

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Telaah Pustaka

1. Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

Model teori UTAUT dikembangkan oleh Venkatesh. Teori ini disusun berdasarkan model-model penerimaan teknologi sebelumnya seperti *Theory of Reason Action (TRA)*, *Theory of Planned Behaviour (TPB)*, *Task-Fit Technology*, dan terutama adalah model *Technology of Acceptance Model (TAM)*. UTAUT bertujuan untuk menjelaskan minat seseorang untuk menggunakan atau menggunakan suatu sistem informasi teknologi dan perilaku pengguna berikutnya.

Teori ini dirumuskan dengan empat macam penentu inti (*core determinants*) dari minat menggunakan atau menggunakan dan perilaku menggunakan sistem informasi teknologi. Keempat *core determinants* yang dimaksud adalah pertama, ekspektasi terhadap kinerja (*performance expectancy*), yaitu sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan sistem akan memebantunya untuk mencapai hasil-hasil dalam kinerja pekerjaan. Kedua, ekspektasi terhadap upaya (*Effort Expectancy*), yaitu sejauh mana tingkat kemudahan yang terkait dengan penggunaan dari sistem. Ketiga, pengaruh sosial (*Socal Influence*), yaitu sejauh mana persepsi suatu individu akan keyakinan orang lain dalam menggunakan sistem baru. Keempat, kondisi yang mendukung (*facilitating conditions*), yaitu sejauh mana suatu individu percaya bahwa infrastruktur organisasi dan teknis harus ada untuk mendukung penggunaan sistem (Venkantesh et. al, 2003).

UTAUT berasumsi bahwa kepercayaan tentang manfaat kegunaan dan kemudahan penggunaan menjadi faktor penentu adopsi teknologi informasi yang utama dalam sebuah organisasi. Dalam UTAUT terdapat faktor-faktor penentu yang bertindak sebagai dasar bagi sikap kearah penggunaan sistem tertentu, yang pada akhirnya akan menentukan niat menggunakan dan kemudian menghasilkan perilaku pemakaian yang nyata (Mahendra dan Affandy, 2013)

2. Ekspektasi Kinerja (Performance Expectancy)

Ekspektasi kinerja adalah keyakinan seseorang dalam pengerjaan suatu pekerjaannya akan terbantu apabila menggunakan sebuah sistem. Jogiyanto (2007) mendefinisikan ekspektasi kinerja (*Performance Expectancy*) sebagai seberapa tinggi seseorang percaya bahwa menggunakan sistem akan membantu dia untuk mendapatkan keuntungan-keuntungan kinerja di pekerjaannya. Konsep ini menggambarkan manfaat sistem bagi pemakainya yang berkaitan dengan *perceived usefullness*, motivasi ekstrinsik (*extrinsic motivation*), *job fit* dan keuntungan relatif (Vankatesh, 2003).

Seseorang menggunakan *mobile banking* apabila orang tersebut percaya bahwa *mobile banking* dapat memberikan manfaat terhadap pekerjaannya dan pencapaian prestasi kerjanya. Para nasabah berharap memperoleh manfaat, pada saat nasabah melaksanakan tugas dan pekerjaan rutusnya setelah ia menggunakan *mobile banking*. Pengukuran kemanfaatan tersebut dilihat berdasarkan frekuensi

penggunaan aplikasi yang dijalankan. Oleh karena itu tingkat kemanfaatan *mobile banking* akan mempengaruhi sikap nasabah terhadap sistem tersebut (Hadi dan Novi, 2014).

Davis, F.D. (1989) mendefinisikan kemanfaatan (*usefulness*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu subyek tertentu akan dapat meningkatkan prestasi kerja orang tersebut. Chin dan Todd (1995) memberikan dimensi tentang kemanfaatan TI, yaitu menjadikan pekerjaan lebih mudah, bermanfaat, menambah produktivitas, mempertinggi efektivitas, dan meningkatkan kinerja pekerjaan. Dari beberapa penjelasan yang telah disampaikan di atas, dapat disimpulkan bahwa seseorang mempercayai dan merasakan dengan menggunakan suatu teknologi informasi akan sangat berguna dan dapat meningkatkan kinerja dan prestasi kerja.

3. Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*)

Ekspektasi usaha (*Effort Expectancy*) didefinisikan sebagai tingkat kemudahan (*ease of use*) yang dihubungkan dengan penggunaan suatu sistem. Kalau sistem mudah digunakan, maka usaha yang dilakukan tidak terlalu tinggi dan sebaliknya jika suatu sistem sulit untuk digunakan, maka diperlukan usaha yang tinggi untuk menggunakannya (Jogiyanto, 2007). Kemudahan penggunaan teknologi informasi akan menimbulkan perasaan dalam diri seseorang bahwa sistem itu mempunyai kegunaan dan karenanya menimbulkan rasa yang nyaman bila bekerja dengan menggunakannya (Priyo, 2016).

Kemudahan penggunaan *mobile banking* memiliki makna bahwa layanan *mobile banking* oleh pihak bank akan mudah dipahami dan mudah untuk digunakan, sehingga nasabah dapat dengan mudah mempelajari tata cara bertransaksi menggunakan *m-banking*. Penerimaan penggunaan sebuah sistem juga turut dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan sistem tersebut. Ini merupakan refleksi psikologis pengguna untuk lebih bersikap terbuka terhadap sesuatu yang mudah dipahami. Kemudahan tersebut dapat mendorong seseorang untuk menerima dan menggunakan sebuah sistem (Hadi dan Novi, 2014).

Davis (1989) memberikan beberapa indikator kemudahan penggunaan teknologi informasi, yaitu: TI sangat mudah dipahami, TI mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh penggunanya, ketrampilan pengguna akan bertambah dengan menggunakan TI, dan TI tersebut sangat mudah untuk dioperasikan. Dari penjelasan tersebut pengguna teknologi informasi mempercayai bahwa teknologi informasi yang lebih fleksibel, mudah dipahami dan mudah dalam hal pengoperasiannya akan menimbulkan minat dalam menggunakan teknologi informasi tersebut dan seterusnya.

4. Kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*)

Kondisi yang memfasilitasi (*Facilitating Conditions*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa infrastruktur organisasional dan teknis tersedia untuk mendukung

sistem (Jogiyanto, 2007). Menurut Fiddin, Kamaliah, dan Hardi (2013) berpendapat, bahwa kondisi yang memfasilitasi pemakai merupakan tingkat keyakinan individu bahwa infrastruktur organisasi maupun dukungan teknis dan non teknis dari tenaga ahli dalam pegoperasian sistem disuatu organisasi telah memadai untuk penggunaan sistem sehingga mendorong minat individu untuk menggunakan sistem yang ada dalam organisasi. Dengan adanya kondisi yang memfasilitasi akan meningkatkan penggunaan dari sebuah sistem. Dalam hal pemanfaatan dan penggunaan sebuah sistem, faktor-faktor yang mendukung dalam penggunaan sistem merupakan sebuah kondisi yang memfasilitasi, seperti adanya media dalam penggunaan sistem dan memberikan pelatihan terhadap penggunaan system.

5. Faktor Sosial (Social Influence)

Pengaruh sosial merupakan sejauh mana seorang individual mempersepsikan kepentingan yang dipercaya oleh orang-orang lain yang akan mempengaruhinya menggunakan sistem baru (Jogiyanto, 2007). Menurut Davis *et al.*, (2000), pengaruh sosial mempunyai dampak pada perilaku individual melalui tiga mekanisme yaitu ketaatan (*compliance*), internalisasi (*internalization*), dan identifikasi (*identification*). Dapat disimpulkan bahwa semakin banyak pengaruh yang diberikan sebuah lingkungan terhadap calon pengguna teknologi informasi untuk menggunakan suatu teknologi informasi yang baru maka semakin besar minat yang timbul dari personal calon pengguna

tersebut dalam menggunakan teknologi informasi tersebut karena pengaruh yang kuat dari lingkungan sekitarnya.

Herbert Kelman (1958) mengidentifikasi tiga varietas luas dari faktor sosial:

- a. Kepatuhan adalah ketika orang tampaknya setuju dengan orang lain, namun sebenarnya tetap tidak setuju dan sesuai pendapat mereka pribadi.
- b. Identifikasi adalah ketika orang dipengaruhi oleh seseorang yang disukai dan dihormati, seperti selebriti terkenal atau seorang pemain favorit.
- c. Internalisasi adalah ketika orang menerima keyakinan atau perilaku dan setuju baik umum dan pribadi.

Dalam konsep ini terdapat gabungan variabel-variabel yang diperoleh dari model penelitian sebelumnya tentang model penerimaan dan penggunaan teknologi. Adapun variabel tersebut adalah:

- a. Norma subyektif (*subjective norms*)
- b. Gambaran (*image*)

Menurut Davis (2000), pengaruh sosial mempunyai dampak pada perilaku individual melalui tiga mekanisme yaitu ketaatan (*compliance*), internalisasi (*internalization*), dan identifikasi (*identification*). Dapat disimpulkan bahwa semakin banyak pengaruh yang diberikan sebuah lingkungan terhadap calon pengguna teknologi informasi untuk menggunakan suatu teknologi informasi yang baru

maka semakin besar minat yang timbul dari personal calon pengguna tersebut dalam menggunakan teknologi informasi tersebut karena pengaruh yang kuat dari lingkungan sekitarnya.

6. Persepsi Kredibilitas

Persepsi kredibilitas sebagai faktor yang mencerminkan keamanan dan privasi penggunaan *mobile banking*. Alasan keamanan tentu saja karena banyaknya penipuan dan pencurian data dalam penggunaan *mobile banking*, nasabah akan diberikan sandi sebelum melakukan transaksi. Bank syariah tentu saja memegang peranan penting dalam mengamankan data dari nasabah, artinya bank syariah harus memegang amanah yang diberikan nasabah, sehingga mengurangi kemungkinan terjadinya penipuan maupun pencurian data nasabah.

Keamanan data merupakan hal yang penting diperhatikan dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Dalam transaksi *online*, risiko hilangnya kerahasiaan merupakan faktor signifikan yang mempengaruhi kepercayaan dan penggunaan. Sudah banyak survei yang menemukan adanya kekhawatiran yang tinggi dari nasabah tentang kerahasiaan data pribadi mereka saat bertransaksi secara *online* (Maharsi dan Fenny, 2006).

Kekhawatiran utama bagi pengguna *mobile banking* adalah kurangnya pengendalian terhadap kerahasiaan informasi yang mengakibatkan penyalahgunaan data pribadi. Pihak penyedia layanan

mobile banking harus dapat menjamin keamanan data nasabah. Bank harus menyediakan teknologi keamanan data yang sesuai standar, sehingga data pelanggan tidak dapat dicuri dan disalahgunakan oleh orang yang tidak bertanggungjawab. Sistem maupun jaringan *mobile banking* telah menggunakan pengamanan yang seoptimal mungkin. Kondisi pengamanan *mobile banking* juga selalu dipantau dan ditingkatkan, sejalan dengan perkembangan teknologi dan ancaman yang ada. Adanya jaminan keamanan dari pihak bank akan menimbulkan rasa percaya serta menarik minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* (Hadi dan Novi, 2014).

7. Minat Menggunakan Mobile Banking

Menurut Jogiyanto (2007), Minat perilaku (*behavioral intention*) adalah keinginan (Minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Ini berarti bahwa Minat seseorang untuk melakukan perilaku diprediksi oleh sikapnya terhadap perilakunya dan bagaimana dia berpikir orang lain akan menilainya jika dia melakukan perilaku tersebut.

Minat pemanfaatan sistem informasi (*behavioral intention*) didefinisikan sebagai tingkat keinginan atau niat pemakai menggunakan sistem secara terus menerus dengan asumsi bahwa mereka mempunyai akses terhadap informasi. Seorang akan berminat menggunakan suatu teknologi informasi yang baru apabila si pengguna tersebut meyakini dengan menggunakan teknologi informasi tersebut

akan meningkatkan kinerjanya, menggunakan teknologi informasi dapat dilakukan dengan mudah, dan si pengguna tersebut mendapatkan pengaruh lingkungan sekitarnya dalam menggunakan teknologi informasi tersebut (Jatmiko, 2012).

Menurut H.C Witheringston (1978) dalam buku terjemahan M. Buchori di buku *Psychology Pendidikan* arti minat adalah kesadaran seseorang, bahwa suatu obyek, seseorang, suatu soal atau suatu situasi mengandung sangkut paut dengan dirinya. Minat harus dipandang sebagai suatu sambutan yang sadar, kalau tidak demikian minat tidak memiliki arti sama sekali. Dengan kata lain, seseorang tidak akan memiliki minat jika tidak ada sesuatu yang melandasi.

Davis *et al.*, (1989) mengemukakan bahwa adanya manfaat yang dirasakan oleh pemakai SI akan meningkatkan minat mereka untuk menggunakan SI. Minat menggunakan *M-Banking* berarti seseorang memiliki ketertarikan dan mengetahui adanya manfaat dari penggunaan *m-banking* dalam memenuhi sebagian kebutuhan perbankannya.

8. Mobile Banking

Teknologi informasi ikut mewarnai dunia perbankan. Kehadiran sistem *online* yang ditangani oleh teknologi komputer dan teknologi komunikasi memungkinkan nasabah bertransaksi dari kantor cabang dari bank yang sama (atau secara terbatas dari bank berbeda) yang berada dimana saja. Pada perkembangan selanjutnya, sistem tersebut

dilengkapi dengan mesin-mesin Anjungan Tunai Mandiri atau *Automatic Teller Machine*, biasa disebut dengan ATM. Melalui ATM memungkinkan nasabah bertransaksi tanpa harus bergantung oleh jam kerja bank. Tidak puas dengan model pelayanan seperti itu, pihak bank juga mengembangkan layanan dengan telepon selular, yang dikenal dengan *mobile banking* (Hadi dan Novi, 2014).

Mobile Banking (yang juga dikenal sebagai *M-Banking*, *SMSbanking*, dan lain sebagainya) merupakan sebuah terminal yang digunakan sebagai *performing balance checks*, transaksi keuangan, pembayaran dan sebagainya. Dengan menggunakan alat bergerak seperti *mobile phone*. *Mobile banking* saat ini kebanyakan ditunjukkan via SMS atau *Mobile Internet* tetapi dapat juga menggunakan program pendownload *mobile device* (Buse dan Tiwari, 2007).

Jasa *mobile banking* memiliki produk-produk seperti *smsbanking*, *mobile phone banking* dan lain sebagainya. Jasa *mobile banking* merupakan modifikasi dari layanan *internet banking* yang menghubungkan bank dengan klien dari jarak jauh melalui jaringan internet. Kedua tipe tersebut mempunyai manfaat bagi bank, yakni dapat menurunkan biaya transaksi bank itu sendiri. Dari poin diatas, dapat diartikan bahwa layanan *mobile banking* dapat mengoperasikan layanan bank melalui *mobile device* (Mallat, Rossi, dan Tuunainen, 2004).

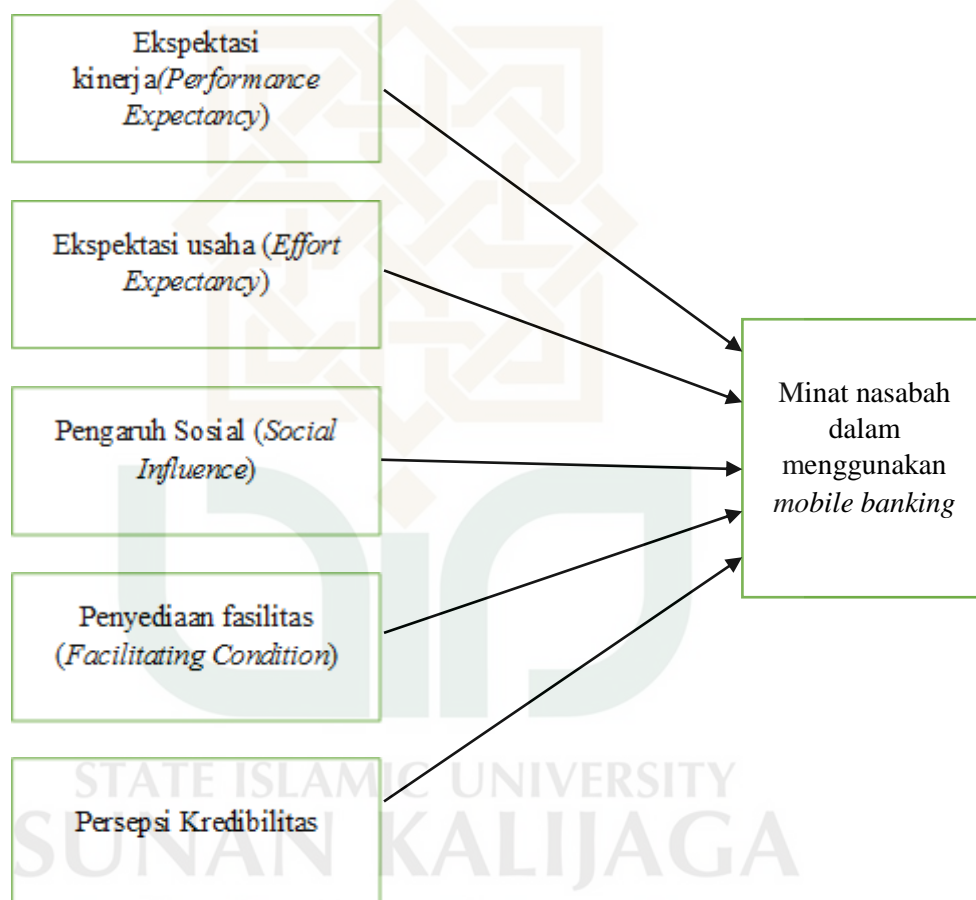
B. Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Variabel Peneliti	Hasil Penelitian
1.	Ni Wayan Dewi Mas Yogi Pertiwi dan Dodik Ariyanto	Variabel Independent meliputi: Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial budaya, motivasi hedonis, nilai harga, kondisi yang memfasilitasi, kebiasaan. Variabel dependen adalah Minat penggunaan dan perilaku penggunaan <i>mobile banking</i>	ekspektasi kinerja berpengaruh positif pada minat penggunaan <i>mobile banking</i> , kemudian kebiasaan dan minat penggunaan berpengaruh positif pada perilaku penggunaan <i>mobile banking</i> . Ekspektasi usaha, faktor sosial budaya, motivasi hedonis, dan nilai harga tidak berpengaruh pada minat penggunaan <i>mobile banking</i> , serta kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh pada perilaku penggunaan <i>mobile banking</i> .
2.	Wahyu Meiranto	Variabel independent meliputi: Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, persepsi kredibilitas, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi Variabel dependent adalah minat penggunaan teknologi M-Dinar dan penggunaan teknologi m-Dinar.	Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, persepsi kredibilitas, kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh terhadap minat seseorang untuk menggunakan M-Dinar, sedangkan pengaruh sosial berpengaruh terhadap minat menggunakan M-Dinar. Kondisi yang memfasilitasi dan minat menggunakan teknologi M-Dinar tidak mempunyai pengaruh terhadap perilaku untuk menggunakan teknologi M-Dinar.
3.	Lovianevy Firtian Soebali Putri dan Irfan Mahendra (Program Studi	Varibel independent meliputi: Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, persepsi	<i>performance expectancy</i> dan <i>social influence</i> yang memiliki pengaruh positif dan

	Sistem Informasi STMIK Nusa Mandiri Jakarta)	kredibilitas, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi. Variabel dependent: perilaku menggunakan aplikasi Go-jek.	signifikan terhadap perilaku menggunakan (<i>use behavior</i>) Aplikasi Gojek. Sementara faktor <i>effort expectancy</i> dan <i>facilitating condition</i> tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku menggunakan (<i>use behavior</i>) Aplikasi Gojek.
4.	Drajat Priyo Tri Atmojo (Program Studi Strata I Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember)	Variabel Independent meliputi: Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial, kondisi yang memfasilitasi. Variabel dependent adalah Minat pemanfaatan sistem informasi dan penggunaan sistem informasi	Variabel ekspektasi kinerja, faktor sosial tidak memiliki pengaruh terhadap minat pemanfaatan SI dan penggunaan SI. Variabel ekspektasi usaha dan kondisi yang memfasilitasi memiliki pengaruh terhadap minat pemanfaatan SI dan penggunaan SI.
5.	Erick Andika (Program Studi Teknik Komputer, Politeknik Sukabumi Jl. Babakan Sirna No. 25 Kota Sukabumi, Indonesia), Djajasukma, Herry Heryanto (Program Magister Sistem Informasi, Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer LIKMI Jl. Ir. H. Juanda No. 96 Bandung, Indonesia)	Variabel independent meliputi: Harapan kinerja (<i>performance expectancy</i>), harapan usaha (<i>effort expectancy</i>), pengaruh sosial (<i>social influence</i>), penyediaan fasilitas (<i>facilitating conditions</i>), <i>user satisfaction</i> , <i>net benefit</i> . Variabel dependent adalah <i>behavioral intention</i> .	<i>Performance expectancy</i> , <i>Effort Expectancy</i> , <i>Facilitating Conditions</i> , <i>Social Influence</i> terbukti secara empiris berpengaruh terhadap <i>Behavioral Intention</i> . <i>Behavioral Intention</i> terbukti secara empiris berpengaruh terhadap <i>User Satisfaction</i> dan <i>Net Benefits</i> .

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir akan menggambarkan hubungan antar variabel-variabel yang akan di uji pada penelitian ini. Adapun gambar kerangka berpikir sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

D. Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Ekspektasi kinerja terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*

Dalam UTAUT ekpektasi kinerja/harapan kinerja (*performance expectancy*) mirip dengan manfaat yang dirasakan (*perceived*

usefulness) dari TAM/TAM2. Semuanya menjelaskan tentang sejauh mana individu-individu percaya bahwa dengan menggunakan sebuah sistem dapat membantu mencapai keuntungan dalam pekerjaan mereka (Venkatesh et al., 2003).

Penelitian Ni Wayan & Dodit (2017), Lovianevy & Irfan (2017), dan Erick & Herry (2016) menunjukkan hasil yang mendukung bahwa ekspektasi kinerja merupakan faktor penentu yang signifikan terhadap minat individu dalam menggunakan sistem. Pada penelitian Wahyu Merianto (2012) dan Drajat Priyo (2016) menunjukkan tidak adanya hubungan yang signifikan antara ekspektasi kinerja dengan minat individu dalam menggunakan sistem. Dalam penelitian ini, peneliti menguji kembali apakah ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

H1: Ekspektasi Kinerja berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

2. Pengaruh ekspektasi usaha terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*

Ekspektasi usaha dalam UTAUT memiliki kesamaan dengan kemudahan penggunaan (*perceived easy of use*) dari TAM. Ekspektasi usaha/harapan usaha menurut UTAUT menjelaskan persepsi pengguna tentang tingkat kemudahan terkait dengan penggunaan sebuah sistem, dalam hal ini berkaitan dengan kemudahan belajar untuk menggunakan atau terampil menggunakan *mobile banking* (Venkatesh et al., 2003).

Penelitian Drajat Priyo (2016) dan Erick & Herry (2016) menunjukkan hasil yang mendukung bahwa ekspektasi usaha merupakan faktor penentu yang signifikan terhadap minat individu untuk menggunakan sistem. Sedangkan pada penelitian Ni Wayan & Dodit (2017), Wahyu Merianto (2012), dan Lovianevy & Irfan (2017) menunjukkan tidak adanya hubungan yang signifikan antara ekspektasi usaha dengan minat individu dalam menggunakan sistem. Dalam penelitian ini, peneliti ingin menguji kembali apakah ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

H2: Ekspektasi Usaha berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

3. Pengaruh penyediaan fasilitas terhadap minat menggunakan *mobile banking*

Kondisi memfasilitasi dalam UTAUT mencerminkan pengaruh ketersediaan infrastruktur pengguna dan teknis untuk mendukung penggunaan *mobile banking*, seperti pengetahuan dan sumber daya lainnya (L. Rema dan Djoko, 2016).

Penelitian Drajat Priyo (2016) dan Erick & Herry (2016) menunjukkan hasil yang mendukung bahwa pengaruh kondisi yang memfasilitasi merupakan faktor penentu yang signifikan terhadap minat individu dalam menggunakan sistem. Sedangkan pada penelitian Ni Wayan & Dodit (2017), Wahyu Merianto (2016), dan Lovianevy

&Irfan (2017) menunjukkan tidak adanya hubungan antara kondisi yang memfasilitasi dengan minat individu dalam menggunakan sistem. Dalam penelitian ini, peneliti ingin menguji kembali apakah kondisi yang memfasilitasi berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

H3: kondisi yang memfasilitasi berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

4. Pengaruh pengaruh sosial terhadap minat menggunakan *mobile banking*

Pengaruh sosial mirip dengan norma subyektif dari TRA, TAM2. Menurut UTAUT pengaruh sosial berpengaruh langsung terhadap niat perilaku. Pengaruh sosial didefinisikan sebagai derajat seorang individu merasakan bahwa penting bagi orang lain untuk percaya bahwa ia menggunakan teknologi terkini yang sesuai dengan harapan orang lain (Venkatesh et al., 2003).

Penelitian Wahyu Merianto (2016), Lovianevy &Irfan (2017), dan Erick & Herry (2016) menunjukkan hasil yang mendukung bahwa pengaruh sosial merupakan faktor penentu yang signifikan terhadap minat individu dalam menggunakan sistem. Sedangkan penelitian Ni Wayan & Dodit (2017), Drajat Priyo (2016) menunjukkan tidak adanya hubungan antara pengaruh sosial dengan minat individu dalam menggunakan sistem. Dalam penelitian ini, peneliti ingin menguji

kembali apakah pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

H4: Pengaruh Sosial berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

5. Pengaruh persepsi kredibilitas terhadap minat menggunakan *mobile banking*

Persepsi Kredibilitas merupakan faktor yang mencerminkan keamanan dan privasi pengguna. Persepsi kredibilitas didefinisikan oleh Wang, et al, 2003 dalam Ramadhan dan Sri, 2016) sebagai perilaku dimana seseorang percaya transaksi dan privasi informasi mereka dijaga dengan aman yang akan mempengaruhi penerimaan mereka terhadap suatu sistem teknologi. Keamanan kepada perlindungan informasi atau sistem pengguna dari penipuan atau tindak kejahatan lainnya. Persepsi kredibilitas perlu ditambahkan karena Persepsi kredibilitas telah terbukti secara empiris mempengaruhi *user acceptance* (Wang et al., 2003 dalam Ramadhan dan Sri, 2016). Selain itu alasan menambahkan variabel Persepsi kredibilitas karena banyaknya modus penipuan serta pengaman apabila terjadi kesalahan yang tidak disengaja.

Penelitian Wahyu Merianto (2012) menunjukkan hasil yang mendukung bahwa persepsi kredibilitas merupakan faktor penentu yang signifikan terhadap minat individu untuk menggunakan sistem. Dalam penelitian ini, peneliti ingin menguji kembali apakah persepsi

kredibilitas berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

H5: Persepsi kredibilitas berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dan menggunakan pendekatan yang bersifat lapangan. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. (Sugiyono, 2013: 13).

B. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis data yang digunakan, yaitu:

a. Data Primer

Data primer mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi (Sekaran, 2006: 60). Metode pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan data primer dalam penelitian ini adalah dengan kuesioner. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh nasabah Bank BNI Syariah Yogyakarta yang menjadi sampel penelitian.

b. Data Sekunder

Data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan oleh seseorang, dan bukan peneliti yang melakukan studi mutakhir. Data tersebut bisa merupakan internal atau eksternal organisasi dan diakses melalui internet, penelusuran dokumen, atau publikasi informasi (Sekaran, 2006:65). Penelitian ini menggunakan data sekunder dengan mengumpulkan jurnal ilmiah, studi kepustakaan, dan data-data statistik baik dalam bentuk buku ataupun dari internet yang relevan dengan penelitian ini.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket. Angket adalah bentuk teknik pengumpulan data primer yang sangat populer dalam pendekatan kuantitatif, disamping teknik tes dan observasi, wawancara, atau FCD (Indrawan dan Poppy, 2014). Penelitian ini menggunakan data primer berupa kuesioner dari nasabah Bank BNI Syariah Yogyakarta. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BNI Syariah KC Yogyakarta yang belum menggunakan mobile banking.

D. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian atau hal minat yang ingin peneliti investigasi (Sekaran, 2006:121). Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2013: 119). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah bank BNI Syariah Yogyakarta yang belum menggunakan *mobile banking*. Dalam hal ini, peneliti mengambil sampel yang belum menggunakan karena berdasarkan pengertian minat menurut Jogiyanto adalah sebuah sikap ketertarikan atau keinginan akan sesuatu hal.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi. Sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dengan kata lain, sejumlah tapi tidak semua, elemen populasi akan membentuk sampel (Sekaran, 2006: 123). Sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah *sampling insidental*. *Sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sbagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2013).

Penentuan jumlah sampel yang dikembangkan oleh Roscoe adalah sebagai berikut:

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian antara 30 sampai 500
2. Bila sampel dibagi dengan kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta, dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali jumlah variabel yang diteliti. Misalnya, jumlah variabel penelitiannya ada 5 (independent + dependent), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$
4. Untuk penelitian yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20 (Sugiyono, 2013:130).

Jadi, menurut teori yang dikatakan oleh Roscoe, peneliti menggunakan aturan dipoin ketiga, dimana dalam penelitian ini menggunakan 6 variabel penelitian (independent + dependent) dikalikan 10. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 60 sampel yaitu nasabah Bank BNI Syariah Yogyakarta yang belum menggunakan *mobile banking*.

E. Definisi Operasional Variabel

a. Variabel dependent

Variabel dependent adalah variabel yang memberikan reaksi atau respon jika dihubungkan dengan variabel independent (Sarwono, 2013). Variabel dependent dalam penelitian ini adalah minat nasabah dalam menggunakan mobile banking, yang disimbolkan dalam huruf Y.

b. Variabel Independent

Variabel independent merupakan variabel stimulus atau variabel yang mempengaruhi variabel lain (Sarwono, 2013). Variabel independent dalam penelitian ini adalah ekspektasi kinerja (X1), ekspektasi usaha (X2), pengaruh sosial (X3), penyediaan fasilitas (X4), persepsi kredibilitas (X5) .

Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Ekspektasi Kinerja (X1)	Ekspektasi kinerja adalah keyakinan seseorang dalam pengerjaan suatu pekerjaannya akan terbantu apabila menggunakan sebuah sistem	Manfaat, kemudahan, efisien, efektif,	Likert
Ekspektasi Usaha (X2)	Ekspektasi usaha didefinisikan sebagai tingkat	Mudah dipelajari, mudah	Likert

	kemudahan (<i>ease of use</i>) yang dihubungkan dengan penggunaan suatu system	digunakan, efektif dan efisien	
Kondisi yang memfasilitasi (X3)	Kondisi yang memfasilitasi didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa infrastruktur organisasional dan teknikal tersedia untuk mendukung sistem	Kepemilikan sumber daya, fasilitas call center, fasilitas dari <i>mobile banking</i>	Likert
Pengaruh Sosial (X4)	Pengaruh sosial merupakan sejauh mana seorang individual mempersepsikan kepentingan yang dipercaya oleh orang-orang lain yang akan mempengaruhinya menggunakan sistem baru	Pengaruh tren, pengaruh orang terdekat, promosi bank, lingkungan	Likert
Persepsi Kredibilitas (X5)	Persepsi Kredibilitas merupakan faktor yang mencerminkan keamanan dan privasi pengguna	Kesan aman, dipercaya, keamanan	Likert
Minat Nasabah dalam Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Y)	Minat pemanfaatan sistem informasi (<i>behavioral intention</i>) didefinisikan	Keinginan menggunakan, akan tetap	Likert

	sebagai tingkat keinginan atau niat pemakai menggunakan sistem secara terus menerus dengan asumsi bahwa mereka mempunyai akses terhadap informasi	menggunakan dimasa depan	
--	---	--------------------------	--

F. Metode Analisis Data

a. Uji Validitas

Validitas menguji instrumen yang dipilih, apakah memiliki tingkat ketepatan untuk mengukur apa yang semestinya diukur, atau tidak (Indrawan dan Poppy, 2014). Uji validitas yaitu, yaitu kita mendalami persoalan otentisitas hubungan sebab dan akibat (validitas internal) dan generalisasinya untuk lingkungan eksternal (validitas eksternal). Ada beberapa uji validitas yang digunakan untuk menguji ketepatan ukuran, demi kejelasan dapat dilakukan dengan mengelompokan uji validitas ke dalam tiga bagian besar: validitas isi, validitas berdasar kriteria, dan validitas konsep (sekaran, 2006: 43). Dalam penelitian ini, pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi 2 arah (*sig 2-Tailed*), jika signifikansi 2 arah (*sig 2-Tailed*) < 0,05 maka pertanyaan tersebut dikatakan valid, dan juga sebaliknya jika signifikansi 2 arah (*sig 2-*

Tailed) $> 0,05$ maka butir pertanyaan dikatakan tidak valid (Ghozali, 2016).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas atau keandalan adalah suatu pengukuran yang menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa bias (bebas kesalahan) dan karena itu menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan lintas beragam item dalam instrumen. Dengan kata lain, keandalan suatu pengukuran merupakan indikasi mengenai stabilitas dan konsistensi dimana instrumen mengukur konsep dan membantu menilai ketepatan sebuah pengukuran (Sekaran, 2006: 40). Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk uji realibilitas adalah metode *Cronbach's Alpha*. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* (α) $> 0,6$ maka dapat dinyatakan bahwa variabel tersebut reliabel dan dapat dilanjutkan pada tahap analisis berikutnya.

c. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas yaitu pengujian apakah data sampel yang diambil telah mengikuti sebaran distribusi normal. Sebaran ini dapat dilihat dari tabel histogram atau plot datanya. Normalitas penting untuk statistik inferensial yang bertujuan untuk membuat generalisasi hasil analisis data sampel (Ghozali, 2006).

b) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas atau bisa juga disebut sebagai uji homogenitas merupakan uji yang menggunakan scatter plot nilai residual variabel dependen. Pengambilan kesimpulan diketahui dari memerhatikan sebaran plot data. Jika sebaran data tidak mengumpul disatu sudut/bagian maka dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas, sehingga dikatakan data adalah homogen (Ghozali, 2006).

c) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas, sering juga disebut uji independensi. Uji multikolinier akan menguji apakah antara sesama prediktor mempunyai hubungan yang besar atau tidak. Jika sesama prediktor mempunyai hubungan yang kuat berarti antar prediktor tidak independen. Hal ini dapat menyebabkan korelasi prediktor dengan kriterium kecil serta tidak signifikan (Ghozali, 2006).

d. Analisis Regresi berganda

Regresi berganda, merupakan satu variabel metrik dependen yang diprediksi oleh beberapa variabel metrik independent. Regresi berganda merupakan perluasan dari regresi linier sederhana. Regresi berganda dipakai sebagai alat deskriptif pada tiga jenis situasi. Pertama, regresi ini sering kali digunakan untuk mengembangkan sebuah persamaan estimasi pembobot sendiri yang memprediksi nilai-nilai untuk sebuah variabel kriteria dari nilai-nilai beberapa variabel memprediksi. Kedua, aplikasi deskriptif dari regresi berganda adalah

pada pengendalian variabel-variabel pembaur agar dapat dilakukan evaluasi yang lebih baik pada variabel-variabel lain. ketiga, regresi berganda ini adalah untuk menguji dan menjelaskan teori sebab akibat (Indrawan dan Poppy, 2014). Analisis regresi berganda dilakukan untuk menguji pengaruh simultan dari beberapa variabel bebas terhadap satu variabel terikat yang berskala interval (Sekaran, 2006: 299). Persamaan regresi linear berganda dinyatakan dalam formula:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana :

Y = variabel dependen

a = bilangan konstanta

X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 = variable independen

e = Error

e. Uji Hipotesis

1. Uji F (Simultan)

Uji statistik F digunakan untuk menguji apabila variabel bebas secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak signifikan dengan variabel terikat. Langkah-langkahnya sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka variabel independent (CSR dimensi *economic*, CSR dimensi *legal*, CSR dimensi *ethical*, CSR dimensi *philantropic*) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (kinerja organisasi).

2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka variabel independent (CSR dimensi *economic*, CSR dimensi *legal*, CSR dimensi *ethical*, CSR dimensi *philantropic*) secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (kinerja organisasi).

1. Uji t (Parsial)

Menurut Ghozali (2011) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen. Uji t parsial bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara parsial (sendiri) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol atau satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen (Ghozali, 2016).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Deskripsi Penelitian

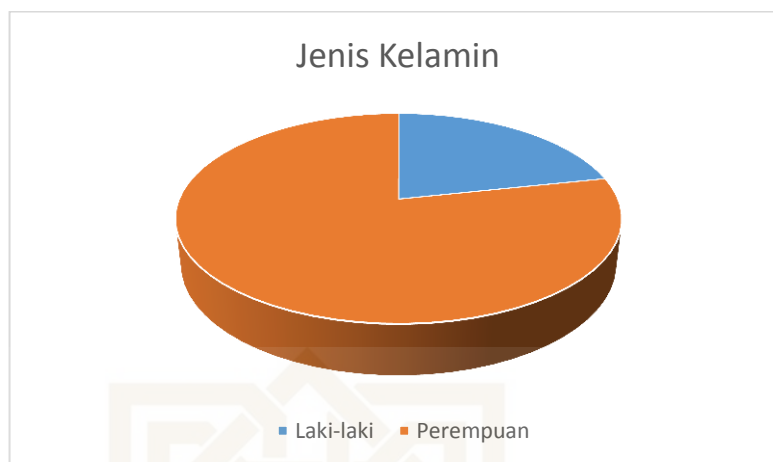
Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada nasabah BNI Syariah Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah BNI Syariah Yogyakarta. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner ke nasabah Bank BNI Syariah Yogyakarta sebagai responden dalam penelitian, metode pengumpulan data yang digunakan yaitu *accidental sampling*. Peneliti menyebarkan kuesioner secara langsung kepada nasabah di bank BNI Syariah. Jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 60 responden.

2. Karakteristik Demografi Responden

Karakter responden akan dianalisis dari 5 hal, yaitu jenis kelamin, usia, penghasilan, pekerjaan, dan tingkat pendidikan.

a. Jenis Kelamin

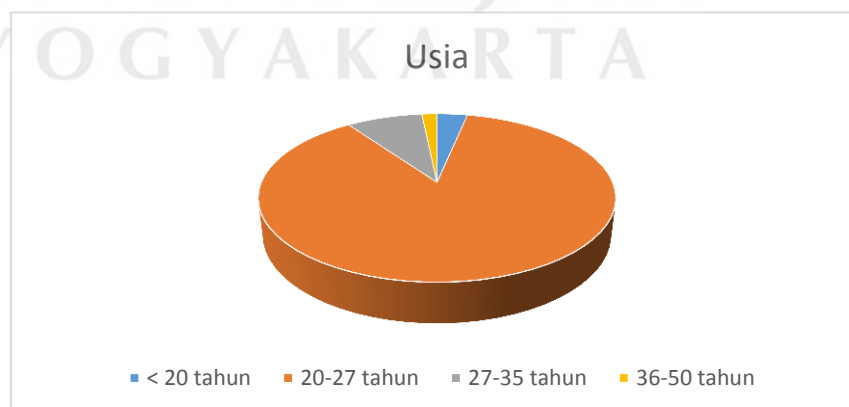
Untuk jenis kelamin responden, dari hasil kuesioner yang didapat bahwa jumlah responden laki-laki adalah 13 orang atau 21,66% dari total responden, dan jumlah responden perempuan 47 orang atau 78,33% dari total responden. Sebagian besar responden yang ikut berpartisipasi mengisi kuesioner berjenis kelamin perempuan.



Gambar 4.1 Komposisi jenis kelamin responden

b. Usia

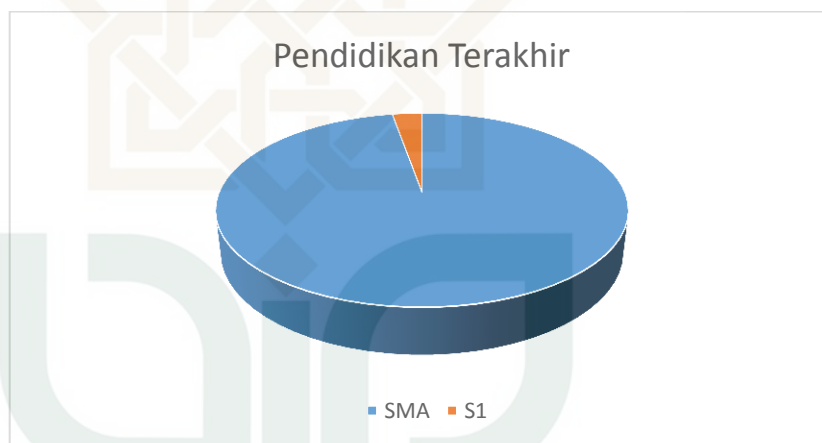
Sedangkan untuk usia responden, dari hasil kuesioner diketahui bahwa jumlah responden yang usia <20 adalah sebanyak 2 orang atau 3,33% dari total seluruh responden. Responden yang usia 20-27 tahun adalah sebanyak 53 orang atau 88,33% dari total seluruh responden. Responden yang usia 27-35 tahun berjumlah 5 orang atau 8,33% dari total seluruh responden. Responden yang usia 36-50 tahun adalah 1 orang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden yang berpartisipasi sebagian besar berusia 20-27 tahun.



Gambar 4.2 Komposisi usia responden

c. Tingkat pendidikan

Untuk tingkat pendidikan responden, dari hasil kuesioner didapat bahwa jumlah reponden yang tingkat pendidikannya setingkat SMA berjumlah 46 orang atau 76,66% dari seluruh reponden. Sedangkan reponden yang tingkat pendidikannya S1 adalah 14 orang atau 23,33% dari seluruh responden. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden tingkat pendidikan terakhirnya adalah SMA.

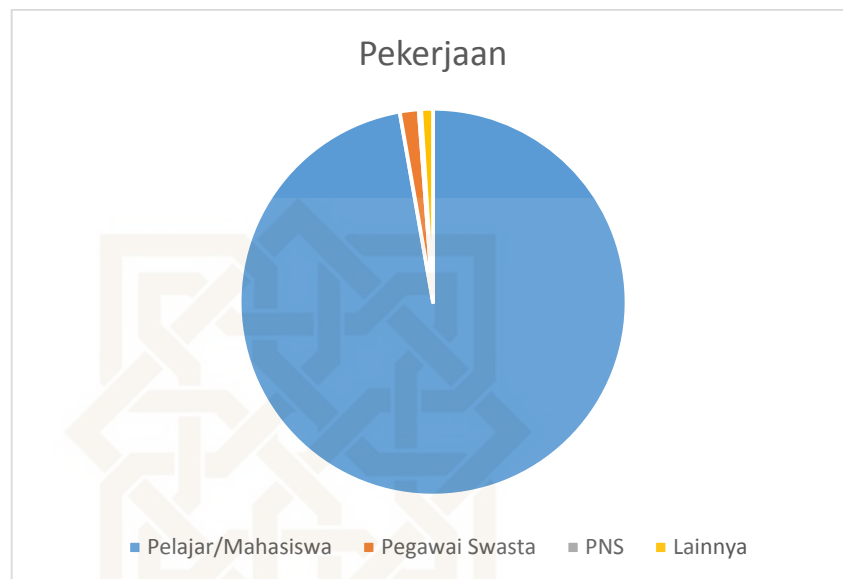


Gambar 4.3 Komposisi pendidikan terakhir responden

d. Pekerjaan

Untuk pekerjaan yang dimiliki responden, dari hasil kuesioner didapat bahwa responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar atau mahasiswa sebanyak 46 orang atau 76,66% dari total responden. Responden yang memiliki pekerjaan pegawai swasta sebanyak 8 orang atau 13,33% dari total responden. 5 orang responden atau 8,33% memiliki pekerjaan selain

pelajar/mahasiswa, pegawai swasta dan PNS, sisanya sebanyak 1 orang bekerja sebagai PNS.

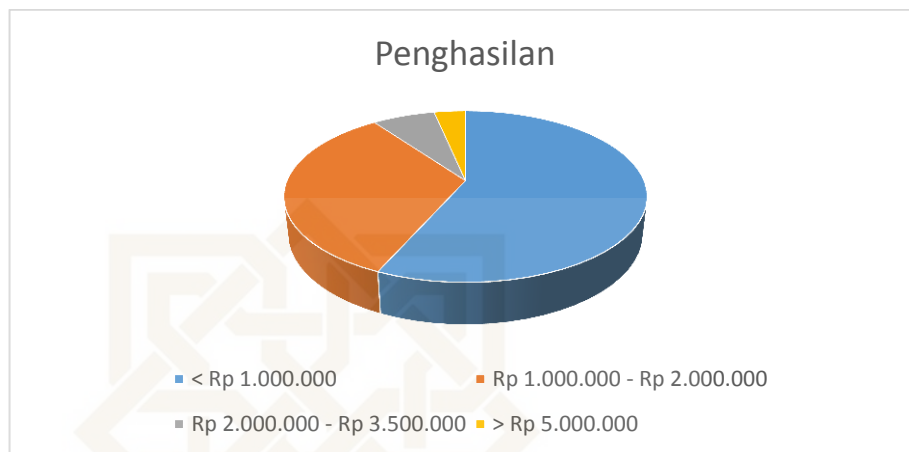


Gambar 4.4 Komposisi Pekerjaan Responden

e. Penghasilan

Untuk tingkat penghasilan yang diterima responden setiap bulannya, dari hasil kuesioner didapat bahwa responden yang memiliki penghasilan dibawah 1 juta adalah sebanyak 34 orang atau 56,66% dari total responden. Responden yang memiliki penghasilan sebesar 1 juta sampai 2 juta adalah sebanyak 20 orang atau 33,33% dari total responden. Responden yang memiliki penghasilan 2 juta sampai 3,5 juta adalah sebanyak 4 orang atau 6,66% dari total responden. Responden yang memiliki penghasilan lebih dari 5 juta adalah sebanyak 2 orang atau 3,33% dari total responden. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar

responden yang berpartisipasi memiliki penghasilan dibawah 1 juta.



Gambar 4.5 Komposisi penghasilan responden

B. Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Tabel 4.1 berikut menunjukkan hasil uji validitas untuk enam variabel penelitian yaitu ekspektasi kinerja (X1), ekspektasi usaha (X2), kondisi yang memfasilitasi (X3), pengaruh sosial (X4), persepsi kredibilitas (X5), dan minat nasabah menggunakan *mobile banking* (Y).

Tabel 4.1

Hasil Uji Validitas

Ekspektasi Kinerja (X1)			
Pernyataan	Pearson	Sig. (2-Tailed)	Keterangan

	Corellation		
X1.1	.631**	0.000	Valid
X1.2	.691**	0.000	Valid
X1.3	.827**	0.000	Valid
X1.4	.630**	0.000	Valid
X1.5	.819**	0.000	Valid
Ekspektasi Usaha (X2)			
Pernyataan	Pearson Corellation	Sig. (2-Tailed)	Keterangan
X2.1	.849**	0.000	Valid
X2.2	.877**	0.000	Valid
X2.3	.889**	0.000	Valid
X2.4	.864**	0.000	Valid
X2.5	.643**	0.000	Valid
Kondisi yang Memfasilitasi (X3)			
Pernyataan	Pearson Corellation	Sig. (2-Tailed)	Keterangan
X3.1	.665**	0.000	Valid
X3.2	.688**	0.000	Valid
X3.3	.733**	0.000	Valid
X3.4	.570**	0.000	Valid
X3.5	.625**	0.000	Valid
Pengaruh Sosial (X4)			
Pernyataan	Pearson Corellation	Sig. (2-Tailed)	Keterangan
X4.1	.835**	0.000	Valid
X4.2	.835**	0.000	Valid
X4.3	.724**	0.000	Valid
X4.4	.687**	0.000	Valid
X4.5	.613**	0.000	Valid
Persepsi Kredibilitas (X5)			
Pernyataan	Pearson Corellation	Sig. (2-Tailed)	Keterangan
X5.1	.808**	0.000	Valid
X5.2	.810**	0.000	Valid
X5.3	.778**	0.000	Valid
X5.4	.815**	0.000	Valid
X5.5	.510**	0.000	Valid
Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Y)			
Pernyataan	Pearson Corellation	Sig. (2-Tailed)	Keterangan
Y1	.791**	0.000	Valid

Y2	.751 ^{**}	0.000	Valid
Y3	.819 ^{**}	0.000	Valid
Y4	.799 ^{**}	0.000	Valid
Y5	.820 ^{**}	0.000	Valid

Sumber : data primer yang diolah, 2018

Dalam penelitian ini dengan jumlah sampel (n) = 60 dan besarnya df dapat dihitung $df = n - k = 60 - 6 = 54$, dengan $df = 54$ dan α 0,05 di dapat r tabel 0,2632. Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa masing-masing indikator yang digunakan baik dalam variabel independen (Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Kondisi yang Memfasilitasi, Pengaruh Sosial, dan Persepsi Kredibilitas) maupun variabel dependen (Minat nasabah menggunakan *mobile banking*) mempunyai nilai *correlation* lebih besar dari r tabel 0,2632. Hal ini berarti indikator yang digunakan dalam variabel penelitian ini valid.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian ini digunakan untuk mengukur satu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel apabila jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Tabel 4.2 menunjukkan hasil uji reliabilitas untuk enam variabel yaitu ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, kondisi yang memfasilitasi, pengaruh sosial, persepsi kredibilitas, dan minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

Tabel 4.2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Ekspektasi Kinerja	.755	Reliabel
Ekspektasi Usaha	.885	Reliabel
Kondisi yang Memfasilitasi	.663	Reliabel
Pengaruh Sosial	.797	Reliabel
Persepsi Kredibilitas	.788	Reliabel
Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i>	.853	Reliabel

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Variabel dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha > 0,60. Tabel 4.2 menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* atas variabel Ekspektasi Kinerja sebesar 0.755, Ekspektasi Usaha sebesar 0.885, Kondisi yang memfasilitasi sebesar 0.663, Pengaruh Sosial sebesar 0.797, persepsi kredibilitas sebesar 0.788, dan minat menggunakan *mobile banking* sebesar 0.853. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner reliabel karena mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0.6.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan dengan metode *Kolmogorov-Sminov*, yaitu dengan membandingkan nilai *Asymp.Sig (2-Tailed)* dengan nilai alpha yang ditentukan yaitu 5% sehingga apabila nilai *Asymp.Sig*

(2-Tailed) > 0.05 maka disimpulkan bahwa data tersebut terdistribusi secara normal. Hasil uji normalitas ditunjukkan pada tabel 4.3.

Tabel 4.3

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Predicted Value
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	17,0500000
	Std. Deviation	1,55105684
Most Extreme Differences	Absolute	,099
	Positive	,099
	Negative	-,059
Kolmogorov-Smirnov Z		,768
Asymp. Sig. (2-tailed)		,598

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : data primer yang diolah, 2018

Hasil uji menyatakan bahwa nilai *Asymp.Sig (2-Tailed)* sebesar 0.598. karena nilai *Asymp.Sig (2-Tailed)* lebih besar dari 0.05 yaitu $0.598 > 0.05$, maka dapat dinyatakan data yang digunakan berdistribusi normal.

b. Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Adanya multikolinieritas dapat dilihat dari

nilai Tolerance dan VIF. Jika nilai Tolerance > 0.1 dan VIF < 10 , maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas ditunjukkan pada tabel 4.4.

Tabel 4.4

Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	3,539	2,491		1,420	,161		
	JX1	-,011	,175	-,010	-,064	,949	,483	2,069
	JX2	,337	,159	,321	2,125	,038	,476	2,100
	JX3	,116	,160	,098	,727	,470	,602	1,662
	JX4	,190	,098	,240	1,942	,057	,712	1,404
	JX5	,220	,153	,197	1,442	,155	,580	1,725

a. Dependent Variable: JY

Sumber : data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas yang ditunjukkan pada tabel 4.4, dapat dilihat bahwa nilai Tolerance seluruh variabel lebih dari 0.1 dan nilai VIF seluruh variabel kurang dari 10, jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Dalam penelitian ini untuk medeteksi ada tidaknya heterokedastisitas maka digunakan uji

glesjer yang dilihat dari nilai signifikansinya, apabila signifikansinya > 0.05 maka tidak ada gejala heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Hasil uji heterokedastisitas ditunjukkan pada tabel 4.5.

Tabel 4.5

Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6,098	1,356		4,497	,000
JX1	-,131	,095	-,234	-1,376	,175
JX2	-,015	,086	-,031	-,178	,859
JX3	-,020	,087	-,036	-,233	,816
JX4	-,110	,053	-,288	-2,056	,055
JX5	-,016	,083	-,030	-,191	,849

a. Dependent Variable: RES2

Sumber data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan hasil uji di atas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi > 0.05 . Nilai signifikansi dari keempat variabel independent lebih dari 0.05. jadi dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi heterokedastisitas.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda dilakukan untuk menentukan bentuk dari hubungan antar variabel. Penelitian ini menggunakan analisis linier

berganda untuk mengetahui faktor ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, kondisi yang memfasilitasi, pengaruh sosial, dan persepsi kredibilitas terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Berikut adalah hasil output regresi linier berganda.

Tabel 4.6

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,539	2,491		1,420	,161
JX1	-,011	,175	-,010	-,064	,949
JX2	,337	,159	,321	2,125	,038
JX3	,116	,160	,098	,727	,470
JX4	,190	,098	,240	1,942	,057
JX5	,220	,153	,197	1,442	,155

a. Dependent Variable: JY

Sumber : data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan data output di atas dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 3.539 - 0.011 X1 + 0.337 X2 + 0.116 X3 + 0.190 X4 + 0.220 X5$$

Interpretasi dari regresi diatas adalah sebagai berikut:

1. Konstanta (a)

Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 3.539, hal ini berarti bahwa pada variabel independent ekspektasi kinerja (X1), ekspektasi usaha (X2), pengaruh sosial (X3), kondisi yang memfasilitasi (X4), dan

persepsi kredibilitas (X5), bernilai nol (0), maka besarnya variabel minat menggunakan *mobile banking* bernilai sebesar 3,539.

2. Ekspektasi Kinerja (X1) terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Y)

Nilai koefisien regresi variabel ekspektasi kinerja (X1) sebesar -0.011 dan bertanda negatif. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan satu satuan ekspektasi kinerja maka akan mengakibatkan peningkatan minat menggunakan *mobile banking* (Y) sebesar -0.011.

3. Ekspektasi Usaha (X2) terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Y)

Nilai koefisien regresi ekspektasi usaha (X2) sebesar 0.337 dan bertanda positif. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan satu satuan ekspektasi usaha maka akan mengakibatkan peningkatan minat menggunakan *mobile banking* (Y) sebesar 0.337.

4. Kondisi yang memfasilitasi (X3) terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Y)

Nilai koefisien regresi kondisi yang memfasilitasi (X3) sebesar 0.116 dan bertanda positif. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan satu satuan kondisi yang memfasilitasi maka akan mengakibatkan peningkatan minat menggunakan *mobile banking* (Y) sebesar 0.116.

5. Pengaruh sosial (X4) terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Y)

Nilai koefisien regresi pengaruh sosial (X4) sebesar 0.190 dan bertanda positif. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan satu satuan pengaruh sosial maka akan mengakibatkan peningkatan minat menggunakan *mobile banking* (Y) sebesar 0.190.

6. Persepsi kredibilitas (X5) terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Y)

Nilai koefisien regresi persepsi kredibilitas (X4) sebesar 0.220 dan bertanda positif. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan satu satuan persepsi kredibilitas maka akan mengakibatkan peningkatan minat menggunakan *mobile banking* (Y) sebesar 0.220.

5. Uji Hipotesis

1. Uji F (Simultan)

Untuk menunjukkan apakah seluruh variabel independen yang digunakan dalam model regresi mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen, maka digunakan uji F. Dengan jumlah sampel (n) = 60 dan besarnya df dapat dihitung $df = 60 - 6 = 54$

Tabel 4.7**Hasil Uji F**

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	141,941	5	28,388	7,630	,000 ^a
	Residual	200,909	54	3,721		
	Total	342,850	59			

a. Predictors: (Constant), JX5, JX3, JX4, JX1, JX2

b. Dependent Variable: JY

Sumber : data primer yang diolah, 2018

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, sedangkan nilai F hitung > F tabel yaitu $7,630 > 2,39$. Ini berarti bahwa variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, kondisi yang memfasilitasi, pengaruh sosial, dan persepsi kredibilitas, memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

2. Uji t (parsial)

Pengujian ini menunjukkan bahwa seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependent. Dengan jumlah sampel (n) = 60 dan besarnya df dapat dihitung $60 - 6 = 54$, dengan $df = 54$ dan alpha 0.10 di dapat t tabel = 1,673. Dilihat dari tabel 4. Maka dapat diketahui pengaruh antara variabel independent terhadap variabel dependent secara parsial. apabila nilai t hitung > t tabel maka model regresi dikatakan berpengaruh. Dan apabila nilai signifikansi < dari 0.10, maka hipotesis

diterima, sedangkan jika nilai signifikansinya $>$ dari 0.10, maka hipotesis ditolak.

Tabel 4.8
Hasil Uji t (parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	1 (Constant)	3,539	2,491		
JX1	-,011	,175	-,010	-,064	,949
JX2	,337	,159	,321	2,125	,038
JX3	,116	,160	,098	,727	,470
JX4	,190	,098	,240	1,942	,057
JX5	,220	,153	,197	1,442	,155

a. Dependent Variable: JY

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas, uji t (parsial) dapat dianalisis sebagai berikut:

a. Ekspektasi Kinerja (X1)

Berdasarkan hasil analisis regresi diketahui bahwa nilai t hitung $<$ t tabel yaitu $-0.064 < 1,673$ dengan nilai signifikansi $>$ 0.10 yaitu $0.949 > 0.10$. Jadi variabel ekspektasi kinerja secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

b. Ekspektasi Usaha (X2)

Berdasarkan hasil analisis regresi diketahui bahwa nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $2.125 > 1,673$ dengan nilai signifikansi $<$ 0.10

yaitu $0.038 < 0.10$. Jadi variabel ekspektasi usaha secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

c. Kondisi yang Memfasilitasi (X3)

Berdasarkan hasil analisis regresi diketahui bahwa nilai t hitung $< t$ tabel yaitu $0.727 < 1,673$ dengan nilai signifikansi > 0.10 yaitu $0.470 > 0.10$. Jadi variabel kondisi yang memfasilitasi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

d. Pengaruh Sosial (X4)

Berdasarkan hasil analisis regresi diketahui bahwa nilai t hitung $> t$ tabel yaitu $1.942 > 1,673$ dengan nilai signifikansi < 0.10 yaitu $0.057 < 0.10$. Jadi variabel pengaruh sosial secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

e. Persepsi Kredibilitas (X5)

Berdasarkan hasil analisis regresi diketahui bahwa nilai t hitung $< t$ tabel yaitu $1.442 < 1,673$ dengan nilai signifikansi > 0.10 yaitu $0.155 > 0.10$. Jadi variabel persepsi kredibilitas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.9

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,643 ^a	,414	,360	1,929

a. Predictors: (Constant), JX5, JX3, JX4, JX1, JX2

Berdasarkan output yang diperoleh pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai adjusted R square yang diperoleh sebesar 0,360. Ini berarti bahwa variabel dependen minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* dapat dijelaskan oleh variabel independennya yaitu ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, dan persepsi kredibilitas sebesar 36%, sisanya 64% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

C. Pembahasan

1. Pengaruh ekspektasi kinerja terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

Ekspektasi kinerja adalah keyakinan seseorang dalam pengerjaan suatu pekerjaannya akan terbantu apabila menggunakan sebuah sistem. Jogyanto (2007) mendefinisikan ekspektasi kinerja (*Performance Expectancy*) sebagai seberapa tinggi seseorang percaya

bahwa menggunakan sistem akan membantu dia untuk mendapatkan keuntungan-keuntungan kinerja di pekerjaannya.

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel ekspektasi kinerja terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Dengan tingkat signifikansi yaitu $0.949 > 0.10$, dan dibuktikan pada saat uji t dimana $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ yaitu $-0.064 < 1,673$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama ditolak. Dari hasil pengolahan data atas jawaban responden diketahui bahwa hampir seluruh responden menunjukkan bahwa *mobile banking* sangat bermanfaat bagi nasabah dan mereka menilai manfaat atas *mobile banking* sangat tinggi. Akan tetapi sebagian responden merasa bahwa pihak bank tidak memberikan penjelasan mengenai manfaat dari penggunaan *mobile banking*. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasakan manfaat penggunaan tersebut karena mereka mencari tahu sendiri dan mendapatkan info dari sumber yang mereka peroleh sendiri, bukan dari pihak bank yang memberitahu manfaat yang akan didapatkan apabila menggunakan *mobile banking*. Sehingga variabel ekspektasi kinerja tidak mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*, karena sebelum mereka menggunakan *mobile banking*, mereka sudah mengetahui manfaat apa yang diperoleh apabila menggunakan *mobile banking*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Drajat Priyo (2016). Penelitian tersebut berjudul “Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Sistem Informasi dan Penggunaan Sistem Informasi”. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa ekspektasi kinerja tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pemanfaatan sistem informasi dan penggunaan sistem informasi.

2. Pengaruh ekspektasi usaha terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

Kemudahan penggunaan *mobile banking* memiliki makna bahwa layanan *mobile banking* oleh pihak bank akan mudah dipahami dan mudah untuk digunakan, sehingga nasabah dapat dengan mudah mempelajari tata cara bertransaksi menggunakan *m-banking*. Penerimaan penggunaan sebuah sistem juga turut dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan sistem tersebut. Ini merupakan refleksi psikologis pengguna untuk lebih bersikap terbuka terhadap sesuatu yang mudah dipahami. Kemudahan tersebut dapat mendorong seseorang untuk menerima dan menggunakan sebuah sistem (Hadi & Novi, 2014).

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara variabel ekspektasi usaha terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Dengan tingkat signifikansi yaitu $0,038 < 0,05$, dan dibuktikan pada saat uji t dimana $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ yaitu $2,125 > 1,673$, sehingga dapat

disimpulkan bahwa hipotesis kedua diterima. Dari hasil pengolahan data atas jawaban responden diketahui bahwa hampir seluruh responden merasakan bahwa *mobile banking* mudah digunakan. Sebagian besar responden mendasari atas efisiensi waktu yang dirasakan, fitur-fitur yang mudah dijalankan, kemampuan melakukan transaksi, kemudahan operasional *mobile banking* serta kemudahan mempelajari *mobile banking* dan fleksibilitas yang dirasakan ketika menggunakannya. Hal ini dapat terjadi dikarenakan nasabah merasa bahwa *mobile banking* mudah untuk digunakan, sehingga persepsi inilah yang mendorong nasabah berminat untuk menggunakannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Merianto (2012). Penelitian tersebut berjudul “Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan dan Penggunaan Teknologi Pembayaran Elektronik Bergerak dengan Menggunakan Model UTAUT (Studi kasus pada teknologi M-Dinar payment system)”. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa ekspektasi usaha berpengaruh signifikan terhadap minat seseorang untuk menggunakan teknologi M-Dinar.

3. Pengaruh kondisi yang memfasilitasi terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

Menurut Fiddin, Kamaliah, dan Hardi (2013) dalam Drajat Priyo (2016) berpendapat, bahwa kondisi yang memfasilitasi pemakai merupakan tingkat keyakinan individu bahwa infrastruktur organisasi

maupun dukungan teknis dan non teknis dari tenaga ahli dalam pengoperasian sistem disuatu organisasi telah memadai untuk penggunaan sistem sehingga mendorong minat individu untuk menggunakan sistem yang ada dalam organisasi.

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel kondisi yang memfasilitasi terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Dengan tingkat signifikansi yaitu $0,470 > 0,10$, dan dibuktikan pada saat uji t dimana $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ yaitu $0,727 < 1,673$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga ditolak. Dari hasil pengolahan data atas jawaban responden diketahui kondisi yang memfasilitasi dalam penelitian ini berhubungan dengan dukungan organisasi (pihak bank) serta infrastruktur teknis yang tersedia untuk penggunaansuatu sistem. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa, hampir keseluruhan responden memiliki sumber daya yang diperlukan (misal: *smartphone*) untuk penggunaan *mobile banking*. Sementara itu, ada beberapa responden yang merasa bahwa bank belum memberikan sumber daya dan pengetahuan yang diperlukan untuk penggunaan *mobile banking*. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun memiliki sumber daya untuk penggunaan *mobile banking*, tanpa mendapat pengetahuan yang baik mengenai penggunaannya dari bank, responden tidak akan menggunakan *mobile banking* dalam transaksi perbankannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ni Wayan & Dodit (2017). Penelitian tersebut berjudul “Penerapan Model UTAUT2 untuk Menjelaskan Minat dan Perilaku Penggunaan *Mobile Banking* di Kota Denpasar”. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

4. Pengaruh pengaruh sosial terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

Pengaruh sosial merupakan sejauh mana seorang individual mempersepsikan kepentingan yang dipercaya oleh orang-orang lain yang akan mempengaruhinya menggunakan sistem baru (Jogiyanto, 2007). Menurut Davis *et al.*, (2000) dalam Drajat Priyo (2016), pengaruh sosial mempunyai dampak pada perilaku individual melalui tiga mekanisme yaitu ketaatan (*compliance*), internalisasi (*internalization*), dan identifikasi (*identification*). Dapat disimpulkan bahwa semakin banyak pengaruh yang diberikan sebuah lingkungan terhadap calon pengguna teknologi informasi untuk menggunakan suatu teknologi informasi yang baru maka semakin besar minat yang timbul dari personal calon pengguna tersebut dalam menggunakan teknologi informasi tersebut karena pengaruh yang kuat dari lingkungan sekitarnya. mempengaruhi keinginan untuk menggunakan *mobile banking*.

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara variabel pengaruh sosial terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Dengan tingkat signifikansi yaitu $0,057 < 0,10$, dan dibuktikan pada saat uji t dimana $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ yaitu $1,942 > 1,673$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat diterima. Dari hasil pengolahan data atas jawaban responden diketahui bahwa hampir seluruh responden merasakan bahwa mendapatkan pengaruh dari tren yang sedang terjadi di lingkungan sosialnya terkait dengan penggunaan *mobile banking*, baik oleh orang-orang terdekat mereka seperti keluarga dan teman, pengaruh dari promosi pihak bank, serta dukungan yang diperoleh oleh responden untuk menggunakan *mobile banking*. Hal ini menandakan bahwa lingkungan sosial di sekitar pengguna seperti, teman kuliah, sahabat, maupun keluarga serta promosi yang dilakukan oleh pihak bank sendiri mendukung atau mempengaruhi minat pengguna dalam menggunakan *mobile banking*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lovianevy & Irfan (2017). Penelitian tersebut berjudul “Analisa Faktor Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan dan Penggunaan Aplikasi Go-Jek Menggunakan *Unified Theory of Acceptance and Use OF Technology* (UTAUT)”. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan aplikasi Go-Jek.

5. Pengaruh persepsi kredibilitas terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

Persepsi Kredibilitas merupakan faktor yang mencerminkan keamanan dan privasi pengguna. Persepsi kredibilitas didefinisikan oleh Wang, et al (2003) dalam jurnal (Ramadhan dan Sri, 2016) sebagai perilaku dimana seseorang percaya transaksi dan privasi informasi mereka dijaga dengan aman yang akan mempengaruhi penerimaan mereka terhadap suatu sistem teknologi. Keamanan kepada perlindungan informasi atau sistem pengguna dari penipuan atau tindak kejahatan lainnya.

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel persepsi kredibilitas terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Dengan tingkat signifikansi yaitu yaitu $0.155 > 0.10$, dan dibuktikan pada saat uji t dimana $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ yaitu $1.442 < 1,673$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kelima ditolak. Dari hasil pengolahan data atas jawaban responden diketahui bahwa hampir sebagian responden berpendapat bahwa sistem keamanan dari *mobile banking* masih memiliki kelemahan. Akan tetapi, sebagian besar responden lainnya berpendapat bahwa penggunaan *mobile banking* memberi kesan aman. Kesan aman yang diterima sebagian responden dikarenakan manfaat dan kemudahan yang dirasakan oleh responden

sehingga mereka cenderung tidak memperhatikan masalah keamanan sistem *mobile banking*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muftafida (2015) .Penelitian tersebut berjudul “Minat Individu terhadap Penggunaan *Internet Banking*: Pendekatan *Modified Technology Acceptance Model*”. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa persepsi kredibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*.