

Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Sikap Penggunaan Mobile Banking (Studi Penelitian pada Nasabah Bank BUMN)

Noviana Krisyani Kusumaningtyas

STIE Indonesia Banking School
noviana.krisyani@gmail.com

Deni Wardani

STIE Indonesia Banking School
deni@ibs.ac.id

Abstract

This paper proposes to examine the effect of perceived usefulness, perceived ease of use, information quality, and trust in attitude toward using mobile banking for state-owned bank customers. The study was conducted using an online survey to customers of State-Owned Bank mobile banking users of South Jakarta, Tangerang, and South Tangerang. This research uses quantitative descriptive. Sampling method used purposive sampling. Data analysis method in the form of multiple regression analysis using SPSS 21. The results of this study indicate that the perceived usefulness, perceived ease of use, and trust significantly influence the attitude toward using of state owned bank mobile banking. However, the quality of information has no significant effect on the attitude toward using of state-owned bank mobile banking.

Keywords: Technology Acceptance Model, quality information, trust

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, kualitas informasi, dan kepercayaan terhadap sikap penggunaan mobile banking nasabah bank BUMN. Penelitian dilakukan menggunakan kuesioner online kepada nasabah pengguna mobile banking Bank BUMN di Jakarta Selatan, Tangerang, dan Tangerang Selatan. Penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif. Metode pengambilan sampel berupa *purposive sampling*. Metode analisis data berupa analisis regresi berganda menggunakan SPSS 21. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan mobile banking bank BUMN. Sedangkan kualitas informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan mobile banking bank BUMN.

Kata Kunci: Technology Acceptance Model, kualitas informasi, kepercayaan

1. Pendahuluan

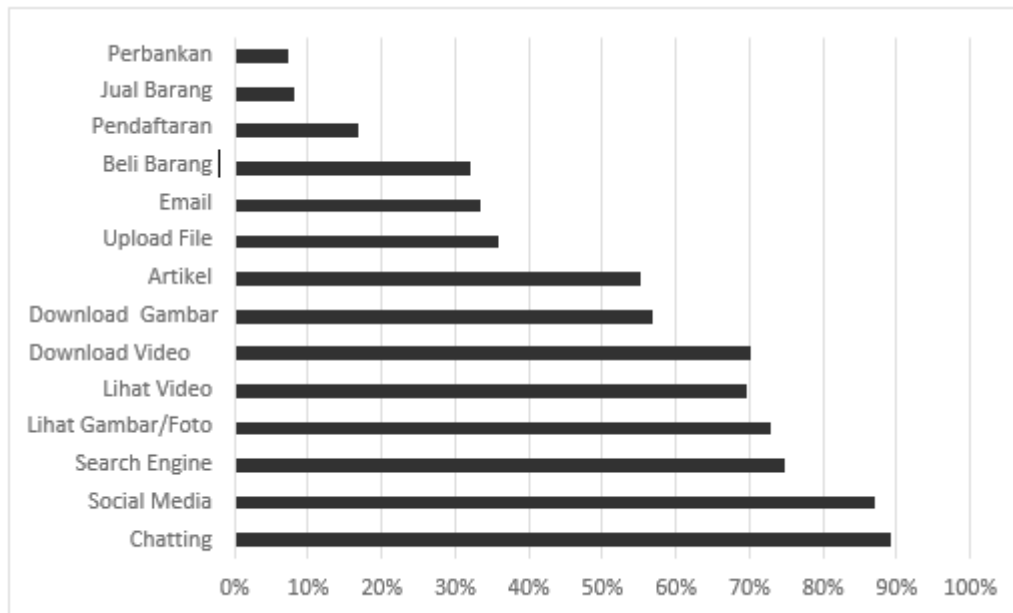
Pada zaman modern seperti saat ini, teknologi telah menjadi bagian dari hidup manusia. Hal ini didukung dengan adanya internet yang terus mengalami perkembangan. Hasil penelitian oleh TNS Research dalam kompasiana.com, menyatakan bahwa teknologi mengubah gaya hidup masyarakat dunia. Penelitian tersebut dilakukan terhadap 50 negara dengan 45.000 responden, di mana 1.000 responden diantaranya berasal dari 8 kota di Indonesia (Puspasari, 2015).

Teknologi informasi dalam suatu bisnis dan organisasi telah menjadi tolak ukur keberhasilan bisnis tersebut. Kehadiran informasi akuntansi yang berbasis teknologi terus dikembangkan seiring dengan kemajuan perkembangan teknologi dan gaya hidup sehari-hari. Termasuk dalam sektor perbankan, teknologi informasi dimanfaatkan untuk meningkatkan kepercayaan dan pelayanan bagi nasabah. Namun pemanfaatan teknologi in-

formasi ini harus diperhatikan secara tepat untuk meminimalisir risiko operasional.

Sistem perbankan sekarang sangat menunjang kebutuhan generasi saat ini, yaitu dengan adanya internet banking. Internet banking atau e-banking merupakan jasa perbankan yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Beberapa fasilitas yang dapat digunakan dalam internet banking antara lain: 1) Transfer dana; 2) Informasi saldo rekening; 3) Mutasi rekening; 4) Pembayaran tagihan seperti kartu kredit, rekening listrik dan telepon, atau asuransi; 5) Pembelian pulsa atau tiket transportasi; dan sebagainya.

Salah satu jenis internet banking yang banyak digunakan adalah mobile banking. Mobile banking mengombinasikan teknologi informasi berbasis aplikasi. Transaksi mobile banking menuntut penggunaan telepon pintar (smartphone) dengan



Sumber: APJII

Gambar 1. Layanan Internet yang Banyak Diakses

adanya layanan sistem internet yang mendukung. Penggunaan mobile banking dapat mendorong nasabah untuk mendapatkan informasi secara cepat, efektif, dan efisien.

Adanya layanan mobile banking tersebut belum dapat dimanfaatkan oleh masyarakat Indonesia secara maksimal. Dalam artikel yang ditulis Noviadhista (2015) dilansir dari techno.id, pemakai smartphone di Indonesia terus bertambah, namun intensi user untuk lebih aktif menggunakan aplikasi mobile banking belum dominan. Hal ini ditunjukkan dari hasil analisis data penyedia internet gratis terbesar di pasar negara berkembang terhadap user mCent di Indonesia pada Juni 2015. Berdasarkan data tersebut, 60% dari 10 aplikasi top kategori finansial, didominasi oleh aplikasi mobile banking. Namun dari aplikasi mobile banking tersebut hanya ada dua aplikasi mobile banking yang paling sering digunakan, yakni BCA Mobile dan Mandiri Mobile.

Menurut laporan MEF dalam artikel Karimuddin (2015) dilansir dari dailysocial.id, bahwa terdapat 80% responden di Indonesia sudah dapat menggunakan sarana mobile banking. Namun, dalam hasil survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2017, layanan akses dalam jasa perbankan hanya sebesar 7,39%. Sedangkan pemanfaatan internet dalam bidang ekonomi melalui transaksi perbankan hanya 17,04%. Hal ini menandakan bahwa, belum semua pengguna internet memanfaatkan jasa perbankan salah satunya adalah mobile banking.

Hal ini juga didukung oleh Digital Report 2018 in Southeast Asia (We Are Social and Hootsuite, 2018), menunjukkan jumlah pengguna aktif internet mobile sebesar 124,8 juta pengguna atau sebe-

sar 47% dari populasi, di mana persentase dari jumlah pengguna mobile banking adalah 27% dari populasi. Dari laporan ini menjelaskan bahwa penggunaan mobile banking di Indonesia belum maksimal.

Ada beberapa faktor yang dapat menjadi pertimbangan nasabah dalam menggunakan mobile banking. Penghalang terbesar pengguna mobile banking dalam bertransaksi adalah masalah kepercayaan. Hal ini dikarenakan nasabah yang masih mempertanyakan keamanan penggunaan aplikasi mobile banking.

2. Tinjauan Pustaka Sistem Informasi Akuntansi

Sistem informasi akuntansi adalah sistem yang bertujuan untuk mengumpulkan dan memproses data serta melaporkan informasi yang berkaitan dengan transaksi keuangan (Diana & Setiawati, 2011). Subsistem sistem informasi akuntansi memproses transaksi keuangan dan transaksi nonkeuangan yang secara langsung mempengaruhi pemrosesan transaksi keuangan (Hall, 2013). Sistem dalam proses transaksi secara otomatis yang terdapat dalam internet banking diidentifikasi sebagai bagian dari sistem informasi akuntansi. Sistem pemrosesan transaksi mengubah kegiatan ekonomi menjadi transaksi keuangan, kemudian dicatat dan dilaporkan kepada pengguna internal maupun eksternal (Gunawan, 2014).

Suatu sistem informasi akan berhasil apabila didukung dengan teknologi informasi yang memadai, sehingga penggunaan sistem informasi tidak terlepas dari teknologi informasi (Nurjanah, 2017). Perkembangan internet yang pesat meningkatkan kemampuan hardware dan software berkecepatan tinggi, termasuk dalam dunia perbankan. Penerapan teknologi informasi bidang perbankan bertujuan

untuk memudahkan operasional intern perusahaan dan memudahkan pelayanan terhadap nasabah. Salah satu tuntutan perbankan saat ini adalah operasional real time antar bank. Tuntutan ini menjadi salah satu penilaian nasabah atas pelayanan transaksi. Oleh karena itu bisnis perbankan dituntut untuk menunjang keefisienan operasional dengan sistem yang terintegrasi dalam suatu teknologi informasi (Sutabri, 2012).

Internet Banking

Peraturan Bank Indonesia No. 9/15/PBI/2007 tentang Penerapan Manajemen Risiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum, layanan perbankan melalui media elektronik atau e-banking yaitu layanan yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan dengan media elektronik (Bank Indonesia, 2007). Transaksi yang dapat dilakukan e-banking antara lain untuk transfer dana; mengetahui informasi saldo, transaksi, dan lain-lain; pembayaran tagihan listrik, iuran TV kabel, PBB, kartu kredit, dll; serta pembelian pulsa telepon, PLN Prabayar; dan sebagainya. Electronic banking memiliki manfaat bagi pihak bank maupun pengguna. Keuntungan yang didapat pihak bank antara lain business expansion, customer loyalty, revenue and cost improvement, competitive advantage, new business model serta fee base income. Bagi nasabah diantaranya memberikan kemudahan dan kecepatan, transaksi di mana saja dan kapan saja dapat dilakukan dan hemat biaya dan waktu (Yuliani & Fatin, 2018)

Mobile Banking

Mobile banking adalah bagian dari e-banking yang menggunakan teknologi mobile phone. Ada dua macam bentuk mobile banking, yaitu SMS-banking yang diakses dengan mengirimkan pesan tertulis dan WAP-banking bentuk mobile internet service yang diakses via internet connection (Tirtana & Sari, 2014). Mobile banking pada awalnya dapat diakses menggunakan layanan sms dengan pin, lalu berkembang dan beralih pada mobile web, di mana pengguna dapat mengunduh dan menginstal aplikasi di smartphone. Agar dapat mengakses mobile banking, nasabah diwajibkan untuk mendaftarkan nomor handphone yang digunakan, serta membuat security user ID, password, dan PIN untuk keamanan bertransaksi (Supriyono, 2001).

Technology Acceptance Model (TAM)

Salah satu model yang sering digunakan untuk mempelajari penerimaan suatu sistem informasi yaitu Technology Acceptance Model (TAM). TAM merupakan model yang dapat digunakan untuk menganalisis apakah suatu sistem informasi yang diterapkan dapat diterima. TAM ditunjukkan sebagai

dasar untuk mengetahui pengaruh dan faktor eksternal terhadap kepercayaan internal, sikap, dan niat. Terdapat tiga alasan mengapa model ini sering digunakan untuk penelitian sejenis. Pertama, model ini difokuskan khusus pada penggunaan sistem informasi; kedua, model ini didasarkan pada teori psikologi sosial; dan ketiga, model ini menunjukkan dukungan empiris dari berbagai penelitian yang telah dilakukan oleh (Davis, 1989).

Davis (1989) merumuskan konstruksi TAM yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan pemakaian, sikap, niat perilaku, penggunaan sebenarnya dan ditambahkan beberapa perspektif eksternal yaitu, pengalaman serta kerumitan. Tujuan utama TAM adalah memberikan dasar untuk melacak dampak faktor eksternal terhadap manfaat dan sikap internal dengan mengidentifikasi variabel yang berhubungan dengan faktor penentu kognitif dan efektif terhadap penerimaan komputer (Al-Gahtani, 2001). Demikian model TAM menawarkan basis teoritis yang menjanjikan untuk memeriksa faktor-faktor yang berkontribusi terhadap penerimaan TI.

Perceived Usefulness

Perceived usefulness didefinisikan sebagai bagaimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Davis, 1989). Jika sebuah sistem memiliki persepsi manfaat yang tinggi membuat penggunaannya meyakini adanya hubungan kinerja pengguna yang positif.

Perceived Ease Of Use

Persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sebuah sistem tertentu akan terbebas dari usaha (Davis, 1989). Karakteristik kemudahan penggunaan menurut para pengguna teknologi informasi yaitu teknologi informasi yang lebih fleksibel, mudah dipahami, dan mudah pengoperasiannya (Nasution, 2004). Walaupun suatu aplikasi berguna bagi pengguna, namun pada saat yang sama, mereka percaya bahwa sistem tersebut sulit untuk digunakan, sehingga manfaat yang didapat tidak sebanding dengan upaya untuk menggunakan sistem tersebut.

Attitude Toward Using

Attitude toward using diartikan sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya (Davis, 1989). Sikap ini menentukan tingkah laku atau niat seseorang untuk menggunakan teknologi informasi tersebut atau tidak. Sikap penggunaan dianggap dipengaruhi oleh dua keyakinan utama yaitu persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan, di mana persepsi kemudahan mempengaruhi secara langsung per-

sepsi kegunaan. Sikap seseorang terdiri atas komponen kognisi (cognitive), afeksi (affective), dan komponen komponen yang berkaitan dengan perilaku (behavioral components) (Nasution, 2004).

Kualitas Informasi

Kualitas informasi diartikan sebagai sejauh mana informasi secara konsisten dapat memenuhi persyaratan dan harapan semua orang yang membutuhkan informasi tersebut (Surastiani & Handayani, 2015). Orang membutuhkan informasi berkualitas tinggi, yaitu produk informasi yang karakteristik, atribut, atau kualitasnya membuat informasi itu lebih berharga bagi mereka. O'Brien & Marakas (2011) menguraikan tiga atribut yang harus ada dalam produk berkualitas tinggi, yaitu dimensi waktu, dimensi konten, dan dimensi bentuk.

Kepercayaan

Kepercayaan merupakan kesediaan pihak tertentu terhadap pihak lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa pihak yang dipercayainya tersebut akan melakukan tindakan sesuai dengan yang diharapkan. (Tirtana & Sari, 2014). Bank sebagai lembaga yang memiliki fungsi khusus sebagai agent of trust, wajib untuk membangun kepercayaan dari dan kepada masyarakat (Ikatan Bankir Indonesia & Lembaga Sertifikasi Profesi Perbankan, 2013). Dahlberg, Mallat, & Öörmi (2003) menjelaskan terdapat empat faktor kepercayaan dalam penelitian mereka, yaitu: calculative-based trust, institutional-based structural assurance, institution-based situational normality, dan knowledge-based familiarity.

Pengembangan Hipotesis

Persepsi kegunaan mencerminkan probabilitas subjektif pengguna yang akan menggunakan sistem informasi baru, apakah akan bermanfaat bagi diri sendiri atau organisasinya (Teo, Lee, & Chai, 2008). Bila suatu sistem memiliki manfaat yang dapat dirasakan oleh penggunanya, maka cenderung sistem tersebut akan digunakan terus-menerus. pengaruh dari persepsi kegunaan sejalan lurus dengan sikap penggunaan nasabah untuk menggunakan layanan mobile banking. Hal ini sesuai dengan penelitian Tirtana & Sari (2014), dan Shabrina (2014) bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap penggunaan internet/mobile banking. Namun dalam penelitian Mayasari et al. (2011) menyatakan bahwa persepsi kegunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan. Oleh karena itu, berdasarkan uraian di atas hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah:

H1: Persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan

Sistem yang mudah diaplikasikan oleh pengguna

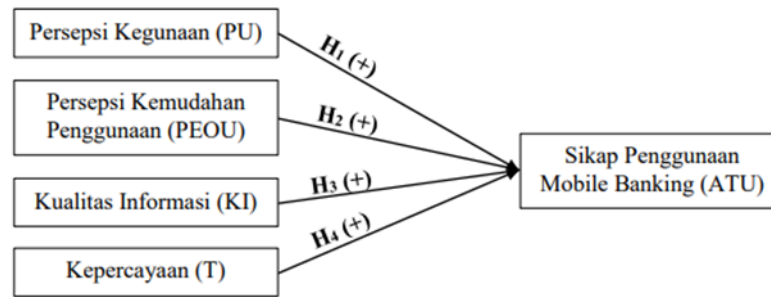
tentu saja akan menarik perhatian pengguna untuk terus menggunakan sistem tersebut, karena nasabah tidak perlu mengeluarkan usaha banyak untuk mengaplikasikan sistem tersebut. Meskipun usaha menurut setiap orang berbeda-beda tetapi pada umumnya untuk menghindari penolakan dari pengguna sistem atas sistem yang dikembangkan, maka sistem harus mudah diaplikasikan oleh pengguna tanpa mengeluarkan usaha yang dianggap memberatkan, dengan begitu pengguna akan mau menggunakan sistem tersebut (Istiarni, 2014). Penelitian Tirtana & Sari (2014) persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap penggunaan aplikasi mobile banking. Namun, pada penelitian Sharma et al. (2017) persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap mobile banking adoption. Oleh karena itu, berdasarkan uraian di atas hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah:

H2: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan

Kualitas informasi adalah tingkat di mana informasi memiliki karakteristik isi, bentuk, dan waktu, yang memberikan nilai untuk pemakai akhir tertentu (O'Brien & Marakas, 2011). Kualitas informasi yang dihasilkan haruslah optimal dan akurat sehingga pemakai merasa puas, sehingga keputusan yang dibuat adalah keputusan yang tepat guna dan sasaran (Oktaviyati, 2012). Kualitas informasi yang akurat, relevan, dan tepat waktu tentunya akan menjadi pengaruh bagi nasabah menggunakan sistem. Dalam penelitian Oktaviyati (2012) kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna pembayaran SPP online mahasiswa. Namun penelitian ini objeknya yang berbeda, yaitu kualitas informasi yang ada dalam mobile banking. Penelitian Yasa dan Savitri (2012) pun menunjukkan hal yang sama. Kualitas layanan termasuk di dalamnya kualitas informasi yang disajikan dalam website internet banking dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, berdasarkan uraian di atas hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah:

H3: Kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan

Kepercayaan adalah salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi perilaku pengguna sehubungan dengan adopsi teknologi perbankan dan terkait dengan aspek keamanan teknologi (Sharma et al., 2017). Hal ini juga diungkapkan dalam peneliti sebelumnya bahwa mobile banking memiliki ketersediaan dan keamanan yang lebih rendah dibandingkan internet banking, karena kontrol atas pembagian informasi lebih rendah dalam ponsel. Faktor kepercayaan ini perlu adanya keterikatan yang baik antara kedua belah pihak, yaitu bank sebagai penyedia jasa dan nasabah sebagai pengguna. Pihak bank harus menjamin ke-



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

rahasian informasi pribadi nasabah. Penelitian Tirtana & Sari (2014) dan Almalis (2017) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap penggunaan mobile banking. Oleh karena itu, berdasarkan uraian di atas hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah:

H4: Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan

3. Metode Penelitian Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan melakukan survei kepada nasabah bank BUMN yang menggunakan mobile banking sebanyak 160 nasabah. Menggunakan teknik pengambilan sampel dengan purposive sampling, yaitu teknik di mana hanya yang memenuhi kriteria-kriteria saja yang akan dijadikan sampel dalam penelitian. Kriteria sampel yang diambil dalam penelitian adalah merupakan nasabah bank BUMN yang menggunakan mobile banking minimal satu tahun, berusia antara 18 sampai 35 tahun, serta berdomisili di Jakarta Selatan, Tangerang, dan Tangerang Selatan.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan kuesioner online yang disebar kepada responden. Kuesioner terdiri dari dua bagian. Bagian pertama mengenai identitas responden, dan bagian kedua mengenai pernyataan berkaitan dengan penelitian yang meliputi lima aspek. Untuk mengetahui persepsi nasabah mengenai manfaat, kemudahan penggunaan, kualitas informasi, kepercayaan, serta sikap penggunaan mobile banking maka penelitian ini menggunakan beberapa pernyataan dengan skala likert. Setiap jawaban akan dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan sebagai berikut: sangat setuju dengan skor (5), setuju dengan skor (4), ragu-ragu dengan skor (3), tidak setuju dengan skor (2), sangat tidak setuju dengan skor (1).

Metode Analisis Data

Untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen menggunakan

analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan program SPSS 21

Pengujian instrumen dilakukan dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2018). Suatu item dikatakan valid apabila correlated item-total correlation pada tampilan output Cronbach Alpha > Rtable maka pernyataan atau indikator dinyatakan valid (Ghozali, 2018). Reliabilitas menunjukkan kemantapan/konsistensi hasil pengukuran (Almalis, 2017), atau dalam pengertian lain reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya (Suliyanto, 2006). Uji reliabilitas dilakukan dengan Cronbach Alpha. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel jika menghasilkan nilai cronbach alpha > 0,70 (Ghozali, 2018).

Uji asumsi klasik bertujuan untuk memperoleh model regresi dengan estimasi yang tidak bias dan pengujiannya dapat dipercaya. Uji asumsi klasik yang harus terpenuhi untuk model regresi linear. Uji normalitas dilakukan dengan non parametric test yaitu, data akan terdistribusi normal apabila p-value $\geq 0,05$. Uji multikolinearitas dilakukan dengan menilai nilai VIF (variance-inflating factor) yaitu, nilai VIF < 10. Uji autokorelasi menggunakan uji Durbin-Watson (DW). Dan uji heteroskedastisitas dilakukan dengan uji gletjser, yaitu dengan mengabsolut residual dan menggresinya terhadap variabel independent.

Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda. Adapun model persamaan regresi yang digunakan yaitu:

$$ATU = \alpha + \beta_1PU + \beta_2PEOU + \beta_3KI + \beta_4T + \varepsilon$$

Keterangan:

ATU = Attitude Toward Using (Sikap Penggunaan) mobile banking

PU = Perceived Usefulness (Persepsi Kegunaan)

PEOU = Perceived Ease of Use (Persepsi Kemudahan Penggunaan)

KI = Kualitas Informasi

T = Trust (Kepercayaan)

α = Konstanta

β_{1-4} = Nilai konstanta tiap variabel x, dan

ε = error

Tabel 1. Statistik Deskriptif

Variabel	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation
ATU	3	5	4,496	0,524
PU	2,25	5	4,390	0,624
PEOU	3	5	4,446	0,567
KI	2,25	5	4,307	0,640
T	2,25	5	4,143	0,668

Sumber : Data Diolah

4. Hasil Penelitian

Analisis Statistik Deskriptif

Sesuai dengan data variabel terkait penelitian yakni sikap penggunaan mobile banking serta variabel independen berupa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, kualitas informasi, dan kepercayaan didapatkan hasil statistik deskriptif dari data yang dapat dilihat pada tabel 1. Dari data tersebut rata-rata dari kuisioner dapat disimpulkan bahwa data tersebar mendekati nilai maksimum.

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Hasil uji validitas berdasarkan variabel yang digunakan penelitian ini dapat dilihat pada tabel 2. Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa cronbach's alpha variabel-variabel penelitian yaitu variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, kualitas informasi, kepercayaan, dan sikap penggunaan lebih dari atau sama dengan 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan

yang berkaitan dengan penelitian reliabel.

Uji Normalitas

Hasil uji normalitas berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa nilai signifikansi (p-value) pada persamaan ini adalah 0,065, dan lebih besar dari 0,05 sehingga data yang digunakan untuk penelitian ini terdistribusi dengan normal.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		160
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,23238602
Most Extreme Differences	Absolute	,103
	Positive	,050
	Negative	-,103
Kolmogorov-Smirnov Z		1,308
Asymp. Sig. (2-tailed)		,065

Sumber : Data Diolah

Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Pernyataan	Correlated Item-total Correlation	Keterangan	Cronbach's Alpha	Keterangan
PU1	0,796	Valid	0,857	Reliabel
PU2	0,811	Valid		
PU3	0,766	Valid		
PU4	0,477	Valid		
PEOU1	0,703	Valid	0,879	Reliabel
PEOU2	0,728	Valid		
PEOU3	0,803	Valid		
PEOU4	0,730	Valid		
KI1	0,720	Valid	0,876	Reliabel
KI2	0,727	Valid		
KI3	0,696	Valid		
KI4	0,803	Valid		
T1	0,680	Valid	0,785	Reliabel
T2	0,638	Valid		
T3	0,649	Valid		
T4	0,510	Valid		
ATU1	0,687	Valid	0,834	Reliabel
ATU2	0,751	Valid		
ATU3	0,766	Valid		
ATU4	0,537	Valid		

Sumber : Data Diolah

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF	Keterangan
Persepsi Kegunaan	1,508	Tidak terjadi multikolinearitas
Persepsi Kemudahan Penggunaan	2,292	Tidak terjadi multikolinearitas
Kualitas Informasi	2,583	Tidak terjadi multikolinearitas
Kepercayaan	2,103	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber : Data Diolah

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	thitung	Sig.	Keterangan
Persepsi Kegunaan	-0,912	0,363	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Persepsi Kemudahan Penggunaan	-1,452	0,148	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kualitas Informasi	0,377	0,706	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kepercayaan	-0,847	0,067	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber : Data Diolah

Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas berdasarkan tabel 4 menunjukkan nilai VIF pada masing-masing variabel independen kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinearitas

Uji Heteroskedastisitas

Hasil dari pengujian heteroskedastisitas dengan menggunakan uji gletser berdasarkan table 5 menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada masing-masing dari variabel independen lebih dari 0,05 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil didalam penelitian ini tidak terjadi adanya gejala heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Uji hipotesis ditujukan untuk mengetahui apakah variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, kualitas informasi, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan mobile banking. Model persamaan regresi berdasarkan hasil output SPSS 21 dapat dilihat pada table 6 maka persamaan regresinya

adalah sebagai berikut:

$$ATU = 3,972 + 0,110 PU + 0,613 PEOU + 0,092 KI + 0,167 T + \varepsilon$$

Koefisien Determinasi

Hasil nilai koefisien determinasi pada table 7 menunjukkan bahwa kemampuan model regresi menerangkan variasi variabel dependen. Nilai adjusted R² penelitian ini sebesar 0.646 dalam hal ini dapat diterangkan bahwa 64,6% sikap penggunaan mobile banking dipengaruhi oleh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, kualitas informasi, dan kepercayaan, sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terdapat da-

Tabel 7. Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,809 ^a	,655	,646	1,248

a. Predictors: (Constant), T, PU, PEOU, KI

Sumber : Data Diolah

Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,972	,858		4,632	,000
	PU	,110	,049	,131	2,266	,025
	PEOU	,613	,066	,662	9,276	,000
	KI	-,092	,062	-,112	-1,478	,141
	T	,167	,054	,213	3,111	,002

Sumber : Data Diolah

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Signifikansi	Alpha	Keterangan
Persepsi Kegunaan	0,025	0,05	H1 diterima
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,000		H2 diterima
Kualitas Informasi	0,141		H3 ditolak
Kepercayaan	0,002		H4 diterima

Sumber : Data Diolah

lam model.

Uji Hipotesis dan Pembahasan

Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking

Berdasarkan tabel 8, hasil pengujian statistik t menunjukkan nilai signifikansi variabel PU sebesar 0,025. Dengan nilai estimasi yang positif dan nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis 1 terdukung secara statistik. Artinya variabel persepsi kegunaan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan mobile banking. Hal ini menunjukkan bahwa jasa pelayanan bank melalui mobile banking dipersepsikan memiliki manfaat bagi pengguna, diantaranya dapat meningkatkan kinerja, produktivitas, dan efektivitas, sehingga pengguna akan termotivasi untuk terus menggunakan layanan ini. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya yaitu Tirtana & Sari (2014), Shabrina (2014), dan Istiarni (2014) menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh terhadap sikap penggunaan.

Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking

Hasil uji statistik t menunjukkan nilai signifikansi variabel PEOU sebesar 0,000. Dengan nilai estimasi yang positif dan nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis 2 terdukung secara statistik. Artinya variabel persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan mobile banking. Hal ini menunjukkan bahwa layanan mobile banking yang mudah digunakan, jelas, dapat dimengerti, dan tidak membutuhkan banyak usaha untuk mengoperasikannya, dapat memotivasi nasabah untuk terus menggunakan layanan ini. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya yaitu Tirtana & Sari (2014), Shabrina (2014), dan Istiarni (2014) yang hasilnya menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap sikap penggunaan mobile banking.

Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking

Hasil uji statistik t menunjukkan nilai signifikansi variabel KI sebesar 0,141. Dengan nilai

estimasi yang negatif dan nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 maka hipotesis 3 tidak terdukung secara statistik. Artinya variabel kualitas informasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap sikap penggunaan mobile banking. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun informasi dalam mobile banking berkualitas, atau memenuhi ketiga dimensi agar aspek kualitas informasi tinggi, namun tidak mempengaruhi nasabah untuk menggunakan mobile banking. Hasil ini tidak mendukung penelitian sebelumnya yaitu Oktaviyati (2012) yang menyatakan kualitas informasi mempengaruhi kepuasan pengguna.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking

Hasil uji statistik t menunjukkan nilai signifikansi variabel T sebesar 0,002. Dengan nilai estimasi yang positif dan nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis 4 terdukung secara statistik. Artinya variabel kepercayaan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan mobile banking. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah menaruh kepercayaan kepada pihak bank melalui layanan mobile banking untuk melakukan transaksi sesuai dengan yang diharapkan. Dengan layanan mobile banking yang selalu memperhatikan kepentingan nasabah, tidak mengungkapkan informasi pribadi, dan sistem yang tidak pernah bermasalah dapat memotivasi nasabah untuk terus menggunakan layanan mobile banking. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yaitu Almalis (2017) dan Tirtana & Sari (2014) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan.

5. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi sikap penggunaan mobile banking pada nasabah bank BUMN. Berdasarkan analisis data menggunakan model regresi linear berganda penelitian ini menunjukkan hasil sebagai berikut:

1. Persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan mobile banking Bank BUMN.
2. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan mobile

banking Bank BUMN.

3. Kualitas informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan mobile banking Bank BUMN.
4. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan mobile banking Bank BUMN.

Keterbatasan

Keterbatasan penelitian ini yaitu berfokus pada nasabah Bank BUMN yaitu Bank BRI, Bank Mandiri, Bank BNI, dan Bank BTN yang domisili di Jakarta Selatan, Tangerang, dan Tangerang Selatan dan pada usia nasabah dari 18 - 35 tahun. Variabel yang digunakan yaitu Persepsi kegunaan, Persepsi kemudahan, Kualitas informasi, dan Kepercayaan

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan dalam penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya antara lain:

1. Menguji kembali variabel kualitas informasi menggunakan indikator pernyataan yang berbeda untuk mengetahui pengaruhnya terhadap sikap penggunaan mobile banking.
2. Menambahkan variabel lain seperti perceived enjoyment, perceived risk, rahasia dan keamanan, serta kualitas layanan mobile banking lainnya antara lain kualitas interaksi dan kualitas desain.
3. Peneliti lain dapat menggunakan objek bank swasta yang memiliki layanan mobile banking sejenis, karena fokus penelitian ini hanya pada nasabah bank BUMN.

Daftar Referensi

Al-Gahtani, S. (2001). The Applicability of TAM Outside North America: An Empirical Test in the United Kingdom. *Information Resources Management Journal*, 14(3), 37-46. <https://doi.org/10.4018/irmj.2001070104>

Almalis, M. I. (2017). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Persepsi Biaya dan Kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Permatamobile Smartcx Pada Bank Permata di Surabaya. Universitas Nusantara PGRI Kediri (Vol. 01). Retrieved from <http://www.albayan.ae>

Bank Indonesia. Penerapan Manajemen Risiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi oleh Bank Umum (2007). Indonesia.

Dahlberg, T., Mallat, N., & Öörni, A. (2003). Trust Enhanced Technology Acceptance Model Consumer Acceptance Of Mobile Payment Solutions, (January).

Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Per-

ceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319. <https://doi.org/10.2307/249008>

Diana, A., & Setiawati, L. (2011). *Sistem Informasi Akuntansi* (1st ed.). Yogyakarta: Penerbit Andi.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gunawan, A. (2014). Aplikasi Technology Acceptance Model Pada Minat Nasabah Untuk Menggunakan Internet Banking. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 3(2). <https://doi.org/10.21831/nominal.v3i2.2695>

Hall, J. A. (2013). *Introduction to Accounting Information Systems* (8th ed.). Canada: South-Western, Cengage Learning.

Ikatan Bankir Indonesia, & Lembaga Sertifikasi Profesi Perbankan. (2013). *Memahami Bisnis Bank* (1st ed.). Jakarta: Percetakan Gramedia.

Istiarni, P. R. D. (2014). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris: Nasabah Layanan Internet Banking di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 2014.

Mayasari, F., Kurniawati, E. P., & Nugroho, P. I. (2011). Antecedent and Consequent Attitudes of Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) (Survey Pada Pengguna Klik BCA). *Seminar Nasional Teknologi Informasi & Komunikasi Terapan*, 2011 (Semantik).

Nasution, F. N. (2004). Penggunaan Teknologi Informasi Berdasarkan Aspek Perilaku (Behavioral Aspect), 1-10.

Nurjanah, F. M. (2017). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Teknologi Informasi terhadap Penggunaan Internet Banking Oleh Nasabah (Studi Empiris Pada Bank BNI di Cabang Mercuru Buana Tahun 2011-2015). Jakarta.

O'Brien, J. A., & Marakas, G. M. (2011). *Management Information Systems*. (P. Ducham, Ed.) (10th ed.). New York: McGraw-Hill/Irwin.

Oktaviyati, A. W. (2012). Pengaruh Perceived Usefulness, Kualitas Informasi, dan Perceived Ease of Use terhadap Kepuasan Pengguna Pembayaran SPP Online Mahasiswa Melalui Layanan