

Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking

Admaja Dwi Herlambang, Arimbi Dewayanti
Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Brawijaya
herlambang@ub.ac.id

ABSTRAK. *Mobile banking BRI* merupakan layanan *e-banking* yang disediakan oleh Bank Rakyat Indonesia dengan tujuan untuk mempermudah pengguna dalam bertransaksi. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hal yang melatarbelakangi atau faktor yang memengaruhi pengguna dalam mengadopsi layanan tersebut. Faktor-faktor tersebut antara lain *Facilitating Conditions*, *Performance Expectancy*, *Social Influence*, *Effort Expectancy*, *Perceived Credibility*, *Perceived Financial Cost*, *Perceived Self Efficacy*. Model dalam penelitian ini menggunakan UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*). Jumlah sampel penelitian yaitu 120 sampel dimana sampel tersebut merupakan pengguna layanan *mobile banking BRI*. Teknik sampling yang dipergunakan adalah *non probability sampling* dengan *convenience sampling*. Analisis data yang dipergunakan adalah analisis statistik deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui persebaran dan pemusatan jawaban responden, dan Uji Korelasi Kendal tau (τ) untuk menguji hipotesis penelitian. Hasil dalam penelitian menunjukkan bahwa minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking BRI* dipengaruhi oleh *Perceived Financial Cost*, *Facilitating Conditions*, *Performance Expectancy*, *Perceived Self Efficacy*, *Social Influence*, *Effort Expectancy* dan tidak dipengaruhi oleh *Perceived Credibility*.

Kata kunci: *mobile banking*, minat, penerimaan, penggunaan teknologi.

ABSTRACT. *Mobile banking BRI* is an *e-banking* service that provided by Bank Rakyat Indonesia with the aim to facilitate users in making transactions. The purpose of this study is to know about the underlying factors or factors that affect user in adopting the service. These factors are *Facilitating Conditions*, *Performance Expectancy*, *Social Influence*, *Effort Expectancy*, *Perceived Credibility*, *Perceived Financial Cost*, *Perceived Self Efficacy*. The model used in this research is UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Tehcnology*). The sample size is 120 samples, where the sample is a user of BRI's *mobile banking* services. Sampling technique used in this research is *non probability sampling* with *convenience sampling*. Analysis of data used is descriptive statistical analysis which aims to know the dissemination and concentration of respondents' answers, and Kendal Tau Correlation Test (τ) to test the research hypothesis. The results of this study indicate that customer interest in using BRI *mobile banking* services are affected by *Perceived Financial Cost*, *Facilitating Conditions*, *Performance Expectancy*, *Perceived Self Efficacy*, *Social Influence*, *Effort Expectancy* and is not affected by *Perceived Credibility*.

Keywords: *mobile banking*, intention, acceptance, use of technology.

PENDAHULUAN

Pada era sekarang ini, perkembangan teknologi berkembang dengan sangat cepat dan hampir semua berbasis digital artinya tidak lagi memanfaatkan bantuan manusia akan tetapi menggunakan suatu sistem yang canggih dan otomatis. Dampak dari perkembangan teknologi berbasis digital, hal tersebut juga memengaruhi pertumbuhan teknologi di dunia perbankan. Saat ini, Bank bersaing untuk menciptakan suatu layanan *digital banking* dimana layanan tersebut dapat memberikan kemudahan-kemudahan terhadap pemakainya. *Mobile Banking* merupakan bentuk dari adanya perkembangan *digital banking* tersebut. Oleh karena itu, Bank Rakyat Indonesia (BRI) menghadirkan sebuah aplikasi perbankan bernama *BRI Mobile* pada tahun 2010. *BRI Mobile* merupakan suatu aplikasi yang mengintegrasikan layanan *e-banking* di antaranya *Mobile Banking*, *Internet Banking*, *T-Bank*, *Brizzid* dan terdapat menu tambahan yakni *Info BRI*, dan *Call BRI* yang dapat diakses melalui *smartphone*. Saat ini, pengguna layanan *mobile banking* mencapai 12 juta pengguna dari yang ditargetkan yakni 10 juta pengguna (Sandy, 2015) dengan total transaksi mencapai Rp 62 triliun (Kusuma, 2015).

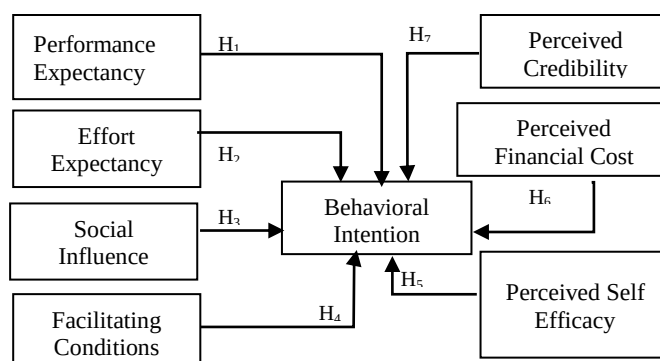
Pertumbuhan pengguna layanan *mobile banking BRI* juga terjadi di daerah Malang, Jawa Timur. Berdasarkan data yang diperoleh melalui hasil wawancara menyebutkan bahwa jumlah pengguna mengalami peningkatan dari bulan Januari – September akan tetapi terjadi inkonsistensi jumlah kenaikan pengguna, selain itu juga terjadi inkonsistensi jumlah transaksi pengguna pada bulan Agustus-September. Dengan adanya layanan *mobile banking BRI* tersebut dapat memberikan kemudahan bagi para penggunanya seperti pengguna dapat melakukan berbagai macam transaksi seperti transfer antar bank, pembelian pulsa, pembayaran tagihan PLN, dan lain sebagainya hanya dengan menggunakan aplikasi tersebut selain itu pengguna juga dapat menghemat waktu karena tidak perlu lagi antri di Bank selama berjam-jam untuk melakukan transaksi.

Meskipun layanan *mobile banking BRI* memberikan kemudahan-kemudahan kepada para penggunanya, akan tetapi terdapat beberapa pengguna yang mengeluhkan atau kurang nyaman pada saat menggunakan layanan tersebut. Keluhan yang disampaikan oleh pengguna tersebut yaitu mengenai notifikasi transaksi yang tidak terkirim atau terlambat. Meski notifikasi tidak terkirim atau terlambat hal tersebut tetap mengurangi biaya pulsa pengguna. Notifikasi transaksi merupakan suatu bentuk konfirmasi untuk melanjutkan transaksi dan berupa sms yang masuk ke HP pengguna. Ketika pengguna melakukan transaksi dengan layanan *mobile banking BRI*, maka pengguna akan mendapatkan notifikasi transaksi berupa sms dan notifikasi transaksi secara otomatis akan mengurangi biaya pulsa yang jumlahnya sesuai dengan operator yang dipergunakan oleh pengguna. Keluhan yang disampaikan oleh penggunanya merupakan suatu bentuk ketidaknyamanan dari sisi pengguna dan hal tersebut dapat mengurangi kepercayaan pengguna terhadap layanan tersebut. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking* dengan menggunakan *Framework UTAUT (Unified Theory of Acceptance And Use Of Technology)*”, Studi Pada Pengguna *Mobile Banking BRI KCP Universitas Brawijaya*. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apa yang melatarbelakangi pengguna dalam menggunakan layanan *mobile banking* meskipun terdapat beberapa keluhan dari penggunanya.

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Muhayiddin et al. (2011) dengan judul “*Consumer Acceptance of an Electronic Dinar Payment System in Malaysia*”. Variabel-variabel yang dipergunakan dalam penelitian tersebut antara lain *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Anxiety, Perceived Credibility, Attitude*. Dan penelitian yang dilakukan oleh Sripalawat et al. (2011) dengan judul “*M-Banking in Metropolitan Bangkok And A Comparison With Other Countries*”. Variabel-variabel yang digunakan terdiri atas *Lack of information, Device Barrier, Perceived Risk, Perceived Financial Cost, Self Efficacy, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Subjective Norms, Actual Use, Behavioral Intention*. Dari beberapa variabel yang disebutkan peneliti menggunakan variabel *Perceived Credibility, Perceived Financial Cost, dan Self Efficacy* untuk dipergunakan dalam penelitian. Alasan peneliti memilih untuk menambahkan ketiga variabel tersebut karena disesuaikan dengan permasalahan yang ditemukan oleh peneliti.

Selain mengacu pada kedua penelitian tersebut, penelitian ini juga mengadaptasi dari model UTAUT. *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* merupakan sebuah teknologi penerimaan dan penggunaan teknologi informasi yang dirumuskan oleh Venkatesh et al. (2003), dengan menggabungkan kedelapan model teori penerimaan lainnya menjadi satu teori. Teori-teori penerimaan tersebut adalah (1) *Theory of Reasoned Action (TRA)* yang dirumuskan oleh Fihbein dan Ajzen (1975); (2) *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dirumuskan oleh Fred D.Davis (1989); (3) *Motivational Model* yang dirumuskan oleh Davis et al. (1992); (4) *Theory of Planned Behavioral (TPB)* yang dirumuskan oleh Ajzen (1991); (5) *Combined TAM dan TPB* yang dirumuskan oleh Taylor dan Todd (1995); (6) *Model of PC Utilization (MPCU)* yang dirumuskan oleh Thompson et al. (1991); (7) *Innovation Diffusion Theory* yang dirumuskan oleh EveretM.Rogers (1960); (8) *Social Cognitive Theory (SCT)* yang dirumuskan oleh Albert Bandura (1977), (Venkatesh et al., 2003).

Dari kedelapan model teori penerimaan tersebut dievaluasi dan ditemukan beberapakonstruk yang memengaruhibehavioral intention atau use behavior yaitu (1) *Performance Expectancy (PE)*; (2) *Effort Expectancy (EE)*; (3) *Social Influence (SI)*; (4) *Facilitating Conditions (FC)*; (5) *Attitude Toward Using Technology (AU)*; (6) *Self Efficacy (SE)*. Dari keenam determinan tersebut kemudian dilakukan pengujian lebih lanjut dan didapatkan hasil bahwa terdapat empat konstruk utama yang memengaruhibehavioral intention dan use behavior yaitu (1) *Performance Expectancy (PE)*; (2) *Effort Expectancy (EE)*; (3) *Social Influence (SI)*; (4) *Facilitating Conditions (FC)*. Selain empat konstruk utama tersebut juga terdapat variabel moderator yaitu (1) *Gender*; (2) *Age*; (3) *Voluntariness*; (4) *Experience*.

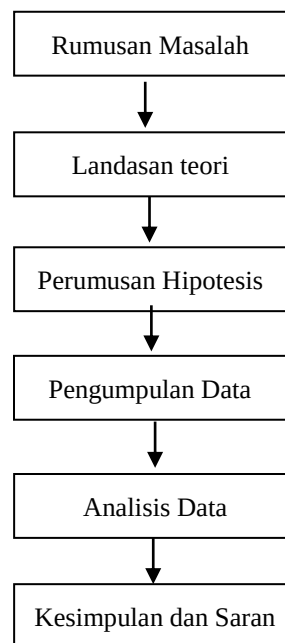


Gambar 1. Paradigma Penelitian dan Hipotesis

Mengacu pada penelitian-penelitian terdahulu mengenai *mobile banking*, peneliti menggunakan referensi tersebut sebagai pendukung dalam penelitian ini. Gambar 1 merupakan model penelitian yang diusulkan dan hipotesis. Dalam penelitian ini terdapat tujuh hipotesis yang dikembangkan antara lain : (H₁) *Performance Expectancy* memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention*; (H₂) *Effort Expectancy* memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention*; (H₃) *Social Influence* memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention*; (H₄) *Facilitating Conditions* memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention*; (H₅) *Perceived Self Efficacy* memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention*; (H₆) *Perceived Financial Cost* memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention*; (H₇) *Perceived Credibility* memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention*.

1. METODOLOGI

Penelitian yang dilakukan tergolong dalam penelitian kuantitatif, karena tujuan dari penelitian ini adalah untuk merumuskan dan menguji hipotesis (Sugiyono, 2017). Adapun tahapan-tahapan dari penelitian kuantitatif disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Alur Penelitian Kuantitatif

Berdasarkan pada Gambar 2 diatas, tahapan pertama yang dilakukan adalah membuat rumusan masalah setelah menyusun rumusan masalah selanjutnya mencari teori-teori maupun konsep yang sesuai dengan topik penelitian kemudian dilanjutkan dengan menyusun hipotesis. Setelah selesai merumuskan hipotesis langkah selanjutnya adalah mengumpulkan data penelitian. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan mulai tanggal 22 Agustus 2017-8 September 2017 di BRI Kantor Cabang Pembantu Universitas Brawijaya dengan membagikan kuesioner kepada responden yang menggunakan layanan *mobile banking BRI*. Kuesioner yang dipergunakan dalam penelitian merupakan kuesioner tertutup artinya pada kuesioner yang diberikan sudah terdapat beberapa pilihan jawaban. Pilihan jawaban yang disediakan dapat dilihat pada Tabel 1. Untuk mengukur jawaban dari para responden maka digunakanlah skala Likert 5 poin.

Tabel 1. Skala Likert

No	Jawaban	Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sampling yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik pengambilan sampel yakni *convenience sampling*. Untuk menentukan jumlah sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini, mengacu kepada rumus Hair et al. (2010). Rumus untuk menentukan jumlah sampel Hair et al. (2010) dapat dilihat pada persamaan (1). Setelah dihitung menggunakan rumus tersebut, jumlah

sampel yang dapat dijadikan dalam penelitian adalah sebanyak 120-160 responden. Hasil jumlah sampel tersebut didapat dari 15 s/d 20 dikalikan dengan jumlah variabel penelitian sebanyak delapan variabel.

$$n = (15 \text{ s/d } 20) \times k \quad (1)$$

Sebelum kuesioner penelitian dibagikan kepada responden, terlebih dulu dibuat kisi-kisi instrumen penelitian. Adapun tujuan dari penyusunan kisi-kisi instrumen penelitian adalah untuk memudahkan dalam menyusun pernyataan pada kuesioner. Setelah penyusunan instrumen penelitian selesai dilakukan, selanjutnya yaitu menguji instrumen penelitian pada *expert*. Tujuan dari pengujian instrumen tersebut adalah untuk mengetahui kelayakan isi dari instrumen yang telah dibuat apakah penyusunan kalimat sudah sesuai atau tidak. Uji yang digunakan adalah uji validitas isi dan jumlah *expert* yang dibutuhkan sebanyak tiga ahli (Retnawati, 2016). Ahli memberikan penilaian terhadap kesesuaian isi pernyataan dengan rentang skor 1 : Sangat Tidak Baik- skor 5: Sangat Baik. Hasil dari penilaian ahli kemudian dihitung dengan menggunakan rumus Aiken's V (diadaptasi dari SaifuddinAzwar, 2012) dimana $\sum s$ didapat dari angka penilaian yang diberikan oleh ahli (R) dikurangi dengan angka penilaian validitas terendah (Lo) dibagi dengan N (Jumlah *Expert*), angka penilaian validitas tertinggi (c). Rumus validitas Aiken's V dapat dilihat pada persamaan (2).

$$V = \frac{\sum s}{N(c-1)} \quad (2)$$

Dari perhitungan yang telah dilakukan kemudian didapatkan hasil bahwa nilai koefisien Aiken's V berkisar antara 0,58-0,83. Untuk mengetahui pernyataan – pernyataan yang valid maupun tidak valid maka digunakan batas kevalidan nilai koefisien Aiken's V yakni 0.69 (Yang, 2011). Pernyataan yang nilainya dibawah 0.69 maka diperbaiki sesuai masukan dari ahli. Setelah uji validitas isi selesai dilakukan selanjutnya yaitu melakukan *pilot study*. Uji *pilot study* dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada 30 responden yang menggunakan layanan *mobile banking BRI*. Responden memberikan penilaian dengan beberapa pilihan jawaban yang tersedia. Pengukuran jawaban responden menggunakan skala Likert 5 poin.

Hasil dari penilaian yang diberikan oleh responden kemudian dihitung nilai validitas konstruk dan reliabilitasnya. Menurut Sekaran (2003) apabila nilai koefisien Cronbach's Alpha < 0.6 maka dikategorikan dalam *poor*, 0.6-0.7 dikategorikan dalam *acceptable*, > 0.8 dikategorikan dalam *good*. Untuk menguji validitas konstruk menggunakan teknik *correlated item-total correlation* dengan r tabel (0.361) untuk mengetahui pernyataan yang valid dan tidak valid, dan untuk menguji reliabilitas menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*. Apabila nilai r hitung $\geq$ r tabel, dapat disimpulkan bahwa pernyataan tersebut valid dan apabila nilai r hitung $\leq$ r tabel, dapat disimpulkan bahwa pernyataan tersebut tidak valid.

Dari perhitungan yang dilakukan kemudian didapatkan hasil bahwa terdapat 33 pernyataan yang tidak valid karena nilai r hitung < r tabel (0.361). Pernyataan yang tidak valid tersebut kemudian dihilangkan sehingga menyisakan pernyataan yang valid. Dari pernyataan-pernyataan yang valid tersebut kemudian di uji reliabilitas. Hasil dari uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* berkisar antara 0.610-0.870. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner dalam penelitian ini valid dan reliabel.

Tahapan selanjutnya yakni melakukan analisis data yang dilakukan meliputi, analisis statistik deskriptif untuk mengetahui persebaran data yang dapat dilihat melalui nilai *mean*, modus, median, dan ukuran pemusatan data yang dapat diketahui melalui standar deviasi dan varian (Ghozali, 2016). Analisis statistik inferensial yang bertujuan untuk menganalisis data sampel penelitian (Sugiyono, 2017). Uji yang dilakukan pada statistik inferensial meliputi Uji *Screening Data* yang terdiri atas (1) Uji *missing data* yang dipergunakan untuk mengetahui adanya informasi yang tidak tersedia (Santoso, 2012); (2) Uji *outlier data* yang dipergunakan untuk mengetahui apakah terdapat nilai yang ekstrim pada data yang diteliti (Ghozali, 2016), Uji Asumsi Klasik meliputi (1) Uji Normalitas yang bertujuan untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal (Ghozali, 2016); (2) Uji Homogenitas dengan tujuan untuk mengetahui apakah data yang diteliti memiliki varian yang sama (Wiyono, 2011); (3) Uji Linieritas dengan tujuan untuk mengetahui model yang digunakan sudah benar atau tidak dan apakah model yang digunakan berbentuk linier, kuadrat atau kubik (Ghozali, 2016), dan Uji Korelasi Kendal Tau (τ). Uji Korelasi Kendal Tau (τ) dipilih peneliti untuk menjelaskan dan menguji hubungan hipotesis antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2007). Setelah tahap analisis data selesai dilakukan, maka langkah selanjutnya adalah membuat kesimpulan dari penelitian dan saran.

HASIL

Hasil dari analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa variabel *Perceived Credibility* dan *Effort Expectancy* masuk ke dalam kategori Cukup Tinggi. Variabel *Perceived Financial Cost*, *Facilitating*

Conditions, *Performance Expectancy*, *Perceived Self Efficacy*, dan *Social Influence* masuk ke dalam kategori Tinggi. Kategori cukup tinggi mengindikasikan bahwa memang responden dalam penelitian ini cukup setuju dengan pernyataan dalam indikator tersebut, sedangkan kategori tinggi mengindikasikan bahwa responden memang setuju dengan pernyataan dalam indikator tersebut.

Hasil dari uji *screening data* yakni uji *missing data* menunjukkan bahwa data penelitian lengkap artinya tidak ditemui adanya data yang kosong pada saat responden mengisi kuesioner dan hasil dari uji *outlier* menunjukkan bahwa data tidak bersifat *outlier*. Hasil dari uji Asumsi Klasik yang telah dilakukan meliputi Uji Normalitas, Uji Homogenitas, dan Uji Linieritas menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal, data tidak bersifat homogen artinya tidak memiliki varian yang sama, dan data tidak bersifat linier. Karena hasil dari Uji Asumsi Klasik tidak memenuhi persyaratan untuk dilakukan dengan uji statistik parametrik oleh karena itu dalam penelitian ini menggunakan uji statistik non parametrik yakni Uji Korelasi Kendal Tau (τ).

Hasil dari uji hipotesis yang dilakukan menunjukkan bahwa data penelitian terdapat enam hipotesis yang diterima yaitu (1) *Performance Expectancy* (PE); (2) *Effort Expectancy* (EE); (3) *Social Influence* (SI); (4) *Facilitating Conditions* (FC); (5) *Perceived Self Efficacy* (PSE); (6) *Perceived Financial Cost* (PFC) dan satu hipotesis yang ditolak yaitu (7) *Perceived Credibility* (PC). Hasil dari uji hipotesis disajikan pada Tabel 2. Dasar dalam pengambilan keputusan yakni dengan menentukan Hipotesis nol (H_0) dan Hipotesis Alternatif (H_1). Hipotesis nol adalah hipotesis tentang tidak adanya perbedaan (Siegel, 1988) sedangkan Hipotesis Alternatif adalah hipotesis pengganti apabila H_0 ditolak. Hipotesis pengganti adalah hipotesis penelitian yang dikembangkan oleh peneliti (Siegel, 1988). Taraf signifikansi yang digunakan adalah sebesar $\alpha = 0.05$. Apabila nilai α adalah sama dengan atau lebih kecil dari H_0 , maka hipotesis tersebut ditolak dan menerima H_1 .

Tabel 2. Hasil Uji Hipotesis

	Hipotesis	Sig.	Hasil
H ₁	PE memiliki pengaruh terhadap BI	0,977	Diterima
H ₂	EE memiliki pengaruh terhadap BI	0,523	Diterima
H ₃	SI memiliki pengaruh terhadap BI	0,343	Diterima
H ₄	FC memiliki pengaruh terhadap BI	0,656	Diterima
H ₅	PSE memiliki pengaruh terhadap BI	0,321	Diterima
H ₆	PFC memiliki pengaruh terhadap BI	0,652	Diterima
H ₇	PC memiliki pengaruh terhadap BI	0,004	Ditolak

PEMBAHASAN

H₁ diterima yaitu *Performance Expectancy* (PE) merupakan prediktor terkuat yang dapat menentukan minat seseorang dalam mengadopsi suatu teknologi. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa pengguna memang fokus terhadap kerja dari layanan *mobile banking BRI*, apakah dengan memanfaatkan layanan tersebut pengguna akan mendapatkan keuntungan atau malah sebaliknya. Penelitian-penelitian yang mendukung hipotesis ini adalah penelitian oleh Morosan dan DeFranco (2016) yaitu *Performance Expectancy* secara signifikan memengaruhi minat seseorang untuk menggunakan *NFC mobile payments* dan sekaligus menjadi prediktor terkuat diantara prediktor lainnya. Aplikasi *NFC mobile payments* merupakan aplikasi berbasis *mobile* dengan demikian hipotesis tersebut sesuai dengan hipotesis pada penelitian. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Hoque dan Sorwar (2014) juga menunjukkan hasil yang serupa bahwa *Performance Expectancy* memengaruhi minat individu dalam menggunakan *mHealth*. *mHealth* merupakan aplikasi layanan kesehatan berbasis *mobile*, oleh karena itu hipotesis tersebut sesuai pada hipotesis penelitian.

H₂ diterima yaitu *Effort Expectancy* dapat memengaruhi minat dalam menggunakan layanan *mobile banking BRI*. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi juga menjadi perhatian bagi penggunanya. Karena aplikasi yang bersifat *user friendly* dapat membuat pengguna merasa nyaman untuk mengoperasikannya. Penelitian-penelitian yang mendukung hipotesis ini adalah penelitian oleh Chian Son Yu (2012), Ghalandari (2012), dan Alalwan et al. (2017) yang menunjukkan bahwa besarnya usaha yang dikeluarkan dapat memengaruhi niatan seseorang dalam menggunakan *m-banking*.

H₃ diterima yaitu *Social Influence* dapat memengaruhi minat seseorang untuk menggunakan layanan *mobile banking BRI*. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa, minat pengguna dalam mengadopsi layanan

mobile banking BRI juga dipengaruhi oleh lingkungan sekitar seperti teman, keluarga serta pengalaman dari orang lain yang sudah menggunakan layanan tersebut. Penelitian-penelitian yang mendukung hipotesis ini adalah penelitian oleh Kazi dan Mannan (2013) dan Kohnke et al. (2014) yang menunjukkan bahwa keminatan seseorang terhadap aplikasi *m-banking* dapat dipengaruhi oleh faktor sosial.

H₄ diterima yaitu *Facilitating Conditions* memengaruhi minat seseorang untuk menggunakan layanan *mobile banking BRI*. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa, kelengkapan fasilitas juga menjadi poin atau faktor yang dapat memengaruhi minat pengguna untuk mengadopsi layannya tersebut. Fasilitas-fasilitas tersebut antara lain jaringan, *smartphone* yang kompatibel, dan panduan untuk menggunakan layanan tersebut. Penelitian-penelitian yang mendukung hipotesis ini adalah penelitian oleh Muhayiddin et al. (2011) dan Kohnke et al. (2014) yang menunjukkan bahwa fasilitas dapat memengaruhi niatan seseorang dalam mengadopsi layanan *mobile banking*.

H₅ diterima yaitu *Perceived Self Efficacy* memengaruhi minat seseorang untuk menggunakan layanan *mobile banking BRI*. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa, kemampuan, pengetahuan, dan keterampilan yang dimiliki pengguna juga dapat memengaruhi untuk menggunakan layanan *mobile banking BRI*. Apabila pengguna memiliki *self efficacy* yang rendah dapat dipastikan bahwa minat untuk menggunakan layannya tersebut kurang dibandingkan dengan pengguna yang memiliki *self efficacy* yang tinggi. Penelitian-penelitian yang mendukung hipotesis ini adalah penelitian oleh Hsieh et al. (2017), Sripalawat et al. (2011), dan Vanneste et al. (2013) yang menunjukkan bahwa *self efficacy* dapat memengaruhi niatan seseorang dalam mengadopsi layanan *mobile banking*.

H₆ diterima yaitu *Perceived Financial Cost* memengaruhi minat seseorang untuk menggunakan layanan *mobile banking BRI*. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa, biaya menjadi pertimbangan bagi pengguna sebelum memutuskan untuk menerapkan layanan *mobile banking BRI* tersebut. Karena dalam menggunakan layanan tersebut terdapat sejumlah biaya-biaya yang harus dikeluarkan oleh pengguna seperti biaya berlangganan internet dan biaya untuk menerima notifikasi transaksi. Penelitian-penelitian yang mendukung hipotesis ini adalah penelitian oleh Jeong dan Yoon (2013) dan Chian Son Yu (2012) yang menunjukkan bahwa biaya menjadi kendala yang memengaruhi niat seseorang dalam mengadopsi layanan *mobile banking*.

H₇ ditolak yaitu *Perceived Credibility* tidak memengaruhi minat seseorang untuk menggunakan layanan *mobile banking BRI*. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa, pengguna kurang memperhatikan keamanan penggunaan teknologi dan keamanan privasi data pengguna. Faktanya, kedua hal tersebut sangatlah penting untuk diperhatikan. Penelitian-penelitian yang mendukung hipotesis ini adalah penelitian oleh Arahita dan Jurry (2015) yaitu *perceived credibility* tidak memengaruhi niatan seseorang untuk menggunakan ulang *BCA mobile*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa niatan seseorang dalam menggunakan layanan *mobile banking BRI* dapat dipengaruhi oleh, (1) *Performance Expectancy* (PE); (2) *Effort Expectancy* (EE); (3) *Social Influence* (SI); (4) *Facilitating Conditions* (FC); (5) *Perceived Self Efficacy* (PSE); (6) *Perceived Financial Cost* (PFC); sedangkan (7) *Perceived Credibility* (PC) tidak memengaruhi minat seseorang untuk menggunakan layanan *mobile banking BRI*. Dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *Performance Expectancy* menjadi prediktor terkuat yang menentukan minat seseorang dalam menggunakan layanan tersebut dibandingkan dengan prediktor-prediktor lainnya.

Saran atau rekomendasi yang dapat diberikan kepada pihak Bank BRI adalah (1) Dapat lebih meningkatkan kerja dari layanan *mobile banking BRI* tersebut agar lebih optimal; (2) Melakukan perbaikan terhadap layanan *mobile banking BRI* dengan tujuan agar aplikasi tersebut menjadi semakin lebih baik dari sebelumnya; (3) Dapat mempromosikan produk *mobile banking BRI* dengan memanfaatkan media sosial agar lebih dikenal masyarakat luas; (4) Dapat meningkatkan fasilitas yang sudah ada agar semakin menjadi lebih baik dan pengguna merasa nyaman dalam menggunakan; (5) Dapat memberikan sosialisasi atau penyuluhan kepada orang-orang yang memiliki tingkat *self efficacy* yang rendah; (6) Transparansi mengenai biaya-biaya yang dikeluarkan terkait dalam penggunaan layanan tersebut kepada pengguna; (7) Dapat meningkatkan *security* dan *privacy* dengan tujuan agar layanan tersebut tidak mudah untuk diretas.

Selanjutnya saran untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan uji statistik parametrik yang meliputi Uji Normalitas, Uji Homogenitas, dan Uji Linieritas. Karena hasil yang didapat dari uji dengan menggunakan statistik parametrik hasilnya lebih akurat dan dapat menggambarkan keseluruhan dari populasi yang diambil untuk dijadikan sampel penelitian. Kemudian dalam menentukan anggota sampel dapat mendeskripsikan atau fokus terhadap salah satu golongan saja, misalnya mahasiswa, pebisnis dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. 1991. The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50, 179-221.
- Alalwan, A. A, Dwivedi, Y.K, &Rana, N.P. 2017. Factors Influencing Adoption of Mobile Banking by Jordanian Bank customers:Extending UTAUT2 with trust. *International Journal of Information Management*, 37(3),99-110.
- Arahita, Ceva Lavenja,& Hatammimi, Jurry. 2015.Factors Affecting the Intention to Reuse Mobile Banking Services.*International Journal of Research in Business and Social Sciences*,4(4), 15-23.
- Azwar, Saifuddin. 2012. *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta:Pustaka Belajar.
- Bandura, Albert. 1977. *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs, New Jersey:Prentice Hall..
- Davis, F. D, Bagozzi, R.P, &Warshaw, P.R. 1992. Extrinsic and Intrinsic Motivation to Use Computers in the Workplace. *Journal of Applied Social Psychology*,22(14),1111-1132.
- Davis, F. D. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*,13(3),319-339.
- Fishbein, M, & Ajzen, I. 1975. *Belief, Attitude, Intention, And Behavior: An Introduction to Theory and Research.*, Reading, MA:Addison-Wesley.
- Ghalandari, Kamal. 2012. The Effect of Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence and Facilitating Conditions on Acceptance of E-Banking Services in Iran: the Moderating Role of Age and Gender. *Journal of Scientific Research*,12(6),801-807.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J.F, Black, W.C, Babin, B.J&Anderson, R.E. 2010. *Multivarite Data Analysis*. Seventh Edition.Pearson Prentice Hall.
- Heri,Retnawati. 2016. *Analisis Kuantitatif Instrumen Penelitian*. Yogyakarta:Parama Publishing.
- Hoque, Rakibul, &Sorwar, Golam. 2017. Understanding factors influencing the adoption of mHealth by the elderly: An extension of the UTAUT model. *International Journal of Medical Informatics*, 101, 75-84.
- Hsieh, H.L, Kuo, Y.M, Wang, S.R, Chuang, B.K, &Tsai, C.H. 2017. A Study of Personal Health Record User's Behavioral Model Based on the PMT and UTAUT Integrative Perspective. *InternationalJournal of Environmental Research and Public Health*, 14(8), 1-14.
- Jeong, Bong-Keun,&Yoon, Tom E. 2013. An Empirical Investigation on Consumer Acceptance of Mobile Banking Services. *Journal Business and Management Research*,2(1),31-40.
- Kazi, A. K,&Mannan, M.A. 2013. Factors affecting adoption of mobile banking in Pakistan: Empirical Evidence. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 2(3),54-61.
- Kusuma, Hendra 2015. Transaksi Mobile Banking BRI Tembus Rp62 Triliun. <https://economy.okezone.com/read/2015/10/28/457/1239372/transaksi-mobile-banking-bri-tembus-rp62-triliun>. Diakses pada 30 Desember 2017.
- Kohnke, A, Cole, M.L&Bush, R. 2014. Incorporating UTAUT Predictors for Understanding Home Care Patients and Clinician's Acceptance of Healthcare Telemedicine Equipment. *Journal of Technology Management & Innovation*,9(2),29-41.
- Muhayiddin, M. N, Ahmed, E.M, &Ismail, H. 2011. Consumer Acceptance of an Electronic Dinar Payment System in Malaysia.*Journal of Electronic Banking Systems*, 1-13.
- Morosan, C, &DeFranco, A. 2016. It's about time:Revisiting UTAUT2 to examine consumer's intention to use NFC mobile payments in hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 53,17-29.
- Rogers, E. M& John, F.C. 1960. *Social Change In Rural Society: A Textbook in Rural Sociology*. Literary Licensing.
- Sandy, Kunthi Fahmar. 2015. Pengguna Mobile Banking Melebihi Target. <https://ekbis.sindonews.com/read/1060558/178/pengguna-mobile-banking-bri-melebihi-target-1447199332>.Diakses pada 30 Desember 2017.
- Santoso, Singgih. 2012. *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Siegel, Sidney. 1988. *Statistik Nonparametrik Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Gramedia.
- Sekaran, Uma. 2003. *Research Methods for Business: A Skill Building ApproachFourth Edition*.New York:John Wiley and Sons, Inc.
- Sugiyono. 2007. *Statistika Untuk Penelitian*.Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Sripalawat, Jiraporn, Thongmak, Mathupayas & Ngramyarn,Atcharawan. 2011. M-Banking in Metropolitan Bangkok And A Comparison With Other Countries. *The Journal of Computer Information System*,51(3),67-76.
- Taylor, S&Todd, P. 1995. Assesing IT Usage: The Role of Prior Experience. *MIS Quarterly*, 19(4) 561-570.

- Thompson, R. L, Higgins, C.A, & Howell, J.M. 1991. Personal Computing Toward a Conceptual Model of Utilization. *MIS Quarterly*, 15(1), 125-143.
- Vanneste, Dik, Vermeulen, Bram & Declerq, Anja. 2013. Healthcare professionals' acceptance of BelRAI, a web-based system enabling person-centred recording and data sharing across care settings with interRAI instruments: a UTAUT analysis. *BMC Medical Informatics and Decision Making*, 13:129.
- Venkatesh, V, Morris, M.G, Davis, G.B, & Davis, F. D. 2003. User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
- Wiyono, Gendro. 2011. *Merancang Penelitian Bisnis dengan alat analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0* Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Yang, Wan-Chi. 2011. Applying Content Validity Coefficient and Homogeneity Reliability Coefficient to Investigate the Experimental Marketing Scale for Leisure Farms. *Journal of Global Business Management*, 7, 1, 1-8.
- Yu, C. S. 2012. Factors Affecting Individuals To Adopt Mobile Banking: Empirical Evidence From The UTAUT Model. *Journal of Electronic Commerce Research*, 13(2), 104-121.