

PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT NASABAH

Sri Ekowati¹ Reka Septi Amelia²
Universitas Muhammadiyah Bengkulu
sriekowati@umb.ac.id
rekaameliaa05@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking (Studi Kasus Pada Nasabah BRI Unit Sukowati Kab. Rejang Lebong), baik secara parsial maupun simultan. Ada beberapa faktor yang akan dibahas dalam penelitian ini, diantaranya persepsi kemudahan penggunaan dan Kepercayaan. Obyek dalam penelitian ini adalah nasabah menggunakan mobile banking (Studi Kasus Pada Nasabah BRI Unit Sukowati Kab. Rejang Lebong) yang berjumlah 50 orang. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pengumpulan data dengan cara observasi, penyebaran angket atau kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, menggunakan uji instrument, uji asumsi klasik, analisis tanggapan responden, analisis regresi linier berganda, koefisien determinan, dan juga uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap Minat Nasabah menggunakan mobile banking Pada Nasabah BRI Unit Sukowati Kab. Rejang Lebong. Artinya bahwa dengan adanya kemudahan yang didapatkan membuat nasabah merasa yakin dan percaya menggunakan mobile banking pada setiap transaksi. Lalu pada variabel Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Minat Nasabah menggunakan mobile banking Pada Nasabah BRI Unit Sukowati Kab. Rejang Lebong. Artinya bahwa kepercayaan sangat penting dalam mempengaruhi minat nasabah dalam memutuskan untuk menggunakan atau tidak fasilitas aplikasi mobile banking. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking (Studi Kasus Pada Nasabah BRI Unit Sukowati Kab. Rejang Lebong).

Kata Kunci : Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Minat Nasabah.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of perceived ease of use and trust in customer interest in using mobile banking (Case Study of BRI Unit Sukowati Customers, Rejang Lebong District), either partially or simultaneously. There are several factors that will be discussed in this study, including Perceived Ease Of Use and Trust. The object of this research is that customers use mobile banking (Case Study of BRI Unit Customers in Sukowati, Rejang Lebong Regency), totaling 50 people. In this research the authors use the method of data collection by means of observation, distributing questionnaires or questionnaires. Data analysis techniques used in this study, including by using

instrument test, classical assumption test, respondent analysis analysis, multiple linear regression analysis, determinant coefficient, and hypothesis testing. The results showed that Perceived Ease Of Use had a positive effect on customer interest in using mobile banking at BRI Unit Sukowati customers, Kab. Rejang Lebong. This means that the convenience provided makes customers feel confident and confident about using mobile banking for every transaction. Then the trust variable has a positive effect on customer interest in using mobile banking at BRI Unit Sukowati customers, Kab. Rejang Lebong. This means that trust is very important in influencing customer interest in deciding whether or not to use the mobile banking application facility. So it can be concluded that Perceived Ease Of Use, and Trust partially and simultaneously affect the interest of customers using mobile banking (A Case Study of the BRI Unit Customer Sukowati, Rejang Lebong Regency)

Keywords: Perceived Ease Of Use, Customer Trust and Interest.

PENDAHULUAN

Era globalisasi datang begitu cepat seiring perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi informasi yang pesat menyebabkan masyarakat harus bertindak cepat, efektif, dan efisien terutama dalam bertransaksi. Salah satu pihak yang sangat mengikuti perkembangan teknologi adalah dunia perbankan. Sampai saat ini metode transaksi perbankan yang diterapkan yaitu nasabah datang ke bank, mengisi formulir, kemudian menunggu antrian. Hal ini tentu dirasa kurang efisien karena waktu tersita cukup banyak. Oleh karena itu salah satu cara untuk meningkatkan pelayanannya, Bank memberikan kemudahan dalam layanan salah satunya yakni dengan menggunakan Mobile Banking. Mobile banking adalah layanan produk yang dapat diakses secara langsung oleh nasabah melalui telepon seluler atau *handphone*. Dengan menu aplikasi *mobile banking* yang menggunakan jaringan internet pada *handphone* dikombinasikan dengan media SMS (*Short Message Service*), nasabah tidak perlu datang ke bank atau ATM untuk melakukan transaksi perbankan seperti transfer uang, cek saldo, atau pembayaran tagihan kecuali untuk tarik tunai. Selain kemudahan-kemudahan dalam memperoleh informasi keuangan, manfaat yang 2 didapat oleh nasabah, pada kenyataannya tidak selalu berjalan dengan lurus dengan antusias (minat) nasabah untuk menggunakan aplikasi tersebut. Minat untuk menggunakan suatu teknologi baru dalam hal ini mobile banking dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Diantaranya persepsi-persepsi nasabah itu sendiri terhadap aplikasi *mobile banking*.

Menurut Kurniawati dkk (2017), mobile banking merupakan sebuah fasilitas dari bank dalam era modern ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan yang terdapat pada mobile banking meliputi pembayaran, transfer, history, dan lain sebagainya. Penggunaan layanan mobile banking pada telepon seluler memungkinkan para nasabah dapat lebih mudah untuk menjalankan aktivitas perbankannya tanpa batas ruang dan waktu. Dengan adanya layanan Mobile banking diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi para nasabah dalam melakukan akses ke bank tanpa harus datang langsung ke bank. Manfaat dan kemudahan dalam menggunakan aplikasi mobile banking ini pada kenyataannya tidak selalu berjalan lurus dengan antusias (minat) konsumen (nasabah) untuk menggunakan aplikasi tersebut.

Dalam dunia perbankan yang dimaksud dengan konsumen atau pelanggan adalah nasabah. Baik itu untuk keperluan sendiri maupun sebagai perantara

keperluan pihak lain. Dan Menurut Undang-Undang No Tahun 1998 tentang Perbankan pasal 1, “Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank sedangkan nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan nasabah penyimpan dana bukan sekedar hubungan kontraktual biasa antara debitur (bank) dan kreditur (nasabah penyimpan dana) yang diliputi dengan asas-asas umum dari hukum perjanjian, tetapi juga hubungan *perceived ease of use* dan kepercayaan. Pengakuan tersebut membawa konsekuensi bahwa hubungan antara bank tidak boleh hanya memperhatikan kepentingan sendiri semata-mata, tetapi juga harus memperhatikan kepentingan nasabah penyimpan dana. Nasabah juga disebut orang atau badan yang memiliki rekening pada suatu bank (Mulyadi, 2013).

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan di BRI Unit Sukowati Kab. Rejang Lebong, wawancara kepada beberapa nasabah, yang tidak menggunakan mobile banking mereka menjelaskan bahwa sebenarnya memiliki aplikasi mobile banking tetapi tidak pernah dibuka dan digunakan karena merasa takut salah dalam menggunakan aplikasi dan lebih nyaman datang langsung ke bank daripada menggunakan aplikasi. Menurut nasabah, hal ini bisa terjadi karena masih minimnya sosialisasi dari pihak bank akan kemudahan yang didapatkan apabila menggunakan aplikasi mobile banking dan tatacara penggunaan aplikasi mobile banking serta kegunaan dari fitur-fitur yang ada didalam aplikasi tersebut, sehingga para nasabah masih banyak yang belum memahami kemudahan yang ditawarkan dari aplikasi tersebut dan lebih memilih untuk datang langsung ke bank untuk melakukan transaksi karena dianggap lebih mudah dan aman. Selain itu, beberapa nasabah juga masih kurang percaya dan yakin akan keamanan dari aplikasi mobile banking itu sendiri. Hal inilah yang kemudian mengurangi niat nasabah dalam menggunakan aplikasi mobile banking ini.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka judul dalam penelitian ini adalah: “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bri Unit Sukowati Kab. Rejang Lebong)”

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada BRI Unit Sukowati Kab. Rejang Lebong Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Januari 2021 sampai dengan selesai. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pengguna *mobile banking* di BRI Unit Sukowati Kab. Rejang Lebong) dalam 1 bulan terakhir yang berjumlah 200 nasabah. Sampel dalam penelitian ini adalah 50 orang nasabah di BRI Unit Sukowati Kab. Rejang Lebong. Teknik pengumpulan data dengan observasi, dan kuesioner. Teknik analisis data dengan analisis deskriptif, analisis inferensial regresi linear berganda.

HASIL PENELITIAN

1. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah di BRI Unit Sukowati Kabupaten Rejang Lebong. Berdasarkan data yang diperoleh dari 50 kuesioner yang diolah, diperoleh informasi mengenai identitas responden, yaitu meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, lama menjadi nasabah dan berapa kali menggunakan *mobile banking*.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin nasabah di BRI Unit Sukowati Kabupaten Rejang Lebong, dapat dilihat pada tabel 1

Tabel 1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	23	46%
Perempuan	27	54%
Total	50	100%

Sumber : Data diolah 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin para nasabah didominasi oleh nasabah yang berjenis kelamin perempuan. Dengan persentase 54 % atau 27 orang, sedangkan nasabah yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 23 orang atau 46 %.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Jumlah responden berdasarkan Usia nasabah di BRI Unit Sukowati Kabupaten Rejang Lebong, dapat dilihat pada tabel 2

Tabel 2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
<17 Tahun	5	10 %
17-30 Tahun	17	34 %
31-40 Tahun	20	40 %
>40 Tahun	8	16 %
Total	50	100%

Sumber: Olah Data SPSS, 2021

Dari hasil di atas menunjukkan bahwa nasabah di BRI Unit Sukowati Kabupaten Rejang Lebong, yang berusia <17 tahun terdapat 5 orang atau 10 %, lalu nasabah yang berusia 17-30 Tahun berjumlah 17 orang atau 34 %. Nasabah lainnya yang berusia 31-40 tahun sebanyak 20 orang atau 40 %. Sedangkan yang berusia >40 tahun terdapat 8 orang atau 16 %.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Jumlah responden berdasarkan pendidikan terakhir nasabah di BRI Unit Sukowati Kabupaten Rejang Lebong, dapat dilihat pada tabel 3

Tabel 3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
SD/SMP	10	20 %
SMA	18	36 %
Diploma	14	28 %
Sarjana	8	16 %
Total	50	100%

Sumber: Olah Data SPSS, 2021

Dari hasil di atas menunjukkan bahwa nasabah di BRI Unit Sukowati Kabupaten Rejang Lebong, yang berpendidikan SD/SMP terdapat 10 orang atau 20 %.

Pendidikan SMA terdapat 18 orang nasabah atau 36 %. Lalu nasabah yang berpendidikan Diploma sebanyak 14 orang atau 28 %, sedang nasabah lainnya yang berpendidikan sarjana sebanyak 8 orang atau 16 %.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Jumlah responden berdasarkan lama menjadi nasabah di BRI Unit Sukowati Kabupaten Rejang Lebong, dapat dilihat pada tabel 4

Tabel 4
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Lama Menjadi Nasabah	Jumlah	Persentase
< 1 Tahun	10	20 %
1-3 Tahun	18	36 %
> 3 Tahun	22	44 %
Total	50	100%

Sumber: Olah Data SPSS, 2021

Dari hasil di atas menunjukkan bahwa nasabah di BRI Unit Sukowati Kabupaten Rejang Lebong, didominasi oleh responden yang telah lama menjadi nasabah, yaitu >3 tahun dengan jumlah 22 orang atau 44 %. Sedangkan responden yang baru menjadi nasabah < 1 tahun terdapat 10 orang atau 20 %, dan responden lainnya yang sudah menjadi nasabah selama 1-3 tahun sebanyak 18 orang atau dengan persentase 36 %.

e. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Mobile Banking.

Jumlah responden berdasarkan lama menggunakan *mobile banking* di BRI Unit Sukowati Kabupaten Rejang Lebong, dapat dilihat pada tabel 5

Tabel 5
Karakteristik Responden Berdasarkan Menggunakan Mobile Banking

Lama Menggunakan <i>Mobile Banking</i>	Jumlah	Persentase
< 1 Tahun	20	40 %
1-3 Tahun	12	24 %
> 3 Tahun	18	36 %
Total	50	100%

Sumber: Olah Data SPSS, 2021

Dari hasil di atas menunjukkan bahwa nasabah di BRI Unit Sukowati Kabupaten Rejang Lebong, didominasi oleh responden yang telah lama menggunakan *mobile banking* selama < 1 tahun dengan jumlah 20 orang atau 40 %. Sedangkan nasabah yang telah menggunakan *mobile banking* selama 1-3 tahun terdapat 12 orang atau 24 %. Sedangkan nasabah lainnya yang menggunakan *mobile banking* > 3 tahun sebanyak 18 orang atau 36 %.

2. Hasil Analisis Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian

Bagian ini akan membahas mengenai tanggapan terhadap masing-masing variabel, yaitu Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_1) dan Kepercayaan (X_2) terhadap Minat Nasabah (Y).

a. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_1) Hasil tanggapan responden terhadap variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_1) akan ditampilkan pada tabel di bawah ini :

Tabel 6
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X₁)

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS	jumlah	Rata-rata
1	Saya menggunakan mobile banking karena menu yang terdapat pada layanan aplikasi <i>Mobile banking</i> mudah dimengerti.	12	21	14	3	0	192	3,84
2	Saya bisa menggunakan layanan Mobile banking untuk bertransaksi tanpa bantuan dari orang lain.	12	21	15	2	0	193	3,86
3	Saya Belajar menggunakan layanan Mobile banking untuk bertransaksi dengan mudah	15	17	16	2	0	195	3,9
4	Saya dapat menggunakan layanan Mobile banking untuk bertransaksi kapan saja tanpa batas waktu.	14	24	10	2	0	196	3,93
5	Saya tidak membutuhkan banyak usaha untuk dapat menggunakan layanan Mobile banking dalam bertransaksi .	16	26	8	0	0	207	4,14
6	saya dengan cepat memiliki kemampuan dalam menggunakan layanan Mobile banking untuk bertransaksi.	12	21	14	3	0	191	3,83
7	Secara keseluruhan menggunakan layanan Mobile banking membuat	12	21	15	2	0	193	3,86

	pekerjaan menjadi lebih mudah sesuai dengan keinginan saya							
8	Menurut saya lebih baik jika menggunakan layanan Mobile banking untuk bertransaksin seperti transfer uang, membayar tagihan, membeli pulsa, dll tanpa bantuan dari orang lain.	15	17	16	2	0	195	3,9
9	Saya langsung dapat menggunakan layanan Mobile banking untuk bertransaksi dengan baik saat pertama kali mengaksesnya.	14	24	10	2	0	200	4,0
10	Dengan menggunakan ponsel dalam bertransaksi yang membuat pekerjaan saya menjadi lebih mudah terselesaikan sesuai dengan keinginan saya.	16	26	8	0	0	208	4,16
11	Pekerjaan saya dapat terselesaikan dengan baik dengan menggunakan Mobile banking.	12	21	15	2	0	193	3,86
12	Saya merasa layanan Mobile banking saat bertransaksi mudah dioperasikan/digunakan.	15	17	16	2	0	195	3,9
Rata-rata								3,93

Sumber: Olah Data SPSS, 2021

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa rata-rata skor jawaban responden pada variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_1) berada pada 3,93 maka merujuk pada skala interval tanggapan responden (3,40 – 4,19) maka termasuk kategori baik.

Dengan nilai tertinggi pada pernyataan (Dengan menggunakan ponsel dalam bertransaksi yang membuat pekerjaan saya menjadi lebih mudah terselesaikan sesuai dengan keinginan saya) diangka 4,16. Dengan adanya kemudahan yang didapatkan membuat nasabah merasa yakin dan percaya menggunakan mobile banking pada setiap transaksi. Namun, dilihat dari sebagian nasabah ada pula yang masih kurang menguasai dengan cepat cara menggunakan layanan mobile banking ini. Hal ini dikarenakan minimnya sosialisasi penggunaan mobile banking bagi para nasabah. Disarankan pada pihak bank untuk lebih sering melakukan sosialisasi tentang berbagai kemudahan yang didapat dengan penggunaan mobile banking untuk transaksi.

b. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan (X₂)

Hasil tanggapan responden terhadap variabel Kepercayaan (X₂) akan ditampilkan pada tabel di bawah ini :

Tabel 7
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan (X₂)

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS	jumlah	Rata-rata
1	Saya percaya bertransaksi secara <i>online</i> menggunakan <i>mobile banking</i> mampu memenuhi kepuasan transaksi saya sebagai nasabah	9	21	18	2	0	187	3,74
2	Saya percaya transaksi secara <i>online</i> mampu memberikan pelayanan yang terbaik	9	27	12	2	0	193	3,86
3	Saya percaya transaksi secara <i>online</i> dapat memenuhi kebutuhan transaksi saya	14	26	10	0	0	204	4,08
4	Saya bersedia memberikan informasi keuangan yang diperlukan untuk bertransaksi secara <i>online</i> menggunakan <i>mobile banking</i>	12	17	17	3	1	186	3,72
5	Saya bersedia memenuhi syarat dan ketentuan dari transaksi secara <i>online</i> menggunakan <i>mobile banking</i>	11	21	15	3	0	190	3,8
Rata-rata								3,84

Sumber: Olah Data SPSS, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui rata-rata jawaban responden terhadap variabel Kepercayaan (X₂) menghasilkan nilai rata-rata sebesar 3.84. Menunjukkan bahwa rata-rata pernyataan penilaian responden mengenai variabel Kepercayaan (X₂) adalah pada kategori baik karena berada pada skala interval (3,40 - 4,19). Dengan nilai tertinggi pada pernyataan (Saya percaya transaksi secara *online* dapat memenuhi

kebutuhan transaksi saya) diangka 4,08. Kemajuan teknologi saat ini mendorong semua aktivitas transaksi secara digital yang dianggap lebih cepat dan efisien, hal ini tentunya harus didukung oleh para nasabah dengan cara percaya pada saat bertransaksi online menggunakan mobile banking. Namun dilihat dari sebagian nasabah masih ada pula yang masih sedikit ragu dan kurang percaya untuk memberikan informasi keuangan pribadi pada saat akan transaksi online, hal ini dikarenakan masih maraknya berita tentang data-data diri para nasabah yang hilang dan disalahgunakan oleh oknum yang tidak bertanggungjawab. Disarankan pada pihak bank, untuk dapat meyakinkan kembali para nasabah dan memberikan jamiinan keamanan tentang data-data diri pribadi nasabah.

c. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Nasabah (Y)

Hasil tanggapan responden terhadap variabel Minat Nasabah (Y) akan ditampilkan pada tabel di bawah ini :

Tabel 8
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Nasabah (Y)

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS	jumlah	Rata-rata
1	Saya berniat untuk menggunakan <i>mobile banking</i> di masa yang akan datang	10	26	13	1	0	195	3,9
2	Saya menggunakan mobile banking sesuai dengan kebutuhan saya	9	25	13	3	0	190	3,8
3	Saya mendapatkan dukungan dari rekan-rekan dan keluarga untuk menggunakan <i>mobile banking</i>	16	24	10	0	0	206	4,12
4	Saya mengajak rekan-rekan dan keluarga untuk menggunakan <i>mobile banking</i>	14	15	18	3	0	190	3,8
Rata-rata								3,90

Sumber: Olah Data SPSS, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui rata-rata jawaban responden pada variabel Minat Nasabah (Y) menghasilkan nilai rata-rata sebesar 3.90. Menunjukkan bahwa rata-rata pernyataan penilaian responden mengenai variabel Minat Nasabah (Y) adalah pada kategori baik karena berada pada skala interval (3,40 - 4,19). Dengan nilai tertinggi pada pernyataan (Saya mendapatkan dukungan dari rekan-rekan dan keluarga untuk menggunakan *mobile banking*) diangka 4.12. Dengan adanya dukungan dari orang-orang sekitar akan membuat para nasabah merasa lebih yakin untuk menggunakan mobile banking dalam transaksi. Namun, dilihat dari tanggapan responden mereka menggunakan mobile banking sesuai dengan kebutuhan saja, sehingga tidak perlu mengajak anggota keluarga lain. Misalnya pada saat akan berbelanja online bisa diwakili oleh salah seorang dari keluarga saja yang memakai *mobile banking untuk melakukan transaksi*. Disarankan pada pihak bank untuk terus mensosialisasikan akan pentingnya penggunaan *mobile banking* ini untuk masa yang

akan datang dan tidak hanya digunakan pada saat seperti ini saja.

3. Uji Asumsi Klasik

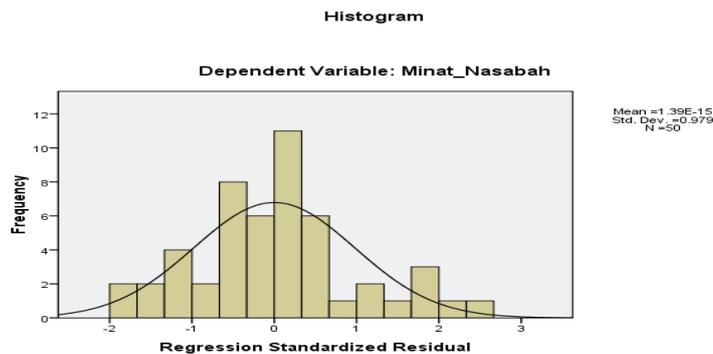
Uji asumsi klasik dilakukan sebelum analisis regresi dilakukan untuk mengetahui kondisi data yang dilakukan dalam penelitian. Uji ini dilakukan dengan harapan untuk mendapatkan model analisis yang tepat dan dalam penelitian ini analisis data akan menggunakan metode Regresi. Model persamaan regresi yang baik, maka perlu dilakukan uji asumsi klasik diantaranya uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji heteroskedastisitas.

4. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2011 : 160). Adapun uji normalitas tersebut dapat dilihat pada Gambar 1 berikut ini:

Gambar 1

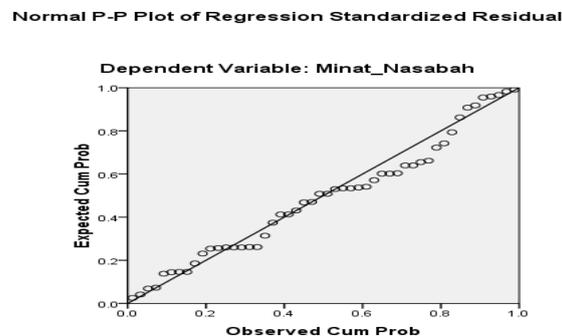
Hasil Uji Normalitas antara variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_1) dan kepercayaan (X_2) Terhadap Minat Nasabah (Y)



Gambar 2

P-P Plot Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas antara variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_1) dan kepercayaan (X_2) Terhadap Minat Nasabah (Y)



Grafik Histogram dan pp-plot di atas mempertegas bahwa model regresi yang diperoleh berdistribusi normal, dimana sebaran data berada disekitar garis diagonal. Pola histogram tampak mengikuti kurva normal begitu juga dengan hasil uji pp-plot,

meskipun ada beberapa data yang nampak outlier, namun secara garis besar distribusi data mengikuti kurva normal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

5. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2013:105). Multikolinieritas dapat juga dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation model (VIF). Jika nilai tolerance $> 0,1$ dan $VIF < 10$, maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat gangguan multikolinieritas pada penelitian tersebut (Ghozali, 2011:105-106). Hasil pengujian multikolinieritas sebagai berikut.

Tabel 9
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_1)	0.421	2.375	Bebas Multikolinieritas
Kepercayaan (X_2)	0.421	2.375	Bebas Multikolinieritas

Sumber: Olah Data SPSS, 2021

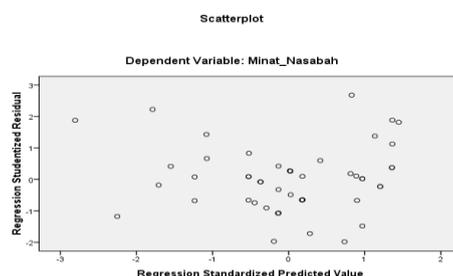
Uji multikolinieritas dapat dilihat dari *Tolerance Value* dan *Variance Inflation* (VIF). Berdasarkan tabel di atas, disimpulkan bahwa nilai pada variabel (X), memiliki nilai *tolerance* > 0.1 dan nilai *VIF* < 10 yang berarti tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model persamaan regresi.

6. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2013:139). Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 3
Scatterplot Uji Heterokedastisitas

Hasil Uji Heterokedastisitas antara variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_1) dan kepercayaan (X_2) Terhadap Minat Nasabah (Y)



Dari gambar scatterplot di atas diketahui bahwa scatterplot membentuk titik – titik yang menyebar secara acak dengan tidak membentuk pola yang jelas. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada masalah heterokedastisitas.

7. Analisis Data Regresi Linier Berganda

Model ini adalah untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap dependen. Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 10
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6.216	1.331		4.670	.000
Persepsi kemudahan penggunaan	.111	.039	.443	2.858	.006
Kepercayaan	.216	.102	.328	2.118	.039

Sumber: Olah Data SPSS, 2021

Dari tabel 4.10 di atas maka persamaan regresi yang didapatkan adalah sebagai berikut: $Y = 6.216 + 0.111 (X_1) + 0.216 (X_2)$.

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda di atas dapat diartikan bahwa:

1. Jika variabel (X_1) Persepsi Kemudahan Penggunaan dan variabel (X_2) Kepercayaan konstan (tetap) atau nilai (X_1) dan (X_2) = 0 atau konstan. Maka besar variabel (Y) Minat Nasabah sebesar 6.216.
2. Koefisien regresi Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_1) sebesar 0.111 menyatakan bahwa setiap peningkatan satu satuan nilai variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan dapat meningkatkan nilai Minat Nasabah sebesar 0.111, dengan asumsi jika variabel Kepercayaan (X_2) tetap atau = 0.
3. Koefisien regresi Kepercayaan sebesar 0.216 menyatakan bahwa setiap peningkatan satu satuan nilai variabel Kepercayaan dapat meningkatkan nilai variabel Minat Nasabah sebesar 0.216, dengan asumsi jika variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_1) tetap atau = 0.

8. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat dari tabel 11.

Tabel 11
Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.725 ^a	.525	.505	1.35534	1.772

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Persepsi kemudahan penggunaan
b. Dependent Variable: Minat_Nasabah

Berdasarkan tabel 4.11 di atas terlihat bahwa koefisien determinasi (*R Square*) menunjukkan nilai sebesar 0.525. Ini menunjukkan pengaruh dari variabel (x) terhadap variabel (y) sebesar 0.525 atau 52,5 %. Selebihnya 47,5 % ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

9. Uji Hipotesis Dengan Uji t (parsial)

Pengujian hipotesis dilakukan secara parsial dengan menggunakan uji t. Uji t dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Hasil uji t dapat dilihat pada

tabel di bawah ini.

Tabel 12
Hasil Uji Statistik t

Model	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	sig
1 (Constant)	6.216	1.331		.000
Persepsi kemudahan penggunaan	.111	.039	.443	.006
Kepercayaan	.216	.102	.328	.039

Sumber: Olah Data SPSS, 2021

Berdasarkan hasil uji statistik t pada tabel 4.12 di atas dapat diartikan bahwa:

1. Hipotesis pertama adalah Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap Minat Nasabah. Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_1), menunjukkan t_{hitung} sebesar $2.858 > t_{tabel}$ 2.01174 dengan tingkat signifikan $0,006 <$ dari $0,050$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap Minat Nasabah menggunakan *mobile banking* Pada Nasabah BRI Unit Sukowati Kab. Rejang Lebong. Hal ini berarti hipotesis diterima.
2. Hipotesis kedua adalah Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Minat Nasabah. Variabel Kepercayaan (X_2), menunjukkan t_{hitung} sebesar $2.118 > t_{tabel}$ 2.01174 dengan tingkat signifikan $0,039 <$ dari $0,050$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Minat Nasabah menggunakan *mobile banking* Pada Nasabah BRI Unit Sukowati Kab. Rejang Lebong. Hal ini berarti hipotesis diterima.

10. Uji Hipotesis Dengan Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 13
Uji Statistik F

ANOVA ^b						
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F _{hitung}	F _{tabel}	Sig.
Regression	95.444	2	47.722	25.979	3.199	.000 ^a
Residual	86.336	47	1.837			
Total	181.780	49				

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Persepsi kemudahan penggunaan

b. Dependent Variable: Minat_Nasabah

Sumber: Olah Data SPSS, 2021

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi F yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,050 dan F_{hitung} Lebih besar dari F_{tabel} , $25.979 > 3.199$, dari hasil pengelolaan data maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen yaitu variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan dan variabel Kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu Minat Nasabah. Hal ini berarti Hipotesis terbukti, yaitu variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap Minat Nasabah

menggunakan *mobile banking* (Studi Kasus Pada Nasabah BRI Unit Sukowati Kab. Rejang Lebong).

Adapun hasil dari pengujian hipotesis secara parsial (uji t) dan uji hipotesis secara simultan (uji f) akan dijabarkan sebagai berikut :

a. Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap Minat Nasabah menggunakan *mobile banking* Pada Nasabah BRI Unit Sukowati Kab. Rejang Lebong. Artinya, ketika adanya kemudahan menggunakan *of use* meningkat maka minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* juga akan meningkat. Namun, dilihat dari sebagian nasabah ada pula yang masih kurang menguasai dengan cepat cara menggunakan layanan *mobile banking* ini. Hal ini dikarenakan minimnya sosialisasi penggunaan *mobile banking* bagi para nasabah. Hasil penelitian ini didukung oleh Brian (2013) Aryandi, J., & Onsardi, O. (2020) bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan ada Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking*.

Kemudahan penggunaan suatu *aplikasi* menjadi pertimbangan nasabah. Meskipun menggunakan aplikasi banyak manfaat, namun kerumitan dalam berinteraksi dengan medianya bisa menjadi sesuatu yang membingungkan untuk pengguna. Teknologi yang digunakan yaitu internet, berpotensi untuk mengurangi biaya pencarian dan evaluasi alternatif-alternatif dan dapat meningkatkan ketertarikan pengguna aplikasi untuk menggunakannya. Oleh karena itu, kemudahan penggunaan suatu aplikasi perlu diperhatikan. Kemudahan penggunaan aplikasi *mobile banking* berhubungan dengan ketertarikan dan minat nasabah. Finthariasari, M., Ekowati, S., & Krisna, R. (2020)

b. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Minat Nasabah menggunakan *mobile banking* Pada Nasabah BRI Unit Sukowati Kab. Rejang Lebong. Artinya, ketika nasabah percaya dengan aplikasi *mobile banking* untuk setiap transaksi yang dilakukan maka minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* juga akan meningkat. Namun dilihat dari sebagian nasabah masih ada pula yang masih sedikit ragu dan kurang percaya untuk memberikan informasi keuangan pribadi pada saat akan transaksi online, hal ini dikarenakan masih maraknya berita tentang data-data diri para nasabah yang hilang dan disalahgunakan oleh oknum yang tidak bertanggungjawab. Hasil penelitian ini didukung oleh Suswardji, dkk (2012), Munandar, J. A., & Onsardi, O. (2021) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah. Hasil penelitian Alifatul (2016) bahwa kepercayaan dan persepsi manfaat mempunyai kontribusi secara bersama-sama terhadap variabel terkait yaitu minat nasabah.

c. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah

Dari hasil penelitian diketahui bahwa semua variabel independen yaitu variabel *Perceived ease of use* dan variabel Kepercayaan secara simultan berpengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu Minat Nasabah. Hal ini berarti Hipotesis terbukti, yaitu variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap Minat Nasabah menggunakan *mobile banking* Pada Nasabah BRI Unit Sukowati Kab. Rejang Lebong. Artinya bahwa, apabila Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan nasabah terhadap penggunaan *mobile banking* meningkat, maka minat nasabah juga akan meningkat.

Hasil penelitian ini didukung oleh Tania (2017) Sonatasia, D., et al (2020) bahwa konstruk kepercayaan, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan transaksi *online*. Implikasi dari penelitian ini relevan bagi pihak pelaku bisnis *online* dan manajemen agar memperhatikan kembali faktor kepercayaan, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan untuk meningkatkan layanan bertransaksi *online*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Nasabah menggunakan *mobile banking* (Studi Kasus Pada Nasabah BRI Unit Sukowati Kab. Rejang Lebong)” maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap Minat Nasabah menggunakan *mobile banking* Pada Nasabah BRI Unit Sukowati Kab. Rejang Lebong. Artinya bahwa dengan adanya kemudahan yang didapatkan membuat nasabah merasa yakin dan percaya menggunakan *mobile banking* pada setiap transaksi.
2. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Minat Nasabah menggunakan *mobile banking* Pada Nasabah BRI Unit Sukowati Kab. Rejang Lebong. Artinya bahwa kepercayaan sangat penting dalam mempengaruhi minat nasabah dalam memutuskan untuk menggunakan atau tidak fasilitas aplikasi *mobile banking*.
3. Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif terhadap Minat Nasabah menggunakan *mobile banking* Pada Nasabah BRI Unit Sukowati Kab. Rejang Lebong. Artinya bahwa dengan adanya kemudahan dan jaminan keamanan yang didapatkan membuat nasabah merasa yakin dan percaya untuk menggunakan *mobile banking* pada setiap transaksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, C. (2020). Pengaruh Kompensasi, Pelatihan Kerja Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Marketing. (*Jems*) *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 1(2).
- Aryandi, J., & Onsardi, O. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 117-127.
- Astika Hanif Kurniawati, et al., (2017). Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, Vol. IV (1) : 24-29.
- Brian Dwi Saputro (2013). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking. *Jurnal Nominal / Volume Ii Nomor I / Tahun 2013*.
- Finthariasari, M., Ekowati, S., & Krisna, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Display Layout, Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 149-159.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Pertama. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

- Munandar, J. A., & Onsardi, O. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Sumsel Babel Kcp Tanjung Sakti. (*Jems) Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 2(1), 43-52.
- Sonatasia, D., & Arini, E. (2020). Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong. (*Jmmib) Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 1(1).
- Suswardji dkk, (2012). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki satria FU (Studi kasus pada Dealer Suzuki Sanggar Mas Jaya Karawang. *Jurnal Manajemen Volume Nomor Satu Tahun 2012*. [http://etd.eprint\(s.ums.ac.id/1201/1B1000230072.pdf\)](http://etd.eprint(s.ums.ac.id/1201/1B1000230072.pdf). Diakses pada tanggal 20 Desember 2014 pukul 21.27 WIB.
- Tania y.l.k, (2017). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Transaksi Online. Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, Jl. MT. Haryono 165, Malang.
- Toyib, R., & Muntahanah, M. (2020). Promosi Produk Pertanian Dan Kerajinan Menggunakan Website Serta Pembukuan Sederhana di Desa Sido Dadi Kecamatan Arma Jaya Kabupaten Bengkulu Utara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Raflesia*, 3(1).