolmogrov-Smirnov*.

Berdasarkan hasil uji normalitas pada gambar 1 dapat dijelaskan bahwa grafik histogram dalam uji normalitas ini telah terdistribusi dengan baik atau pola berbentuk seperti lonceng yang artinya data terdistribusi normal. Sedangkan untuk diagram *p-plot* pada gambar di atas telah menunjukkan bahwa titik-titik tersebut telah tersebar merata dan bergerak berdekatan mengelilingi garis diagonal yang artinya data dalam penelitian ini telah berhasil memenuhi standar dari normalitas karena data tersebut tersebar dengan merata.

Tahap selanjutnya ialah uji *Kolmogrov-Smirnov* yang merupakan salah satu syarat dalam memenuhi standar uji normalitas yang tujuannya ialah mengecek normalnya penyebaran data dalam sebuah penelitian. Untuk lebih terperinci maka akan dilampirkan sebagai berikut:

**Tabel 4. Hasil Uji One-Sample Komogrov-Smirnov Test
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardize d Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.38301279
Most Extreme Differences	Absolute	.048
	Positive	.048
	Negative	-.044
Test Statistic		.048
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. *Test distribution is Normal.*
- b. *Calculated from data.*
- c. *Lilliefors Significance Correction.*
- d. *This is a lower bound of the true significance.*

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS V25 (2023)

Berdasarkan tabel yang telah tertera di atas menunjukkan bahwa hasil uji Kolmogrov-Smirnov, nilai signifikansi atau disebut Asymp. Sig. 2-tailed yaitu 0,200. Hasil tersebut telah menunjukkan bahwa nilai signifikansi dalam uji Kolmogrov-Smirnov telah mencapai nilai yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 = (0,200 > 0,05) , sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual telah terdistribusi normal.

Uji Asumsi Klasik - Uji Multikolinearitas

Dalam uji multikolinearitas yang akan difokuskan dalam menganalisis penelitian ialah nilai Tolerance dan nilai VIF yang bertujuan dalam menguji apakah adanya keterkaitan antara variabel independen. Apabila nilai Tolerance lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10 maka model regresi dikatakan baik atau tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	.025	2.366		.011	.992		
	Persepsi Kemudahan	.521	.141	.368	3.687	.000	.820	1.220
	Persepsi Kemanfaatan	-.060	.118	-.065	-.510	.611	.498	2.007
	Keamanan	-.016	.127	-.015	-.128	.898	.606	1.651
	Kepercayaan	.283	.141	.232	2.005	.048	.609	1.642

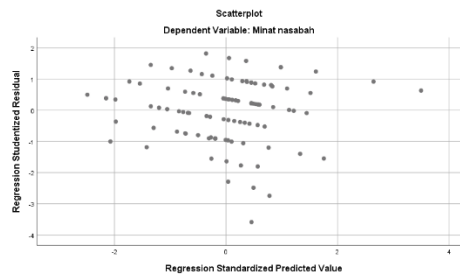
a. Dependent Variable: Minat nasabah

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS V25 (2023)

Berdasarkan tabel di atas telah menunjukkan bahwa nilai *Tolerance* dan VIF dalam penelitian ini telah membuktikan tidak adanya gejala multikolinearitas yang dimana pada masing-masing variabel bebas telah memperoleh nilai *tolerance* yang lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF pada masing-masing variabel bebas memperoleh nilai yang kurang dari 10.

Uji Asumsi Klasik – Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji ada atau tidaknya terjadi ketidaksamaan varian (Ghozali, 2021). Dalam uji heteroskedastisitas yang akan diuji ialah dengan uji Park *Glejser* dan grafik *Scatterplot*. Uji ini dibutuhkan dalam rangka mengecek apakah adanya terjadi gejala yang tidak efisien dan akurat dalam model regresi linier. Untuk lebih terperinci maka uji heteroskedastisitas akan dilampirkan sebagai berikut;



Gambar 3. Grafik Scatterplot

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS V25 (2023)

Berdasarkan gambar yang tertera diatas telah menunjukkan bahwa titik yang menyebar tidak dapat dilihat dengan pola penyebaran yang jelas yang artinya grafik *scatterplot* dalam penelitian ini tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas.

Tabel 6. Hasil Uji Park Glejser

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4.056	1.312		3.092	.003
	Persepsi Kemudahan	-.068	.082	-.099	-.831	.408
	Persepsi Kemanfaatan	-.013	.072	-.025	-.186	.853
	Keamanan	.066	.080	.105	.831	.408
	Kepercayaan	-.135	.082	-.219	-1.645	.103

a. Dependent Variable: ABSRES

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS V25 (2023)

Terkait dengan hasil uji park glejser, apabila nilai sig. masing-masing variabel independen lebih kecil dari 0,05 maka dinyatakan terjadi gejala heteroskedastisitas. Namun, seperti yang dilihat pada tabel diatas telah terbukti bahwa hasil tersebut tidak adanya terjadi gejala heteroskedastisitas dikarena masing-masing variabel telah melebihi tingkat signifikasi 0,05.

Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali (2018), Analisis linear berganda merupakan model regresi yang berkaitan dengan variabel independen yang lebih yang dimana analisis tersebut dikelola untuk mengetahui arah dan seberapa besar variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini yang akan digunakan sebagai variabel independen ialah persepsi kemudahan (X1), persepsi kemanfaatan (X2), keamanan (X3), kepercayaan (X4), untuk variabel dependen ialah minat nasabah (Y).

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	5.839	2.383		2.451	.016
	Persepsi Kemudahan	-.290	.121	-.241	-2.402	.018
	Persepsi Kemanfaatan	-.014	.122	-.015	-.113	.910
	Keamanan	.020	.132	.018	.152	.880
	Kepercayaan	.517	.144	.424	3.580	.001

a. Dependent Variable: Minat nasabah

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS V25 (2023)

$$\text{Rumus: } Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$Y = 5,839 - 0,290 X_1 - 0,14 X_2 + 0,020 X_3 + 0,517 X_4 + 2,383$$

Persamaan regresi linier akan dirincikan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta 5,839 artinya apabila nilai variabel persepsi kemudahan (X_1), persepsi kemanfaatan (X_2), keamanan (X_3), dan kepercayaan (X_4) tidak ada perubahan atau 0, maka variabel terikat atau minat nasabah (Y) ialah 5,839.
- 2) Variabel pertama yaitu persepsi kemudahan memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0,290 yang artinya ketika terdapat variabel independen lainnya yang konstan dan persepsi kemudahan naik 1% maka minat nasabah akan turun sebesar 0,290 atau 29%. Hasil tersebut telah ditunjukkan bahwa koefisien yang negatif dapat memperlihatkan adanya korelasi negatif antara persepsi kemudahan dan minat nasabah.
- 3) Variabel kedua yaitu persepsi kemanfaatan memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0,014 yang artinya ketika variabel bebas lainnya tetap konstan dan variabel kepercayaan meningkat 1% maka minat nasabah akan turun sebesar 0,014 atau 1,4%. Koefisien negatif mengindikasikan bahwa adanya korelasi negatif antara kepercayaan dan minat nasabah.
- 4) Variabel ketiga ialah keamanan yang memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,020 ialah positif. Hasil tersebut telah menunjukkan bahwasannya ketika terjadi kenaikan 1 satuan variabel dalam variabel keamanan ini maka variabel terikat (Y) akan meningkat sebesar 0,020 atau 2%.
- 5) Variabel keempat ialah kepercayaan yang memiliki koefisien regresi sebesar 0,517 yang dimana ada terjadinya kemungkinan minat nasabah meningkat sebesar 0,517 atau 51,7% apabila variabel bebas lainnya tetap sama dan persepsi kemanfaatan meningkat sebesar 1%. Korelasi positif mengindikasikan bahwa persepsi kemanfaatan dapat memberikan dampak yang positif terhadap minat nasabah.

Pengujian Hipotesis - Uji T (Parsial)

**Tabel 8. Uji T
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	5.839	2.383		2.451	.016
	Persepsi Kemudahan	-.290	.121	-.241	-2.402	.018
	Persepsi Kemanfaatan	-.014	.122	-.015	-.113	.910
	Keamanan	.020	.132	.018	.152	.880
	Kepercayaan	.517	.144	.424	3.580	.001

a. Dependent Variable: Minat nasabah

Sumber: Data primer diolah dengan spss V25 (2023)

Hasil uji t dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Variabel persepsi kemudahan memiliki nilai sig. (0,018 < 0,05) dan t_{hitung} sebesar (-2,402 > 1,985) maka dapat dinyatakan H_a diterima dan H_o ditolak. Variabel persepsi kemudahan (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.
- 2) Variabel persepsi kemanfaatan memiliki nilai sig. (0,910 > 0,05) dan t_{hitung} sebesar (-0,113 < 1,985) maka dapat dinyatakan H_o diterima dan H_a ditolak yang dimana variabel persepsi kemanfaatan (X_2) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.
- 3) Variabel keamanan memiliki nilai sig. (0,880 > 0,05) dan t_{hitung} sebesar (0,152 < 1,985) maka dapat dinyatakan H_o diterima dan H_a ditolak. Variabel keamanan (X_3) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.
- 4) Variabel kepercayaan memiliki nilai sig. (0,001 < 0,05) dan t_{hitung} sebesar (3,580 > 1,985) maka dapat dinyatakan H_a diterima dan H_o ditolak. Variabel kepercayaan (X_4) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

Pengujian Hipotesis - Uji F (Simultan)

**Tabel 9. Hasil Uji F
ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	40.685	4	10.171	4.735	.002 ^b
	Residual	204.065	95	2.148		
	Total	244.750	99			

a. Dependent Variable: Minat nasabah

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, Keamanan, Persepsi Kemanfaatan

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS V25 (2023)

Berdasarkan tabel yang telah tertera diatas, hasil uji F telah menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, keamanan, dan kepercayaan = 0,002 dari nilai 0,05 dan Fhitung sebesar (4,735 > 2,697) yang menunjukkan bahwa Ho ditolak sedangkan Ha diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa faktor dan persepsi seperti persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, keamanan, dan kepercayaan memiliki pengaruh signifikan dalam mempengaruhi minat nasabah.

Pengujian Hipotesis - Uji R² (Koefisien Determinasi)

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.408 ^a	.166	.131	1.466

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, Keamanan, Persepsi Kemanfaatan

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS V25 (2023)

Berdasarkan tabel yang tertera diatas yang menunjukkan hasil uji koefisien determinasi yang memiliki nilai Adjust R Square sebesar 0,131 yang artinya variabel bebas seperti persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, keamanan, dan kepercayaan memiliki pengaruh sebesar 13,1% terhadap minat nasabah, sedangkan untuk persentase 86,9% dapat dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dicakup lebih dalam pada penelitian ini.

Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian yang dibahas sebelumnya yang telah diolah dengan aplikasi SPSS V25 telah ditunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan (X₁) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dengan nilai sig. (0,018 < 0,05) dan nilai t_{hitung} sebesar (-2,402 > 1,985). Hal ini dapat diindikasikan bahwa responden setuju dengan penggunaan mbanking BNI yang mudah dapat menarik minat mereka untuk menggunakan mbanking BNI. Kemudahan tersebut telah mengurangi waktu pengguna dalam melakukan transaksi perbankan yang secara sederhana dapat dikatakan efisien dan efektivitas terutama mahasiswa yang dapat melakukan pembayaran dengan mudah melalui teknologi perbankan baik dimana, dan kapan saja.

Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Nasabah

Terkait dengan hasil penelitian yang telah dikelola sebelumnya yang diolah dengan aplikasi SPSS V25 telah menunjukkan bahwa variabel persepsi kemanfaatan (X₂) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dengan nilai sig. (0,910 > 0,05) dan nilai t_{hitung} sebesar (0,113 < 1,985). Hal ini dapat dijelaskan bahwasannya dunia perbankan pada zaman sekarang sangatlah banyak yang dimana

terjadinya persaingan di dunia perbankan. Bank BNI bukan salah satu prioritas nasabah untuk bertransaksi di bank tersebut dikarenakan perusahaan perbankan lainnya juga bersaing dalam menciptakan aplikasi perbankan yang lebih bagus dari aplikasi mbanking BNI agar pengguna tertarik dalam menggunakannya yang dimana bukan hanya mencakup kemudahan, manfaat penggunaannya tetapi masih banyaknya fitur yang dimasukkan ke dalam aplikasi perbankan tersebut untuk menjadi yang paling sempurna.

Alasan yang bisa dikatakan mahasiswa tidak yakin dengan manfaat penggunaan aplikasi mbanking BNI dapat menarik minat nasabah dikarenakan manfaat yang didapatkan dari aplikasi mbanking BNI tersebut masih kurang berguna dalam membantu aktivitas perbankan dibandingkan dengan aplikasi perbankan lainnya seperti ketika sedang melakukan penyaluran dana ke tujuan rekening lain tetapi pada saat melakukan aktivitas tersebut, aplikasi mbankingnya mengalami kendala *error* yang dimana gagal untuk penyaluran dana nasabah. Sehingga persepsi kemanfaatan ini tidak menjadi salah satu alasan bagi responden dalam mempertahankan rasa minatnya terhadap penggunaan satu aplikasi perbankan saja.

Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Nasabah

Berdasarkan hasil analisis pada variabel keamanan yang diolah dengan SPSS V25 telah terbukti bahwa variabel keamanan (X_3) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dengan nilai sig. ($0,880 > 0,05$) dan nilai t_{hitung} sebesar ($0,152 < 1,985$). Keamanan dalam teknologi perbankan memang tergolong penting namun pendapat responden terhadap keamanan yang digunakan dalam aplikasi perbankan kurang setuju. Hal ini dapat dijelaskan bahwa keamanan yang ada dalam aplikasi perbankan tersebut masih kurang yang dimana masih banyaknya kasus penipuan atau peretasan akun yang membuat responden tidak yakin dengan keamanan dalam penggunaan aplikasi perbankan tersebut. Kasus tersebut banyak terjadi melalui link di whatsapp atau sms dan korban yang kena kasus tersebut bukan hanya kalangan orang tua tetapi orang muda juga bisa kena ketika tidak was-was sehingga keamanan bukan salah satu alasan utama dalam mempertahankan keminatan nasabah dalam menggunakan aplikasi perbankan.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah

Hasil penelitian yang berkaitan dengan variabel kepercayaan yang diolah dengan SPSS V25 telah menunjukkan bahwa variabel kepercayaan (X_4) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dengan nilai sig. ($0,001 < 0,05$) dan nilai t_{hitung} sebesar ($3,580 > 1,985$). Dalam menggunakan aplikasi perbankan, pokok utama yang diperlukan oleh nasabah ialah rasa kepercayaan terhadap penggunaan aplikasi perbankan tersebut yang dimana ketika terdapat rasa kepercayaan terhadap aplikasi perbankan tersebut maka pengguna akan tertarik untuk terus menggunakannya. Hal ini dapat diyakinkan bahwa mahasiswa mempercayai penggunaan aplikasi perbankan tersebut karena alasannya dapat menjaga datanya dengan aman, sejarah atau reputasi banknya yang baik, dan rekomendasi dari orang sekitarnya yang telah menggunakan aplikasi perbankan tersebut. Selain juga pelayanan yang diberikan oleh pihak perbankan kepada nasabah ketika

membutuhkan bantuan dikelola dengan baik sehingga responden mempercayai bahwa hal tersebut dapat meningkatkan minat nasabah.

Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Keamanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah

Hasil penelitian yang berkaitan dengan variabel kepercayaan yang dioah dengan SPSS V25 telah menunjukkan bahwa variabel kepercayaan (X4) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dengan nilai sig. ($0,001 < 0,05$) dan nilai thitung sebesar ($3,580 > 1,985$). Dalam menggunakan aplikasi perbankan, pokok utama yang diperlukan oleh nasabah ialah rasa kepercayaan terhadap penggunaan aplikasi perbankan tersebut yang dimana ketika terdapat rasa kepercayaan terhadap aplikasi perbankan tersebut maka pengguna akan tertarik untuk terus menggunakannya. Hal ini dapat diyakinkan bahwa mahasiswa mempercayai penggunaan aplikasi perbankan tersebut karena alasannya dapat menjaga datanya dengan aman, sejarah atau reputasi banknya yang baik, dan rekomend dari orang sekitarnya yang telah menggunakan aplikasi perbankan tersebut. Selain juga pelayanan yang diberikan oleh pihak perbankan kepada nasabah ketika membutuhkan bantuan dikelola dengan baik sehingga responden mempercayai bahwa hal tersebut dapat meningkatkan minat nasabah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diolah dengan SPSS V25 dan pembahasan yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya terkait dengan Faktor-faktor dan Persepsi Dalam Menggunakan *Mobile Banking* terhadap Minat Nasabah dapat disimpulkan bahwa Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah, sebaliknya Persepsi Kemanfaatan dan Keamanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah.

Terkait dengan kesimpulan yang telah diuraikan diatas maka adapun saran yang dapat disampaikan dalam penyempurnaan penelitian ini yang pada masa mendatangnya khusus bagi mahasiswa prodi akuntansi. Untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel yang lebih berkaitan dalam mempengaruhi Faktor – faktor dan Persepsi dalam Menggunakan *Mobile Banking* Terhadap Minat Nasabah, dan diharapkan peneliti selanjutnya dapat memperoleh sumber data melalui wawancara sebagai instrumen penelitian. Selain itu, bagi pembaca lainnya dapat dijadikan sebagai wawasan atau pengetahuan yang berguna terkait dengan penggunaan aplikasi perbankan di masa sekarang maupun mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Caroline, C. C., & Hastuti, T. D. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan M-Banking Berdasarkan Teori TAM. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 9, No. 2.
- Erdem, A., Pala, U., Ozkan, M., & Sevim, U. (2019). Factors Affecting Usage Intention of Mobile Banking: Empirical Evidence from Turkey. *Journal of Business Research-Turk*.

- Fernos, J., & Alfadino, M. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Kota Baru, Dharmasraya. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 16, No. 2.
- Hamka, N. I., Latief. Fitriani, & Ngandoh, A. M. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Makassar. *Jurnal Nobel Management*, 3, No. 3.
- Kota, T. P., & Kusumastuti, S. Y. (2022). Analisis Pengaruh Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM). *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 10, No. 2.
- Mukhtisar, Tarigan, I. R. R., & Evriyenni. (2021). Pengaruh Efisiensi, Keamanan, dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking. *Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 3, No. 1.
- Pranoto, M. O., & Setianegara, R. G. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking. *Keunis Majalah Ilmiah*, 8, No. 1.
- Purba, D. P. D., & Tipa, H. (2024). Analisis Rasio Keuangan terhadap Kinerja Keuangan pada Bank Perkreditan Rakyat di Kota Batam. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan, & Bisnis Syariah*, 6, No.2.
- Putra, M. I. A., & Sari, R. C. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Dengan Gender Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*.
- Setyono, J. (2023). Intention to Use Islamic Mobile Banking: Integration of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior with Trust. *Journal of Islamic Economics and Banking*.
- Wandi, J., Bachri, S., & Parubak, B. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Keuntungan, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Nasabah BNI Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, 6, No. 1.