

Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*

(Studi pada Nasabah BCA di Purworejo)

Muhammad Rizqi Henson Saputra

rizqihenson123@gmail.com

Titin Ekowati

titinekowati@umpwr.ac.id

Dedi Runanto

dedirunanto@umpwr.ac.id

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Purworejo

ABSTRAK

Perkembangan teknologi di Indonesia meningkat pesat sehingga merubah tatanan kehidupan dan gaya hidup masyarakat. Mereka cenderung membutuhkan akses informasi yang cepat untuk mengakomodir kebutuhan informasi mereka. Seperti halnya saat melakukan transaksi perbankan, umumnya sebagian besar bank telah memfasilitasi nasabah dengan layanan *mobile banking* lengkap dengan fitur yang menarik dan sistem di dalamnya mudah digunakan. Masyarakat pun mulai berpindah dari cara transaksi konvensional beranjak menggunakan layanan *mobile banking*. Sehingga pihak perbankan harus siap untuk berinovasi memberikan layanan yang terbaik untuk nasabah, agar tidak kalah dari pesaingnya. Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh (1) Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile banking*. (2) Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile banking*. (3) Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile banking*. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah bank BCA yang menggunakan *BCA Mobile* di Purworejo. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 150 responden, jenis metode yang digunakan adalah *purposive sampling*. Kuesioner telah diuji coba dan telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Pengujian hipotesis menggunakan analisis linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi Kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*, Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*, dan Persepsi Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Kata kunci : Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan dan Minat Menggunakan.

A. PENDAHULUAN

Globalisasi perkembangan teknologi meningkat pesat sehingga merubah tatanan kehidupan dan gaya hidup masyarakat. Adapun globalisasi yang paling banyak membawa perubahan adalah globalisasi pada bidang teknologi informasi (Martha *et al.*, 2018). Semakin luasnya informasi yang diperoleh dari berbagai media cetak maupun elektronik contohnya *handphone*, hal ini dinilai dapat merubah aktivitas masyarakat menjadi serba *online*. Mereka cenderung membutuhkan akses informasi yang cepat untuk mengakomodir kebutuhan informasi mereka. Mobilitas dan kebutuhan informasi membuat gaya hidup masyarakat sekarang tidak terlepas dari *handphone*.

Jogiyanto (2007) menjelaskan bahwa TAM (*Technology Acceptance Model*) adalah suatu model penerimaan sistem informasi yang akan digunakan oleh pengguna. Model penelitian ini didasarkan pada teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan tujuan memberikan penjelasan teknologi informasi yang mempengaruhi minat individu menggunakan *mobile banking*. Penerimaan teknologi informasi tersebut ditentukan oleh

persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan persepsi keamanan, sehingga akan menjadi tolak ukur nasabah dalam menggunakan teknologi informasi.

Minat menggunakan dalam teori *Technology Acceptance Model (TAM)* masuk kedalam *Behavioral Intension of use*. Jogiyanto (2007) menjelaskan bahwa minat (*Behavioral Intension*) seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Artinya bahwa minat seseorang melakukan sesuatu dapat diprediksi oleh sikap dan perilakunya. Model TAM telah terbukti sebagai model teori yang bermanfaat dalam memahami serta menjelaskan perilaku konsumen dalam mengimplementasikan suatu sistem informasi.

Davis (2019:3) mengatakan bahwa persepsi kegunaan adalah sejauh mana tingkat kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan suatu sistem teknologi akan memberikan manfaat dan meningkatkan kinerja pekerjaan. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi kegunaan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. *BCA Mobile* memberikan banyak kegunaan pada fitur aplikasinya untuk bertransaksi dalam berbagai macam pembayaran *online*. Dengan demikian jika seseorang percaya bahwa sistem informasi berguna maka dia akan menggunakannya.

Wibowo *et al* (2008) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of to use*) dipengaruhi oleh beberapa faktor individu yaitu interaksi individu dengan sistem yang jelas dan mudah dimengerti, tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut dan mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan. Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan perbankan BCA yaitu dengan memperhatikan kemudahan pengguna yang dapat dimengerti dengan mudah sehingga nasabah tidak mengalami kesulitan ketika mengoperasikan sistem *BCA Mobile*. Dapat disimpulkan jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi yang mudah digunakan maka dia akan menggunakannya.

Persepsi keamanan (*Attitude of use*) biasa dikaitkan dengan ancaman yang menciptakan peristiwa yang berpotensi menyebabkan kesulitan ekonomi melalui sumber data yang mengalami penipuan dan penyalahgunaan wewenang (Kinasih & Albari, 2012). Dari pernyataan diatas persepsi keamanan disimpulkan sebagai keyakinan seseorang terhadap suatu teknologi bahwa teknologi tersebut dapat melindungi informasi pribadinya. Zahid *et al* (2010) menyatakan bahwa keamanan merupakan kemampuan untuk melindungi informasi serta data konsumen dari tindak pencurian dan penipuan dalam layanan perbankan secara *online*. Artinya seseorang akan percaya jika suatu sistem keamanan dari teknologi tersebut aman dan akan menimbulkan perasaan positif dari konsumen, sehingga akan menggunakan sistem teknologi tersebut.

Produk layanan *mobile banking* adalah salah satu saluran distribusi perbankan BCA untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui teknologi GPRS dengan sarana *handphone*. Istilah *mobile banking* berkaitan erat dengan fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti *handphone*, dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM kecuali mengambil uang tunai (Kusumastuti, 2022). Terobosan *mobile banking* yang diberikan perbankan BCA memang menarik, karena dapat dilakukan 24 jam dan transaksi perbankan dapat dilakukan dimana saja selama nasabah memiliki kuota untuk mengakses internet.

Pihak bank BCA harus memperhatikan salah satu golongan nasabah yang ada di

Purworejo. Contohnya anak sekolah dan mahasiswa, dikarenakan sebagian besar anak muda menjadi pengguna aktif perangkat *handphone*. Anak sekolah dan mahasiswa sebagai seorang nasabah memiliki berbagai faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *BCA Mobile*. Pengaplikasian persepsi kegunaan dalam *BCA Mobile* seperti melakukan berbagai macam aktivitas transaksi perbankan yaitu transfer, cek saldo, pembayaran belanja dan lain sebagainya. Pengaplikasian persepsi kemudahan *BCA Mobile* untuk nasabah sangat mudah digunakan karena layout dan menu di dalam aplikasi tertata dengan baik. Pengaplikasian persepsi keamanan *BCA Mobile* memiliki sistem keamanan 3 lapis yaitu teknologi pengamanan yang mengacak jalur komunikasi antar komputer (SSL), Password dan *Kode One Time Password* (OTP). Dari keterangan diatas akan menimbulkan minat nasabah untuk menggunakan *BCA Mobile*.

Oleh karena itu PT Bank Central Asia Tbk (BCA) harus memperhatikan faktor-faktor tersebut untuk memajukan layanan dan meningkatkan kepuasan nasabah, sehingga nasabah memiliki minat untuk menggunakan *BCA Mobile*. Jika nasabah tersebut puas dengan adanya *mobile banking* maka akan menimbulkan rasa ketertarikan nasabah untuk menggunakannya. Objek penelitian ini menekankan pada nasabah yang ada di Purworejo serta dalam penelitiannya ditambahi model penelitian yang didasarkan pada TAM (*Technology Acceptance Model*).

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile banking* (Studi pada Nasabah BCA Purworejo)”**.

B. RUMUSAN MASALAH

1. Apakah persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *BCA Mobile*?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan *BCA Mobile*?
3. Apakah persepsi keamanan berpengaruh terhadap minat menggunakan *BCA Mobile*?

C. KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN

1. Minat Menggunakan

Dalam kamus besar bahasa Indonesia minat adalah suatu keinginan dan kecenderungan hati yang sangat kuat terhadap sesuatu. Jogiyanto (2007:116) menyatakan bahwa minat adalah suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Artinya bahwa minat seseorang untuk melakukan sesuatu dapat diprediksi oleh sikapnya terhadap perilakunya dan bagaimana dia berpikir orang lain akan menilainya jika dia melakukan perilaku tersebut. Minat seseorang untuk menggunakan sistem teknologi informasi dalam memenuhi kebutuhannya sangat dipengaruhi oleh keyakinan individu itu sendiri akan kegunaan sistem teknologi informasi.

Minat merupakan suatu aspek psikis manusia yang dapat mendorong untuk mencapai tujuan (Kusuma & Sulistiowati, 2007). Apabila benda tersebut bernilai atau bermanfaat baginya maka orang tersebut akan berminat untuk menggunakan karena memberikan kelancaran dan kepuasan. Apabila menurut seseorang itu hal yang menarik dan memberikan kepuasan maka seseorang akan cenderung memiliki keinginan untuk menggunakannya (Tjini & Ayu, 2013). Dari beberapa pengertian minat, diketahui bahwa

minat memiliki ciri-ciri dan karakteristik tertentu yang akan membedakan dengan pengertian lain seperti motivasi dan dorongan emosional lainnya

2. Mobile Banking

Turban (2007) menjelaskan bahwa *mobile banking* merupakan suatu aplikasi penerapan *mobile commerce* yang berfokus terhadap masalah finansial perbankan, sehingga memungkinkan dilakukannya kegiatan-kegiatan seperti yang dapat dilakukan melalui ATM (*Automated Teller Machine*) dengan memanfaatkan perangkat *mobile*. Sebelum adanya layanan ini, transaksi perbankan biasanya dilakukan secara manual dan nasabah harus mendatangi bank terdekat. Sekarang dengan layanan *mobile banking* transaksi dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi bank, hanya dengan menggunakan *handphone* nasabah dapat menghemat waktu dan biaya. Adapun tujuan *mobile banking* agar nasabah tidak ketinggalan jaman dalam menggunakan media elektronik yang sudah modern dan bisa memanfaatkan media *handphone* yang biasanya digunakan untuk berkomunikasi tetapi juga dapat digunakan untuk berbisnis dan bertransaksi.

Produk layanan *mobile banking* adalah saluran distribusi bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui teknologi GPRS dengan sarana *handphone*. Kusumastuti (2022) istilah *mobile banking* berkaitan erat dengan fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti *handphone*, dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM kecuali mengambil uang tunai. Terobosan *mobile banking* memang menarik karena dapat dilakukan 24 jam dan transaksi perbankan dapat dilakukan dimana saja selama nasabah dapat mengakses *mobile banking* dengan *handphone*.

3. Persepsi Kegunaan

Persepsi Kegunaan adalah percaya terhadap suatu teknologi yang mampu memberikan manfaat dan efektifitas pada pekerjaannya. Davis (2019:3) mengatakan bahwa persepsi kegunaan adalah sejauh mana tingkat kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan suatu sistem teknologi akan memberikan manfaat dan meningkatkan kinerja pekerjaan. Persepsi kegunaan merupakan kepercayaan pengguna bahwa dengan penggunaan suatu sistem tertentu akan memberikan peningkatan pada kinerja pekerjaannya (Pikkarainen *et al*, 2004).

Simanjuntak (2015) menyatakan bahwa terdapat upaya untuk meningkatkan persepsi kegunaan terhadap penggunaan teknologi. Upaya ini merupakan hal yang penting karena kegagalan pengembangan persepsi kegunaan terhadap penggunaan teknologi, akan mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan teknologi.

4. Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Jogiyanto, 2007). Artinya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan, maka dia akan menggunakannya. Wibowo *et al* (2008) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan dipengaruhi oleh beberapa faktor individu yaitu interaksi individu dengan sistem yang jelas dan mudah dimengerti, tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut dan mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu

kerjakan.

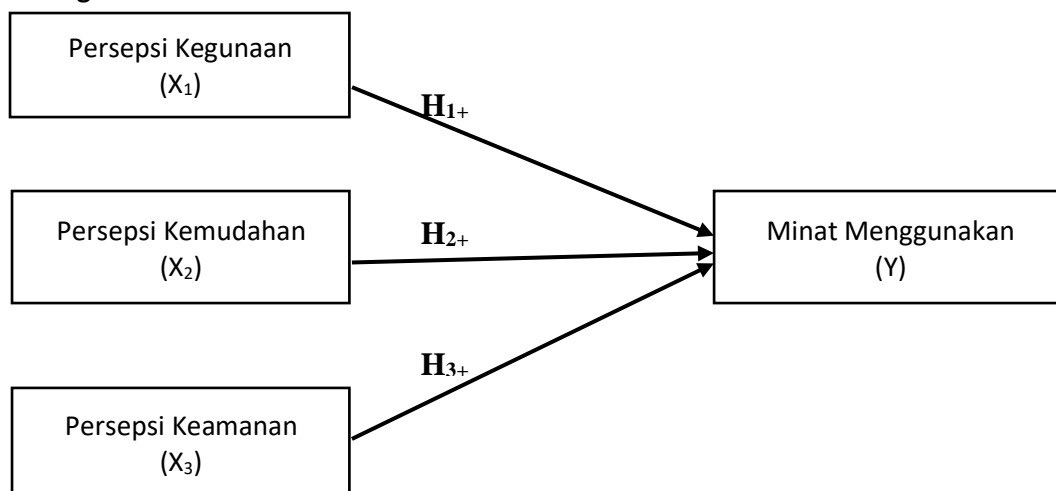
Jogiyanto (2007) menjelaskan bahwa persepsi kemudahan mendefinisikan sebagai keyakinan akan kemudahan penggunaan yaitu tingkatan dimana pengguna percaya bahwa teknologi atau sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Persepsi kemudahan dapat diartikan dengan suatu tingkat dimana seseorang memiliki keyakinan bahwa penggunaan teknologi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang berat dalam mengoperasikannya. Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan sistem informasi dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan yang sesuai dengan keinginan pemakai.

5. Persepsi Keamanan

Zahid *et al* (2010) menyatakan bahwa persepsi keamanan merupakan kemampuan untuk melindungi informasi serta data konsumen dari tindak pencurian dan penipuan dalam layanan perbankan secara online. Keamanan dalam bertransaksi sebuah server harus mampu melindungi sebuah data agar tidak terjadi kebocoran dan mampu mendeteksi adanya penipuan di sebuah server yang berbasis teknologi.

Flavian (2011) menjelaskan bahwa persepsi keamanan merupakan kemungkinan kepercayaan subjektif yang dimiliki pengguna bahwa informasi pribadi mereka tidak akan dilihat, disimpan, dan dimanipulasi oleh pihak lain selama dalam perjalanan dan penyimpanan, sehingga secara konsisten menimbulkan harapan kepercayaan pada diri mereka. Persepsi kepercayaan ini perlu diperhatikan sebab maraknya kejahatan yang mungkin dihadapi oleh pengguna internet sehingga dapat mempengaruhi seseorang untuk menggunakan *mobile banking* atau tidak.

D. Kerangka Pikir



E. PENGEMBANGAN HIPOTESIS

1. Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*

Technology Acceptance Model (TAM) membahas tentang minat suatu individu terhadap teknologi yang dilihat dari sikap seseorang dalam menggunakan teknologi tersebut. Adapun salah satu konstruk yang dirumuskan oleh Jogiyanto (2007) adalah persepsi kegunaan. Kaitan antara *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan persepsi

kegunaan *mobile banking* yaitu jika aplikasi *mobile banking* memberikan banyak manfaat dalam melakukan berbagai macam transaksi di kehidupan sehari-hari dan mampu meningkatkan kinerjanya dalam bekerja. Namun sebaliknya, ketika produk *mobile banking* dirasa tidak akan berguna meningkatkan kinerja dalam bertransaksi maka nasabah tidak akan menggunakannya. Dengan demikian, diperoleh dugaan sementara bahwa persepsi kegunaan *mobile banking* akan meningkatkan kinerja dalam bertransaksi sehingga nasabah memiliki minat untuk menggunakan *mobile banking*.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan teknologi. Penelitian yang dilakukan Sulmi *et al* (2021) dan Hamid (2018) menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

H1 : Persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

2. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*

Technology Acceptance Model (TAM) membahas tentang minat perilaku individu untuk mengadopsi bagian tertentu dari suatu teknologi yang ditentukan oleh sikap seseorang terhadap penggunaan teknologi tersebut. Adapun salah satu konstruk yang dirumuskan oleh Jogiyanto (2007) adalah persepsi kemudahan. Kaitan antara *Technology Acceptance Model (TAM)* dengan persepsi kemudahan *mobile banking* yaitu jika sistem transaksi dalam *mobile banking* memberikan kemudahan bagi nasabah apabila langkah penggunaannya lebih efisien dan tidak rumit. Tetapi sebaliknya, apabila saat bertransaksi menggunakan *mobile banking* terasa lebih sulit maka nasabah akan menggunakan uang tunai saat bertransaksi yang dirasa lebih mudah. Dengan demikian, diperoleh dugaan sementara bahwa kemudahan dalam menggunakan *mobile banking* memberikan kepraktisan dalam bertransaksi yang menyebabkan nasabah akan memutuskan untuk menggunakan *mobile banking*.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan teknologi. Penelitian yang dilakukan Sulmi *et al* (2021) dan Hamid (2018) menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat untuk menggunakan *mobile banking*.

H2 : Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

3. Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*

Technology Acceptance Model (TAM) membahas tentang minat perilaku individu untuk menggunakan suatu teknologi yang ditentukan oleh keamanan dari teknologi tersebut. Adapun salah satu konstruk yang dirumuskan oleh Jogiyanto (2007) adalah persepsi keamanan. Kaitan antara *Technology Acceptance Model (TAM)* dengan persepsi keamanan *mobile banking* yaitu jika sistem keamanan dari *mobile banking* dirasa aman dan dapat menjaga kebocoran rahasia data pribadi maka akan menimbulkan rasa percaya pada seseorang untuk menggunakannya. Sebaliknya, jika *mobile banking* tidak memberi rasa aman atau menimbulkan kekhawatiran terhadap data yang didaftarkan, maka nasabah tidak akan menggunakan *mobile banking* sebagai alat pembayaran atau transaksi. Dengan demikian, diperoleh dugaan sementara persepsi keamanan dalam mengakses *mobile banking* dapat memberikan rasa aman yang menyebabkan nasabah

ingin menggunakan *mobile banking* sebagai alat bertransaksi.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh terhadap minat menggunakan teknologi. Penelitian yang dilakukan oleh Sulmi *et al* (2021) dan Hamid (2018) menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

H3 : Persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

F. METODE PENELITIAN

1. Desain Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode survei, dimana penulis membagikan kuesioner atau *google form* untuk pengumpulan data penelitian yang dilakukan termasuk ke dalam teknik survei.

2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung nasabah BCA yang berada di Purworejo. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 150 responden. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan kriteria seperti merupakan nasabah bank BCA, memiliki perangkat handphone untuk mengakses internet, dan nasabah dari bank BCA dengan usia 17 tahun keatas.

3. Definisi Operasional Variabel

Persepsi kegunaan adalah persepsi terhadap kemanfaatan didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya (Wibowo *et al*, 2008). Indikator dari persepsi kegunaan *mobile banking* menurut (Yogananda & Septa, 2017) yaitu : mempermudah transaksi, mempercepat transaksi, memberikan keuntungan saat menyelesaikan transaksi, dan meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi.

Persepsi kemudahan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Jogiyanto, 2007). Indikator dari persepsi kemudahan penggunaan *mobile banking* menurut (Yogananda & Septa, 2017) yaitu : sistem mudah dipelajari, sistem mudah didapatkan dan sistem mudah dioperasikan

Persepsi keamanan adalah keyakinan nasabah atas terjamin transaksi yang aman dan terjaganya informasi pribadi (Lallmahamood, 2007). Persepsi keamanan sendiri akan menjadi faktor yang penting untuk mendorong minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*. Indikator dari persepsi keamanan *mobile banking* menurut (Khairul & Anam, 2017) yaitu : terjaga kerahasiaan data, *integritas* dan *otentikasi*.

Minat merupakan suatu aspek psikis manusia yang dapat mendorong untuk mencapai tujuan (Kusuma & Sulistiowati, 2007). Orang akan berminat menggunakannya jika individu tersebut menilai sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya dan mendapat kepuasan. Isitilah minat menggunakan sendiri merupakan *triminologi* aspek kepribadian untuk mewujudkan adanya kemauan, dorongan yang timbul dari diri sendiri untuk memilih objek lain yang sejenis. Indikator minat menggunakan menurut (Kusuma & Sulistiowati, 2007) yaitu niat unruk terus menggunakan, berkomitmen untuk terus menggunakan secara intens, dan merekomendasikan kepada orang lain.

4. Pengumpulan Data

Data primer data yang digunakan dalam penelitian ini dan menggunakan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner (angket) melalui *Google Form*.

5. Pengukuran Data

Teknik pengukuran data yang digunakan pada kuesioner ini adalah *skala likert*, dimana tingkat setuju atau tidak setuju mengenai berbagai pernyataan mengenai perilaku objek, orang atau kejadian (Kuncoro, 2013). Skala yang diajukan dalam penelitian ini terdiri dari lima titik, kemudian dijumlahkan untuk mendapatkan gambaran mengenai perilaku.

6. Pengujian Instrumen Penelitian

a. Hasil Uji Validitas

Sugiyono (2009) mengemukakan bahwa suatu instrumen penelitian dianggap valid, jika item mempunyai korelasi positif dengan skor total dan korelasi yang tinggi akan menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi. Metode yang digunakan yaitu *Corrected Item-Total Correlation* dengan bantuan *software SPSS*. Biasanya syarat minimum untuk dianggap valid, jika $r \geq 0,3$. Akan tetapi jika korelasi antara item skor total $r \leq 0,3$, maka item dalam instrumen tersebut dianggap tidak valid.

Berdasarkan hasil uji validitas diketahui bahwa nilai *pearson correlation* setiap butir pernyataan lebih dari 0,3 artinya setiap butir pernyataan valid dalam mengukur variabel persepsi kegunaan (X_1), persepsi kemudahan (X_2), persepsi keamanan (X_3), minat menggunakan (Y).

b. Hasil Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2011). Kuesioner dikatakan *reliabel* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsisten hasil pengukuran dari kuesioner dalam penggunaan yang berulang. Jawaban responden dikatakan *reliabel* apabila masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten dan jawaban tidak boleh acak.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* setiap butir pernyataan lebih dari 0,7 artinya setiap butir pernyataan *reliabel* dalam mengukur variabel persepsi kegunaan (X_1), persepsi kemudahan (X_2), persepsi keamanan (X_3), minat menggunakan (Y).

7. Pengujian Hipotesis

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis linear berganda. Kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis menurut Ghozali (2011) menjelaskan bahwa untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

G. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda untuk

membuktikan hipotesis penelitian yaitu untuk menguji pengaruh persepsi kegunaan (X_1), persepsi kemudahan (X_2), dan persepsi keamanan (X_3) terhadap minat menggunakan (Y). Analisis ini menggunakan input berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *software SPSS*, adapun hasil pengujian sebagai berikut:

1) Hipotesis 1 : Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*

Hasil analisis data menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi persepsi kegunaan (X_1) terhadap minat menggunakan (Y) sebesar 0,238 dengan nilai signifikansi 0,005 ($p\text{-value} < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama (H_1) diterima. Nasabah menilai bahwa dengan menggunakan *mobile banking* yang menerapkan persepsi kegunaan, mereka bisa mendapatkan keuntungan dalam melakukan berbagai macam transaksi keuangan di kehidupan sehari-hari dan mampu meningkatkan kinerjanya dalam bekerja. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin banyak persepsi kegunaan (X_1) yang diperoleh dari *mobile banking* bank BCA Purworejo, maka akan meningkatkan minat menggunakan (Y).

Hasil penelitian ini sesuai dengan Renaldi (2021) yang mengemukakan bahwa persepsi kegunaan terkait minat penggunaan *mobile banking* mengacu pada saat nasabah bank percaya bahwa penggunaan *mobile banking* akan mempermudah dan meningkatkan efisiensi transaksi bank. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Sulmi *et al* (2021) dan Hamid (2018) yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

2) Hipotesis 2 : Pengaruh Persepsi kemudahan terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*

Hasil analisis data menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi persepsi kemudahan (X_2) terhadap minat menggunakan (Y) sebesar 0,342 dengan nilai signifikansi 0,000 ($p\text{-value} < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua (H_2) diterima. Seperti halnya penilaian nasabah yaitu ingin melakukan transaksi keuangan dengan mudah dan tidak harus melakukan suatu usaha yang berlebihan. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin banyak persepsi kemudahan (X_2) yang diperoleh dari *mobile banking* bank BCA Purworejo, maka akan meningkatkan minat menggunakan (Y).

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Renaldi (2021) mengemukakan bahwa persepsi kemudahan terkait minat penggunaan *mobile banking* mengacu pada teknologi yang berkualitas dan mudah dalam penggunaannya, bahkan juga memudahkan nasabah untuk menyelesaikan pekerjaan lebih cepat dibandingkan tanpa menggunakan teknologi. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Sulmi *et al* (2021) dan Hamid (2018) menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menggunakan *mobile banking*.

3) **Hipotesis 3 : Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking***

Hasil analisis data menunjukkan bahwa nilai koefisien koefisien regresi persepsi keamanan (X_3) terhadap minat menggunakan (Y) sebesar 0,202 dengan nilai signifikansi 0,008 ($p\text{-value} < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga (H_3) diterima. Nasabah menilai dengan adanya sistem keamanan yang berlapis yang dirasa aman dari kebocoran rahasia data pribadi, akan menimbulkan rasa percaya dari nasabah untuk menggunakannya. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin banyak persepsi keamanan (X_3) yang diperoleh dari *mobile banking* bank BCA Purworejo, maka akan meningkatkan minat menggunakan (Y).

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Renaldi (2021) mengemukakan bahwa persepsi keamanan terkait minat penggunaan *mobile banking* mengacu pada sistem keamanan dimana data yang diberikan tidak akan terjadi kebocoran, terjaga kerahasiaannya, dan aman terhadap penghapusan data secara sepihak. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sulmi *et al* (2021) dan Hamid (2018) menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

H. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan persepsi keamanan terhadap minat menggunakan *mobile banking* bank BCA di Purworejo, maka dapat disimpulkan sebagai berikut : (1) Persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* bank BCA di Purworejo. (2) Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* bank BCA di Purworejo. (3) Persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* bank BCA di Purworejo.

Hasil penelitian ini menguatkan teori dari Davis (2019:3) mengatakan bahwa persepsi kegunaan adalah sejauh mana tingkat kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan suatu sistem teknologi akan memberikan manfaat dan meningkatkan kinerja pekerjaan. Temuan ini memperkuat pendapat yang dikemukakan oleh Renaldi (2021) mengemukakan bahwa persepsi kegunaan terkait minat penggunaan *mobile banking* mengacu pada saat nasabah bank percaya bahwa penggunaan *mobile banking* akan mempermudah dan meningkatkan efisiensi transaksi bank.

Hasil penelitian ini menguatkan teori dari Novitasari (2015) menyatakan bahwa persepsi kemudahan dapat memberikan petunjuk bahwa suatu sistem dirancang untuk mempermudah dan tidak menyulitkan penggunaannya dalam menggunakan sistem tersebut, sehingga seseorang yang menggunakan sistem akan lebih mudah dibandingkan dengan seseorang yang tidak menggunakan sistem atau masih manual. Temuan ini memperkuat pendapat yang dikemukakan oleh Renaldi (2021) mengemukakan bahwa persepsi kemudahan terkait minat penggunaan *mobile banking* mengacu pada teknologi yang berkualitas dan mudah dalam penggunaannya, bahkan juga memudahkan nasabah untuk menyelesaikan pekerjaan lebih cepat dibandingkan tanpa menggunakan teknologi.

Hasil penelitian ini menguatkan teori dari Kinasih & Albari (2012) menyatakan bahwa persepsi keamanan biasanya tentang ancaman yang dapat menciptakan suatu keadaan dan kondisi yang dapat menyebabkan kesulitan ekonomi melalui sumber data ataupun jaringan yang sedang mengalami kerusakan pengumpulan data, penolakan pelayanan, penipuan dan penyalahgunaan wewenang. Temuan ini memperkuat pendapat yang dikemukakan oleh Renaldi (2021) mengemukakan bahwa persepsi keamanan terkait minat penggunaan *mobile banking* mengacu pada sistem keamanan dimana data yang diberikan tidak akan terjadi kebocoran, terjaga kerahasiaannya, dan aman terhadap penghapusan data secara sepihak.

Di lihat dari sisi persepsi kegunaan, Diharapkan pihak bank BCA di Purworejo dapat mengoptimalkan *mobile banking* dalam melakukan berbagai macam transaksi keuangan secara *online* dan mampu memberikan kualitas transaksi yang baik dengan lebih sedikit hambatan *maintenance*, sehingga nasabah tertarik untuk menggunakan *mobile banking*.

Dilihat dari sisi persepsi kemudahan, Diharapkan pihak bank BCA di Purworejo lebih bisa memberikan kemudahan melalui aplikasi *mobile banking* dengan langkah penggunaan yang lebih efisien dan fitur di dalamnya harus sudah tertata dengan baik, sehingga memudahkan nasabah untuk menggunakan *mobile banking*.

Dilihat dari sisi persepsi keamanan, Diharapkan pihak bank BCA di Purworejo memberikan sistem keamanan *mobile banking* yang berlapis dan dapat menjaga kebocoran rahasia data pribadi, sehingga menimbulkan rasa percaya pada nasabah untuk menggunakan *mobile banking*.

Bagi penelitian selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan tema yang sama, diharapkan untuk mengembangkan penelitian dengan menambah variabel lain selain persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan seperti persepsi kepercayaan, daya tarik promosi, fitur layanan, dan persepsi kecocokan. Penelitian berikutnya dapat mengembangkan penelitian dengan menggunakan wawancara atau kualitatif agar memperoleh data yang lebih detail dan natural, serta dapat menggunakan objek lain seperti Dana, ShopeePay, E-Wallet, OVO, Go-Pay dan sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambiya, & Cindy. (2022). *Pengaruh Pemahaman Masyarakat Terhadap Penerapan Sistem Bagi Hasil Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Pondok Pucung Kota Tangerang Selatan)*.
- Anatan, & Ellitan. (2015). *Sistem Informasi Manajemen*. Alfabeta.
- Arasu Raman, & Viswanathan Annamalai. (2011). Wireless Information Networks & Business Information System. *IJCA Special Issue on "Wireless Information Networks & Business Information System,"* 54–56.
- Arief, & Wibowo. (2008). Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Proceeding Book of Konferensi Nasional Sistem Informasi, April 2008,* 1–8. <http://peneliti.budiluhur.ac.id/wp-content/uploads/2008/.../arif+wibowo.pdf>
- BCA. (n.d.). *Sejarah*. <https://bca.co.id/sejarah>.

- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Flavián, C. (2011). The Generation Of Trust In The Online Services And Product Distribution : The Case Of Spanish Electronic Commerce. *Journal of Electronic Commerce Research*, 12(3), 199–213.
- Hamid, A. N. U. S. (2019). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan BRI Mobile (Studi Pada Masyarakat di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1–18.
- Hurlock, & Elizabeth. (2004). *Psikologi Perkembangan Anak* (2nd ed.). Erlangga.
- Indonesia, A. P. J. I. (2022). *Hasil Survei Profil Internet di Indonesia*. [apiji.or.id:https://apiji.or.id/survey](https://apiji.or.id)
- Kartika, A. (2018). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money (Studi Pada Pengguna Go-Pay Di Kota Malang). In *Doctoral Dissertation*. Universitas Brawijaya.
- Kuangan, O. J. (2022). *Bank Konvensional*. <https://www.ojk.go.id/id>
- Khairul, & Anam. (2017). Digital Repository Universitas Jember Digital Repository Universitas Jember. *Efektifitas Penyuluhan Gizi Pada Kelompok 1000 HPK Dalam Meningkatkan Pengetahuan Dan Sikap Kesadaran Gizi*, 3(3), 69–70.
- Kinasih, B. S., & Albari, A. (2012). Pengaruh Persepsi Keamanan dan Privasi terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Online. *Jurnal Siasat Bisnis*, 16(1). <https://doi.org/10.20885/jsb.vol16.iss1.art3>
- Kuncoro. (2013). *Model Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi* (4th ed.). Erlangga.
- Kusuma, H., & Sulistiowati, D. (2007). *Determinan Pengadopsian Layanan Internet Banking: Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Jogjakarta*. *Jurnal Akutansi Auditing Indonesia*. 1, 1–14.
- Kusumastuti, S. Y. (2022). Analisis Pengaruh Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (Tam). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 10(3), 276–288. <https://doi.org/10.31846/jae.v10i3.515>
- Lallmahamood, M. (2007). An Examination of Individual ' s Perceived Security and Privacy of the Internet in Malaysia and the Influence of This on Their Intention to Use E-Commerce : Using An Extension of the Technology Acceptance Model. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 12(3), 1–26. http://arraydev.com/commerce/JIBC/2007-12/Muniruddeen_Final.pdf
- Martha, W., Alden, L., & Verry, L. (2018). Pengaruh Globalisasi Informasi Terhadap Kehidupan Sosial Budaya Generasi Muda (Suatu Studi Di SMA Negeri 1 Beo Kabupaten Kepulauan Talaud). *Jurnal Administrasi Publik*, 4(5), 1–12.
- Maulida, R. R., Witjaksono, A., & Gai, A. M. (2020). *Perencanaan dan Pengembangan Desa*.

<https://my.b-ok.as/book/11521939/4f1438>

- Mubiyantoro, & Ari. (2013). *Pengaruh persepsi kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kesesuaian dan Persepsi Risiko Terhadap Sikap Penggunaan Mobile banking (Studi Kasus di Bank BRI Kota Malang)*. Universitas Brawijaya Malang.
- Novitasari. (2015). *Pengaruh Kecocokan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan e-money*. *Jurnal Ilmiah Universitas Brawijaya Malang*. 2, 1–18.
- Pikkarainen, T. (2004). Consumer Acceptance Of Online Banking: An Extension of the Technology Acceptance Model. *International Economics Journal. Internet Research*, 14(3), 224–235. <https://doi.org/10.1108/10662240410542652>
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127–135.
- Rahayu, & Putri. (2019). *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Empiris Pada Mahasiswa Di Yogyakarta)*.
- Renaldi. (2021). Pengaruh Kegunaan Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking BNI Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*, 1, 128.
- Sahari, A. H. (2021). *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Generasi Z Di Kabupaten Sukoharjo)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Simanjuntak, O. S. (2015). Pengembangan Technology Acceptance Model (TAM) Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat Menuju Masyarakat Informasi. *Telematika*, 7(1). <https://doi.org/10.31315/telematika.v8i1.438>
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sulmi, A. A. K., Awaluddin, M., Gani, I., & Kara, M. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Empiris Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Alauddin Makassar). *Islamic Banking, Economic and Financial Journal*, 1(2), 59–73.
- Suryani, W. (2003). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara Al Munawaroh Medan. *Modernisasi*, 9(1), 33–48.
- Susilowati, & Teguh, E. (2010). Hubungan Minat Menonton Tayangan Film Kartun Laga Di Televisi Dengan Agresivitas Siswa SDN Ngimbang Palang Tuban. In *Islam Zeitschrift Für Geschichte Und Kultur Des Islamischen Orients*.
- Tjini, & Ayu, S. S. (2013). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking Oleh*. 1–2.

- Turban, E. et. al. (2007). Electronic Commerce. A Managerial Perspektif. Singapore. In *Information Systems Frontiers* (Vol. 9, Issue 9).
- Vision, S. (2022). *Praktis dan Konsumtif*. <https://sharingvision.com/praktis-dan-konsumtif/>
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 440–456. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.006.1.06>
- Widiartanto, W. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Mobile Kai Access (Studi Pada Pengguna Aplikasi Mobile Kai Access Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 295–301. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28084>
- Yogananda, & Septa, A. (2017). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik*. Unniversitas Diponegoro Semarang.
- Zahid, N., Mujtaba, A., & Riaz, A. (2010). Consumer Acceptance of Online Banking. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 27, 44–52.
- Zakiah, N. (2020). Analisis Perbandingan Pelayanan Perbankan Syariah dan Perbankan Konvensional. *Jurnal Masharif Al-Syariah*, 5(2), 48–57.