



## APPLICATION OF UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT) MODEL TO THE INTENTION TO USING MOBILE BANKING SERVICE

**Bambang Sugiharto, Indah Umiyati, Noni Nissa Sholihah**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaatmadja Subang

Email: [bambangugihart@gmail.com](mailto:bambangugihart@gmail.com)

### INFO ARTIKEL

#### Histori Artikel :

Tgl. Masuk : 03-08-2021

Tgl. Diterima : 09-09-2021

Tersedia Online : 30-09-2021

#### Keywords:

*Performance Expectations, Effort Expectations, Social Influence, Mobile Banking, UTAUT*

### ABSTRACT

*The aim of this research was to analyze the influence of performance expectations, effort expectations, and social influence to the intention to using mobile banking on mobile banking users. The study used three independent variables that are the performance expectations, effort expectations, and social influence, while intention to using mobile banking as a dependent variable.*

*The sample of this research were society users mobile banking in Subang Regency, West Java Province. Sampling incidental of Non-probability sampling was used as a sampling method with the total sample of 154 people. Validity, reliability, descriptive analysis, classical assumption test, and multiple regression analysis is used for this study. Statistical method for data testing using SPSS program 22. The result of this research indicate that performance expectations, effort expectations, and social influence have a positive effect to the intention in using either mobile banking, the result of tests on partial or simultaneously.*

## PENDAHULUAN

Pesatnya pertumbuhan teknologi informasi, telekomunikasi, dan internet menyebabkan mulai munculnya berbagai bisnis yang berbasis teknologi, perbankan menjadi salah satu industri jasa yang memanfaatkan teknologi dalam melakukan kegiatan bisnisnya. Perbankan berupaya meningkatkan pelayanan menjadi lebih mudah dan cepat bagi nasabahnya karena dalam industri perbankan selaku sektor jasa, kepuasan nasabah menjadi hal yang terpenting. Dengan munculnya layanan perbankan digital atau yang biasa disebut sebagai perbankan elektronik (*E-banking*), dinilai praktis untuk diterapkan dalam dunia perbankan penyelenggaraan *digital banking* ini juga diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 12/POJK.03/2018 tentang penyelenggaraan layanan perbankan

digital oleh bank umum. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2018), layanan perbankan digital adalah layanan perbankan elektronik, dikembangkan dengan mengoptimalkan pemanfaatan data nasabah agar melayani nasabah lebih cepat dan mudah, serta berdasarkan kebutuhannya dan dapat dilakukan sepenuhnya secara mandiri oleh nasabah dengan memperhatikan aspek keamanan.

Dalam perkembangannya, *e-banking* jadi salah satu strategi yang hendak meningkatkan efisiensi, efektifitas dan produktifitas sekaligus menambah pendapatan melalui sistem penjualan yang jauh lebih baik. Seperti yang dilansir pada [infobanknews.com](http://infobanknews.com) Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat, jumlah pengguna *e-banking* (*SMS banking, phone banking, mobile banking, dan internet banking*) meningkat sebesar 270%, dari 13,6 juta nasabah pada 2012

menjadi 50,4 juta nasabah pada 2016. Sementara untuk frekuensi transaksi pengguna *e-banking* meningkat 169%, dari 150,8 juta transaksi pada tahun 2012 menjadi 405,4 juta transaksi pada tahun 2016. Jumlah ini meningkat seiring adanya perubahan perilaku dan kebutuhan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital untuk melakukan aktivitas perbankan. Dilihat dari data tersebut terlihat adanya respon positif terhadap layanan *digital banking* sehingga menciptakan peningkatan layanan berbasis digital secara luar biasa.

*Mobile banking* merupakan sebuah inovasi dari perkembangan teknologi layanan perbankan digital. *Mobile banking* ialah layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel ataupun *smartphone*, layanan *mobile banking* juga dapat digunakan dengan menggunakan menu yang ada pada SIM (*Subscriber Identity Module*) card, USSD (*Unstructured Supplementary Service Data*), ataupun nasabah dapat mengunduh dan menginstal sendiri aplikasinya (Otoritas Jasa Keuangan, 2015). *Mobile banking* memberi keuntungan bagi nasabah dengan menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan sebuah transaksi perbankan sehingga tidak mengharuskan nasabahnya datang dan mengantri di bank dengan begitu nasabah tetap dapat melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun. *Mobile banking* bukan hanya bermanfaat bagi nasabah tetapi untuk pihak bank pun dengan mengadakan fasilitas *mobile banking*, bank terbantu dalam hal mengurangi biaya operasional. manfaat lain yaitu dengan penyediaan fasilitas *mobile banking* akan menarik minat masyarakat untuk jadi nasabah bank tersebut.

Kini bertambah banyak bank-bank di Indonesia yang menerapkan layanan *mobile banking*, kehadiran aplikasi *mobile banking* membuka inovasi perbankan yang sangat luas. Dengan munculnya aplikasi-aplikasi *mobile Banking* banyak hal yang dulu sulit kini menjadi lebih gampang, dan hal-hal yang dulunya lambat kini menjadi lebih cepat.

Bank berlomba-lomba untuk memberikan inovasi terbaru dalam aplikasi *mobile banking*, berikut beberapa *mobile banking* terbaik yang dikutip dari laman *duwitmu.com*.

**Tabel 1**  
**Mobile Banking Terbaik**

No.	Bank
1.	BCA Mobile
2.	Cimb Go
3.	Permata Mobile X
4.	Mandiri Online
5.	Mobile Banking BTPN (Jenius)
6.	BRI Mobile
7.	BNI Mobile Banking

Sumber: *duwitmu.com*, 2018

Semua aplikasi *m-banking* yang dimiliki oleh setiap perbankan memiliki keunggulan dan kekurangan masing-masing namun tujuan utamanya sama yaitu mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi bank. *Mobile banking* sangat bergantung pada kebutuhan nasabah masing-masing dikarenakan tidak ada aplikasi yang bisa unggul di semua fitur. Fitur-fitur yang ditawarkan oleh layanan *m-banking* beragam diantaranya layanan untuk informasi saldo, tagihan kartu kredit, mutasi rekening, suku bunga serta mencari lokasi-lokasi ATM terdekat, kemudian layanan untuk layanan transaksi seperti transfer, pembayaran tagihan air, listrik, kartu kredit, pajak, asuransi, internet, pulsa atau tiket serta fitur-fitur lainnya.

Hadirnya *mobile banking* untuk mengakomodasi tren dan kebiasaan di masyarakat modern didorong dengan pesatnya pertumbuhan pengguna *smartphone* yang terus meningkat, pertumbuhan tersebut memberi dampak positif terhadap *mobile banking*.



**Gambar 1**

### Penetrasi Pengguna *Smartphone*

Sumber: Bareksa.com, 2019

Dilihat dari gambar 1 di atas pengguna *smartphone* meningkat dalam 5 tahun kebelakang, yakni dari 19 persen pada 2014 menjadi 56 persen pada 2018. Bersumber pada hasil kajian *Jenius Financial Study: Indonesia Digital Savvy Behaviour* yang bekerja sama dengan Nielsen, total nasabah yang menabung tumbuh dari 23 persen pada 2014 menjadi 36 persen pada 2018. Dari peningkatan jumlah nasabah penabung tersebut, pengguna internet dan *mobile banking* juga bertumbuh dari 28 persen pada 2014 menjadi 30 persen pada 2018 dikutip dari bareksa.com. Semakin banyak kegiatan yang dapat dijalankan dengan *smartphone* termasuk pada sektor keuangan misalnya pada penggunaan *m-banking* ini.

Dikutip dari laman *daily-social.id* menurut laporan MEF 80% responden di Indonesia menyatakan sudah menggunakan sarana *mobile banking* di tahun 2013, angkanya hanya mencapai 58%. Penggunaan *m-banking* ini biasa mereka gunakan untuk mengecek saldo dan mentransfer dana ke pihak lain. Seiring pesatnya pertumbuhan teknologi, penggunaannya oleh nasabah pun kian tinggi. Seperti yang tercatat pada laman keuangan.kontan.co.id yaitu PT Bank Negara Indonesia Tbk (BNI) membukukan per semester I 2019 transaksi *m-banking* meningkat sebanyak 154,9% secara tahunan (*year on year*) menjadi 90 juta transaksi. Pada saat yang sama, jumlah nasabah *mobile banking* BNI meningkat dari 2,02 juta pada tahun sebelumnya menjadi 3,78 juta pada akhir juni 2019 meningkat 87,2% secara *year on year*. Alhasil, total nilai atau nominal transaksi *mobile banking* BNI meningkat 102,5 persen per tahun hingga mencapai Rp 117 triliun. Dari jumlah tersebut sebagian besar transaksi nasabah *mobile banking* digunakan untuk pembelian dan pembayaran tagihan, antara lain transfer, bayar tagihan seperti biaya listrik serta isi ulang (telekomunikasi dan uang elektronik) serta tagihan lainnya, pengembangan-pengembangan *mobile*

*banking* yang akan diproses BNI antara lain pembelian asuransi, transfer bank ke luar negeri, mobile tunai serta transaksi untuk belanja di *e-commerce*.

Tidak hanya BNI PT Bank Central Asia Tbk (BCA) juga terus berupaya mempertahankan gelarnya sebagai bank dengan transaksi terbesar di tanah air ini melalui pemanfaatan layanan bank ini. Hal ini tercermin dari total nilai transaksi BCA mobile yang meningkat 51,5% secara *year on year*, dari Rp 606 triliun menjadi Rp 918 triliun pada akhir semester I 2019. Pada semester pertama tahun 2019 total transaksi *m-banking* BCA sampai 890 juta, meningkat 31,85% secara *year-on-year*. Hal ini dikarenakan kebiasaan transaksi nasabah BCA yang beragam telah berubah dari tradisional menjadi digital. Saat ini, jumlah perusahaan yang sudah menggunakan layanan BCA mobile sebanyak sembilan juta pengguna dengan mayoritas transaksi terbanyak yaitu untuk transfer, cek saldo serta pembayaran.

PT Bank Mandiri Tbk pun tidak kalah, Mandiri mencatatkan peningkatan yang tercatat pada jumlah nasabah Mandiri onlinenya dalam persentase perusahaan, hingga bulan Juni 2019 jumlah penggunanya telah capai 2,51 juta nasabah atau naik 98,6 persen dibandingkan tahun sebelumnya hanya 1,26 juta. Hal tersebut didukung oleh pertumbuhan nilai transaksi secara *yoy* sebesar 140,6% menjadi 164,8 juta transaksi dengan nilai sebesar 317,9 triliun rupiah, dengan tingkat pertumbuhan tahunan sebesar 123,2%. Dilihat dari angka persentasenya yang menunjukkan nilai transaksi penggunaan layanan tersebut mengalami pertumbuhan cukup besar pada masing-masing bank. Fakta tersebut memaksa industri perbankan untuk kreatif ciptakan keunggulan kompetitif dalam persaingan nasabah yang ketat dan menjaga kepuasannya agar menjadi nasabah yang loyal dan mampu meningkatkan laba (Marlina dan Bimo, 2018).

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan, yang telah diuraikan, peneliti tertarik untuk meneliti apa saja yang memengaruhi minat nasabah untuk

menggunakan layanan *mobile banking* dengan memakai UTAUT model. UTAUT merupakan sebuah model penerimaan teknologi informasi baru yang diusulkan oleh Venkatesh et al. tahun 2003. Model ini memiliki empat faktor utama yaitu harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial dan kondisi yang memfasilitasi. Penelitian ini mengambil tiga variabel dari model UTAUT tersebut yang dijadikan sebagai variabel independen dalam penelitian ini.

Tiga variabel tersebut yaitu pertama harapan kinerja (*performance expectancy*), diartikan sebagai tingkat kepercayaan seorang individu pada sejauh mana penggunaan sistem akan menolong pengguna untuk dapat meningkatkan kinerja dalam pekerjaannya (Venkatesh et al, 2003) dalam (Khoirunnisak, 2016). Kedua harapan usaha (*effort expectancy*), merupakan tingkat kemudahan yang dirasakan seorang individu terkait dengan penggunaan sistem (Venkatesh, 2003) dalam (Mustaqim, Kusyanti dan Aryadita (2018). Dan yang ketiga yaitu pengaruh sosial (*Social Influence*), menurut Venkatesh et al. (2003) dalam Amalia, Kusyanti dan Herlambang (2018), didefinisikan sejauh mana orang pribadi bisa dipengaruhi oleh orang lain dalam menggunakan sistem. UTAUT juga banyak dipergunakan oleh peneliti-peneliti yang menguji tingkat penerimaan teknologi baru.

Penelitian sebelumnya pernah dilakukan oleh Amalia, Kusyanti dan Herlambang (2018), Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu pada objek penelitiannya. Pada penelitian sebelumnya meneliti mengenai *internet banking* dan pada penelitian ini meneliti mengenai *mobile banking*. Penelitian ini mengambil *mobile banking* yang dijadikan objek penelitian karena *mobile banking* cenderung digunakan oleh nasabah perorangan/individu hal tersebut selaras dengan target responden penelitian ini yaitu kepada individu/perorangan.

Berdasarkan uraian dan fenomena diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai minat menggunakan *mobile banking* dengan

judul “**Penerapan Model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT)* Untuk Menganalisis Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* (Studi Kasus Pada Pengguna *Mobile Banking* Di Kabupaten Subang)**”.

## **KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

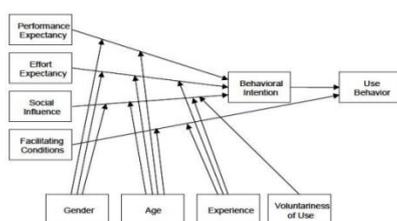
### **Model UTAUT (*Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology*)**

UTAUT merupakan model penerimaan teknologi terkini yang dikembangkan oleh Venkatesh et al. pada tahun 2003 dan kemudian dipakai serta dikembangkan kembali oleh banyak peneliti sampai kini. Tujuan dari UTAUT yaitu untuk menjelaskan minat pada seseorang dalam menggunakan sebuah sistem teknologi informasi dan perilaku pengguna.

UTAUT dikembangkan lewat analisis yang dilakukan terhadap 8 model/teori penerimaan/adopsi teknologi yang banyak dipakai di penelitian sistem informasi sebelumnya. Tersusun atas teori-teori dasar tentang penerimaan dan perilaku penggunaan teknologi, UTAUT merupakan teori yang berpengaruh dan banyak diadopsi untuk melakukan penelitian penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi informasi karena menggabungkan karakteristik terbaik yang berasal dari 8 teori penerimaan teknologi lainnya. Kelebihan model UTAUT dibandingkan dengan model-model penelitian sebelumnya terletak pada jangkauan variabel yang ada. Hal tersebut terjadi karena UTAUT sendiri menggabungkan variabel-variabel pada model-model sebelumnya ke dalam satu konsep utama yang mewakili tiap-tiap model sebelumnya. Sehingga melalui model UTAUT, tindakan dan pandangan seseorang terhadap teknologi dapat dipahami secara lebih baik. Selain itu model UTAUT juga mampu menjelaskan keterkaitan antara keuntungan yang dirasa, kemudahan pemakaian serta niat untuk memanfaatkan suatu teknologi. Model UTAUT dinilai lebih berhasil dalam

menggambarkan hingga 70% varian pengguna daripada delapan model teori yang lain (Dewayanti, Kusyanti dan Herlambang, 2018).

Setelah menguji kedelapan model, Venkatesh menemukan tujuh konstruk yang terlihat menjadi penentu yang signifikan terhadap minat pemanfaatan dan penggunaan sistem informasi dalam di masing-masing model. Konstruk-konstruk tersebut adalah harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi-kondisi memfasilitasi, sikap terhadap pengaplikasian teknologi dan efikasi diri. Setelah melanjutkan pengujian, ditemukannya empat konstruk utama yang menjadi penentu langsung dari pemanfaatan atau penggunaan sistem informasi yaitu, harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial dan kondisi yang memfasilitasi. Sementara itu yang lain tidak signifikan sebagai determinan langsung dari niat berperilaku. Disamping itu juga terdapat 4 variabel moderator yaitu usia, jenis kelamin, pengalaman dan kesukarelaan penggunaan yang diposisikan untuk memoderasi dampak dari empat konstruk utama pada niat perilaku dan niat penggunaan. Pada model ini terdapat beberapa faktor penentu sebagai dasar sikap implementasi sistem tertentu, faktor-faktor tersebut pada akhirnya akan menetapkan niat penggunaan dan mewujudkan perilaku penggunaan yang sebenarnya. Selain itu, model UTAUT mencoba menginterpretasikan bagaimana pengaruhnya terhadap perbedaan individual dalam penggunaan teknologi (Mahendra dan affandi, 2012). Gambar 2 berikut ini menampilkan hubungan antara determinan serta moderator model ini.



**Gambar 2**

**Model UTAUT (Venkatesh et al. 2003)**

Sumber: Sedana dan Wijaya, 2019

## Perbankan Digital (e-Banking)

Layanan perbankan adalah layanan atau aktivitas perbankan melalui penggunaan sarana elektronik atau digital milik Bank, dan/atau melalui media lain milik calon nasabah dan/atau nasabah Bank, yang dilakukan secara mandiri. Hal ini memungkinkan calon nasabah dan/atau nasabah Bank untuk menjangkau informasi, komunikasi, pendaftaran, pembukaan rekening, transaksi perbankan, dan penutupan rekening, termasuk akses ke informasi dan transaksi selain produk perbankan, termasuk konsultasi keuangan, investasi, perdagangan dengan sistem transaksi berbasis elektronik (*e-commerce*), dan kebutuhan nasabah Bank lainnya (Otoritas Jasa Keuangan, 2016). Menurut otoritas, berkembangnya teknologi perbankan digital ini mendorong terwujudnya masyarakat yang *less-cas-society*, merupakan gaya hidup melalui penggunaan media transaksi atau uang elektronik untuk melakukan transaksi sehari-hari sehingga tidak perlu membawa uang fisik. Selain dapat meningkatkan sistem pembayaran yang cepat, aman, dan efisien, memperlancar perputaran kegiatan ekonomi dan stabilitas sistem keuangan, juga dapat mencegah tindak pidana kriminal maupun tindak pidana pencucian uang. Mengutip dari Otoritas Jasa Keuangan (2015), ada beberapa produk yang termasuk dalam layanan *digital banking*. Adapun beberapa layanan yang dimaksud antara lain: ATM (*Automatic Teller Machine*), EDC (*Electronic Data Capture*), *Internet Banking*, *SMS Banking*, *Phone Banking*, *Video Banking* dan *Mobile Banking*.

## Harapan Kinerja

Menurut Venkatesh et al. (2003) dalam Amalia, Kusyanti dan Herlambang (2018), ekspektasi kinerja diartikan sebagai tingkat dimana seorang individu merasa jika sistem dapat membantunya dalam meningkatkan pekerjaannya. Dalam Jannah (2019), mendefinisikan harapan kinerja sebagai sejauh mana seorang individu percaya bahwasanya

dengan menggunakan sistem akan membantu dia untuk mencapai keuntungan dalam meningkatkan kinerja. Kemudian menurut (S. Saibaba and T. Naryana Murthy, 2013) dalam Anggraeni (2016) juga mendefinisikan harapan kinerja merupakan sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan sistem akan menolongnya untuk mencapai keuntungan dalam kinerja pekerjaan. Maka kesimpulannya yaitu harapan kinerja merupakan sejauh mana individu merasa yakin dengan menggunakan sistem akan membantu dalam meningkatkan pekerjaannya. Semakin tinggi pengguna percaya jika sistem tersebut dapat membantu dia dalam meningkatkan pekerjaannya maka akan lebih signifikan memengaruhi minatnya untuk menggunakan sistem tersebut. Ekspektasi kinerja tidak hanya muncul dari kemauan dalam diri individu saja. Keyakinan seperti ini dapat tumbuh karena pengaruh lingkungan kerja misalnya, dari merebaknya penggunaan sistem oleh rekan kerja dengan melihat peningkatan kinerja rekan kerjanya, seseorang dapat terpengaruhi untuk menggunakan sistem informasi (Khoirunnisak, 2016).

### **Harapan Usaha**

Harapan usaha sebagai tingkat kemudahan yang berkaitan dengan penggunaan teknologi atau sistem tertentu menurut (Wahyuningsih, 2019). Menurut Khadijah dan Putri (2019) harapan usaha diartikan sebagai tingkat kemudahan terhubung dengan penggunaan sistem. Harapan usaha didasarkan pada gagasan bahwa terdapat keterkaitan antara upaya yang dilakukan dengan kinerja dan imbalan yang didapat dari upaya tersebut. Khoirunnisak (2016), mendefinisikan harapan usaha sebagai tingkat kemudahan terkait dengan penggunaan sistem yang akan dapat mengurangi upaya (tenaga dan waktu) individu dalam melakukan pekerjaannya. Salah satu keuntungan yang tampak yaitu pekerjaan dapat segera terselesaikan dengan menggunakan sebuah sistem, keuntungan ini dapat mempengaruhi

seseorang dalam menyelesaikan setiap pekerjaannya. Kemudahan menjadi faktor pertimbangan utama dalam menyelesaikan pekerjaan. Handayani (2005) dalam Mahendra dan Affandy (2012), menemukan bahwa ekspektasi usaha merupakan penyebab yang dominan dalam mempengaruhi minat pemanfaatan sistem informasi. Sehingga kesimpulannya harapan usaha ialah tingkat kemudahan yang dirasakan individu ketika menggunakan sistem. Hal demikian memastikan bahwa dengan digunakannya teknologi akan menumbuhkan minat dalam memanfaatkan sistem informasi jika merasa sistem teknologi yang dipakai tersebut bermanfaat dan mudah untuk digunakan.

### **Pengaruh Sosial**

Menurut Venkatesh et al. (2003) dalam Amalia, Kusyanti dan Herlambang (2018), pengaruh sosial didefinisikan sejauh mana seorang individu dapat dipengaruhi oleh orang lain dalam menggunakan sebuah sistem. Menurut Sung et al. dalam (Wahyuningsih, 2019) menyatakan bahwa pengaruh sosial adalah sejauh mana orang pribadi merasakan bahwa beberapa orang yang penting baginya berpikir bahwa dia harus atau tidak seharusnya menggunakan sistem teknologi. Pengaruh sosial diartikan bahwa seorang individu harus menggunakan sistem baru disebabkan oleh pengaruh dari orang-orang yaitu rekan kerjanya, atasan dan organisasi menurut Hadi, Suryanto dan Faroqi (2019). Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa pengaruh sosial adalah tingkat dimana seorang individu memandang orang lain memiliki pengaruh untuk meyakinkan dirinya bahwa dia harus menggunakan sistem. Pengaruh sosial terikat dengan adanya pihak-pihak seperti keluarga, sahabat, kerabat, tetangga yang memberikan tekad dan dorongan untuk menggunakan sebuah aplikasi atau layanan

### **Minat Menggunakan**

Menurut Sumadi Suryabrata (2002) dalam dalam Bagastia (2018), definisi minat adalah sebuah perasaan lebih senang serta rasa ketertarikan akan sesuatu atau kegiatan tanpa disuruh. Jamidan (2016) minat adalah kecenderungan tertarik pada suatu hal yang relatif tetap untuk lebih mengamati dan mengingat secara konstan yang dibarengi rasa senang untuk meraih suatu kepuasan dalam hal ini mencapai kepuasan penggunaan teknologi.

### **Pengembangan Hipotesis**

#### **Pengaruh Harapan Kinerja Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking**

Harapan kinerja didefinisikan sebagai sejauh mana individu yakin bahwa dengan penggunaan sistem akan membantu dia untuk mencapai keuntungan dalam meningkatkan kinerja (Jannah, 2019). Berkembangnya perbankan digital sekarang dengan pengaksesan lebih mudah melalui *mobile phone* ataupun laptop yang terhubung internet, memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi sehingga nasabah tidak mesti mengunjungi bank untuk bertransaksi sekaligus dapat menyingkat waktu. Jadi semakin tinggi nasabah percaya bila layanan tersebut bisa membantunya dalam meningkatkan pekerjaannya maka akan lebih signifikan mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *digital banking* salah satunya layanan *mobile banking*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Dewayanti, Kusyanti dan Herlambang (2018), *Performance Expectancy* (PE) dinilai sebagai prediktor terkuat yang menentukan minat seseorang dalam mengaplikasikan suatu teknologi, penelitian tersebut menyimpulkan bahwa pengguna menaruh fokus terhadap kerja dari layanan *mobile BRI*, apakah dengan menggunakan layanan tersebut nasabah mendapatkan kemudahan-kemudahan atau malah sebaliknya. Kemudian penelitian juga dilakukan oleh Pertiwi dan Ariyanto (2017) menyatakan pada hasil penelitiannya menunjukkan bahwa

variabel harapan kinerja berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Dari penelitian terdahulu tersebut maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut

H1 : Harapan kinerja berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking*

#### **Pengaruh Harapan Usaha Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking**

Khoirunnisak (2016), mendefinisikan harapan usaha sebagai tingkat kemudahan terkait dengan penggunaan sistem yang akan dapat meminimalkan upaya seperti tenaga dan waktu individu dalam menjalankan pekerjaannya. Nasabah mendapatkan kemudahan ketika mengakses *m-banking*, akhirnya minat dalam bertransaksi secara online meningkat karena mudahnya pengoperasiannya. Ketika *mobile banking* mudah pengoperasiannya maka nasabah akan merasa nyaman dengan fitur yang disediakan sehingga nasabah merasa mudah dalam melakukan transaksi melalui online serta dapat menumbuhkan minat nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking*.

Penelitian yang dilakukan oleh Premi dan Widyaningrum (2020) hasilnya menyatakan bahwa ekspektasi usaha berpengaruh positif dan signifikan. Artinya, semakin tinggi ekspektasi usaha semakin tinggi pula minat pemanfaatan. Penelitian Dewayanti, Kusyanti dan Herlambang (2018) juga menemukan hasil bahwa *Effort Expectancy* dapat memengaruhi minat dalam menggunakan layanan *mobile banking* BRI. Pengguna fokus terhadap kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi *m-banking* tersebut. Karena aplikasi yang bersifat *user friendly* dapat membuat pengguna merasa nyaman untuk mengoperasikannya. Dari penelitian terdahulu tersebut maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H2 : Harapan usaha berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking*

### **Pengaruh Pengaruh Sosial Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking**

Menurut Venkatesh et al. (2003) dalam Amalia, Kusyanti dan Herlambang (2018), pengaruh sosial diartikan sejauh mana seorang individu dapat terpengaruhi oleh orang lain dalam menggunakan sistem. Pengaruh sosial terikat dengan adanya pihak lain misalnya keluarga, sahabat, kerabat, tetangga yang memberikan motivasi dan dorongan dalam pemakaian sebuah aplikasi atau layanan misalnya layanan mobile banking. Semakin tinggi individu dapat dipengaruhi oleh orang lain dalam menggunakan sistem, maka semakin signifikan dalam mempengaruhi minat dalam menggunakan sistem tersebut.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Herlambang dan Dewayanti (2018) menyatakan bahwa *Social Influence* dapat memengaruhi minat seseorang untuk menggunakan layanan BRImobile. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa, minat pengguna dalam mengadopsi layanan BRImo juga dipengaruhi oleh lingkungan sekitar seperti teman, keluarga serta pengalaman dari orang-orang yang sudah menggunakan layanan tersebut. Kemudian penelitian Khairani dan Giri (2020) juga menyatakan pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berperilaku (*Behavioral Intention*) maka hasil ini menandakan bahwa dengan adanya pengaruh dari lingkungan sekitar seperti sahabat, keluarga, pihak bank dan sebagainya maka akan mempengaruhi niat responden dalam mengadopsi layanan *mobile banking*. Dari penelitian terdahulu tersebut maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H3 : Pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking*

### **Pengaruh Harapan Kinerja, Harapan Usaha Dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking**

Harapan kinerja merupakan seberapa tinggi seseorang yakin bahwa

dengan menggunakan sebuah sistem akan membantunya dalam menyelesaikan pekerjaannya. Konsep ini menggambarkan kemanfaatan sistem bagi penggunanya, ketika seseorang menggunakan layanan *m-banking* dan orang tersebut mengakui bahwa *mobile banking* bisa memberikan manfaat terhadap pekerjaannya dan pencapaian kinerjanya. Para nasabah berharap mendapat manfaat ketika mereka melakukan transaksi dengan menggunakan tersebut.

Harapan usaha merupakan tingkat kemudahan yang dirasakan yang dihubungkan dengan penggunaan suatu sistem. Ketika sistem mudah untuk digunakan maka usaha yang dilakukan tidak terlalu tinggi begitupun sebaliknya. Kemudahan penggunaan teknologi informasi akan menimbulkan perasaan dalam diri seseorang bahwa sistem memiliki manfaat dan karenanya menimbulkan rasa nyaman apabila bekerja dengan menggunakannya (Atmojo, 2016). Kemudahan penggunaan *mobile banking* bermakna bahwa layanan *mobile banking* akan mudah dipahami dan digunakan penggunaannya, memungkinkan nasabah dapat dengan mudah melakukan transaksi dengan layanan tersebut. Kemudahan itu dapat memotivasi pribadi untuk menerima dan mengadopsi sebuah sistem (Hadi dan Novi, 2015).

Pengaruh sosial didefinisikan sebagai seorang individu memakai sistem baru dikarenakan oleh pengaruh dari pihak lain misalnya rekan kerja, atasan dan organisasi. Semakin banyak pengaruh yang timbul untuk penggunaan suatu sistem baru pada lingkungan calon pengguna maka tingginya minat yang timbul dari personal calon pengguna tersebut dalam menggunakan sebuah sistem karena pengaruh yang berasal dari lingkungan sekitarnya. Sama halnya dengan *mobile banking* saat nasabah tersebut berada pada lingkungan yang menggunakan itu dalam melakukan tindakan perbankannya maka kemungkinan besar minat nasabah tersebut tinggi untuk menggunakan layanan *mobile banking*.

Penelitian yang dilakukan oleh Dewayanti, Kusyanti dan Herlambang (2018) menunjukkan bahwa *Performance Expectancy* (PE), *Effort Expectancy* (EE) dan *Social Influence* (SI) mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan layanan BRImo. Dalam penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa PE menjadi prediktor terkuat yang menentukan minat personal dalam menggunakan layanan tersebut dibandingkan dengan prediktor-prediktor lainnya. Hasil yang sama ditemukan dalam penelitian Premi dan Widyaningrum (2020) bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha dan pengaruh sosial mempengaruhi signifikan terhadap Minat Pemanfaatan. Dari penelitian terdahulu tersebut maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H4 : Harapan kinerja, harapan usaha dan pengaruh sosial berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan layanan mobile banking

## METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian dengan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016:8) metode penelitian kuantitatif dapat dimaknai sebagai metode penelitian yang berprinsipkan pada filsafat positivisme, yang biasanya digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan datanya menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan

### Sumber Data

Sumber data yang didapat dari penelitian ini adalah sumber primer. Menurut Sugiyono (2016:137) sumber primer merupakan sumber yang memberikan secara langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer dalam penelitian ini yaitu informasi yang dikumpulkan peneliti berdasarkan tanggapan kuesioner yang diajukan kepada responden.

## Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket). Menurut Sugiyono (2016:142) kuesioner merupakan cara pengumpulan data yang dikerjakan dengan cara mengajukan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pernyataan yang terkait dengan variabel dirumuskan dalam kuesioner berdasarkan indikator yang telah disusun. Kuesioner dipergunakan untuk menilai harapan kinerja ( $X_1$ ), harapan usaha ( $X_2$ ), pengaruh sosial ( $X_3$ ) dan minat menggunakan layanan mobile banking ( $Y$ ). Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner tertutup, dimana pertanyaan telah memiliki alternatif jawaban sehingga memudahkan responden untuk menjawabnya.

## Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2016:80) populasi adalah area generalisasi yang mencakup obyek/subyek yang memiliki keutamaan dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk ditelaah yang kemudian bisa ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kabupaten Subang.

Menurut Sugiyono (2016:81) sampel adalah bagian dari seluruh dan karakteristik yang dimiliki oleh anggota tersebut. Bila populasi banyak, dan peneliti tidak memungkinkan untuk meninjau semua yang ada pada populasi itu, misal karena keterbatasan waktu dan tenaga, maka peneliti boleh menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk sampel yang dipakai dalam penelitian ini yaitu pengguna mobile banking di Kabupaten Subang, adapun cara penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini mengacu pada Roscoe dalam Sugiyono (2015:131) yang menyatakan ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.

## Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini penulis menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik *sampling incidental* sebagai teknik pengambilan sampelnya, dimana menurut Sugiyono (2018), *sampling incidental* merupakan cara penetapan sampel berdasar pada kebetulan, yaitu siapapun yang dengan secara bertepatan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sebagai sampel, bila dirasa orang yang kebetulan ditemui tersebut cocok dan bisa dijadikan sebagai sumber data.

### Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2011:92) dalam Bagastia (2018), skala pengukuran merupakan kesepakatan yang dijadikan acuan pengukuran untuk menentukan panjang atau pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat pengukur tersebut bila digunakan dalam melakukan pengukuran maka hasilnya akan berupa data kuantitatif.

Skala pengukuran yang digunakan penulis untuk mengukur instrumen penelitian adalah skala likert. Menurut Sugiyono (2016:132) skala likert merupakan alat yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan menggunakan skala likert variabel yang akan diukur kemudian dijabarkan menjadi indikator variabel.

### Definisi dan Operasional Variabel

Definisi konsep dan operasional menurut Surjaweni (2015:77) dalam Bagastia (2018), adalah dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukannya analisis, uji coba instrumen, serta sumber pengukuran yang bersumber dari mana.

### Variabel Independen (X)

Menurut Sugiyono (2016:39) variabel independen atau dalam bahasa Indonesia sering diucap sebagai variabel bebas adalah merupakan variabel yang memengaruhi atau yang jadi penyebab berubahnya atau timbulnya variabel

dependen (terikat). Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independen yaitu harapan kinerja ( $X_1$ ), harapan usaha ( $X_2$ ) dan pengaruh sosial ( $X_3$ ).

### Variabel Dependen (Y)

Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat menggunakan layanan *mobile banking*. Menurut Sugiyono (2016:39) variabel dependen atau dalam bahasa Indonesia sering diucap sebagai variabel terikat ialah variabel yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Adapun tabel operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 2**  
**Definisi Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Definisi variabel	Indikator	Skala
Harapan Kinerja ( $X_1$ )	Harapan kinerja dimaknai sebagai tingkat kepercayaan seorang individu pada sejauh mana penggunaan sistem akan menolong penggunaanya untuk dapat meningkatkan kinerja dalam pekerjaannya (Venkatesh <i>et al</i> , 2003) dalam	1. Persepsi terhadap kegunaan 2. Kesesuaian pekerjaan 3. Keuntungan relatif 4. Ekspektasi-ekspektasi hasil Sumber : Jannah (2016)	Skala Likert

Variabel	Definisi variabel	Indikator	Skala
	(Khoirun nisak, 2016).		
Harapan Usaha (X <sub>2</sub> )	Venkatesh (2003) dalam Mustaqim, Kusyanti dan Aryadita (2018), mendefinisikan <i>effort expectancy</i> merupakan tingkat kemudahan yang dirasakan seorang individu terkait dengan penggunaan sistem.	1. Kemudahan penggunaan 2. Kompleksitas Sumber : Amalia, Kusyanti dan Herlambang (2018)	Skala Likert
Pengaruh Sosial (X <sub>3</sub> )	Menurut Venkatesh et al. (2003) dalam Amalia, Kusyanti dan Herlambang (2018), pengaruh sosial ( <i>Social Influence</i> ) didefinisikan sejauh mana seorang individu dapat	1. Norma subyektif 2. Faktor sosial 3. Status Sumber : Jannah (2019)	Skala Likert
	dipengaruhi oleh orang lain dalam menggunakan sistem.		
Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking (Y)	Menurut Sumadi Suryabrata (2002) dalam Bagastia (2018), definisi minat adalah suatu rasa ketertarikan pada sesuatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh.	1. Minat transaksional 2. Minat referensial 3. Minat preferensial 4. Minat eksploratif Sumber : Ferdinand dalam Ferista (2014) dan Bagastia (2018)	Skala Likert

*Sumber: Diperoleh dari berbagai referensi, 2021*

**Uji Kualitas Data**

**Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana sebuah pertanyaan pada kuesioner mampu menjawab hal yang akan diukur dalam kuesioner tersebut, dan memastikan bahwa setiap pertanyaan dalam kuesioner akan terklarifikasi pada variabel yang sudah ditetapkan. Apabila sebuah pertanyaan mampu menjawab suatu hal yang akan diukur dalam kuesioner tersebut, maka pertanyaan tersebut adalah valid. Uji validitas dilakukan pada semua pernyataan yang ada dalam tiap-tiap variabel, dengan tujuan untuk mengetahui tingkat kevalidan dan

kesahan setiap pernyataan terhadap variabel penelitian.

### Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2013:47): uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Uji realibilitas bertujuan untuk menguji sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Pengukuran uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai koefisien *cronbach's alpha* lebih besar dari pada 0,60 ( $\alpha > 0,60$ ) (Ghozali, 2012:47) dalam Jannah (2019).

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2012:160) dalam Jannah (2019) tujuan uji normalitas yaitu untuk menguji apakah dalam model regresi variabel memiliki distribusi yang normal. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik ataupun dengan melihat histogram dari residualnya.

#### Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2013:105) menyatakan bahwa uji multikolinearitas tujuannya untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel independen, jika nilai  $VIF < 10$ , maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas (Jannah, 2019).

### Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2013:139), menyatakan uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain bersifat tetap, maka disebut homokedastisitas namun jika variance dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun dasar pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas yaitu tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y (Ghozali, 2012:139) dalam Jannah (2019).

### Uji Hipotesis Data

#### Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Ghozali (2013:96) analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungannya antara variabel dependen dengan independen. Regresi linear berganda adalah regresi dimana sebuah variabel terikat (variabel Y) dihubungkan dengan dua atau lebih variabel bebas (X) (Umar, 2011:126) dalam Jannah (2019).

#### Uji Statistik t (Parsial)

Menurut Ghozali (2013:98) menjelaskan bahwa uji statistik t pada dasarnya menggambarkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas (independen) secara individual dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Uji t digunakan untuk menguji apakah hipotesis secara parsial dapat menunjukkan pengaruh tiap variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial atau individu.

### Uji Statistik F (Simultan)

Menurut Ghozali (2013:98) menjelaskan bahwa uji statistik F pada dasarnya menjelaskan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersamaan terhadap variabel terikat. Menentukan kriteria uji hipotesis dapat diukur dengan melihat probabilitas plot. Uji F dilakukan guna membuktikan apakah model regresi yang digunakan *fit*.

### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Menurut Ghozali (2013:97) menjelaskan bahwa koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai (R<sup>2</sup>) berkisar antara 0 sampai 1 (0 ≤ R<sup>2</sup> ≤ 1). Jika nilai (R<sup>2</sup>) bernilai besar mendekati 1 berarti variabel bebas dapat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk prediksi variabel dependen. Sementara itu jika (R<sup>2</sup>) bernilai kecil berarti kemampuan variabel bebasnya terbatas dalam menjelaskan variabel dependen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskriptif Data Penelitian

Keseluruhan kuesioner yang disebar adalah sebanyak 180 kuesioner, sebanyak 26 kuesioner tidak terkumpul dan sebanyak 154 kuesioner yang terkumpul dan diolah. Penyebaran kuesioner dilakukan mulai tanggal 19 Maret sampai dengan 31 maret 2021. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis sesuai dengan kebutuhan peneliti, berikut tabel rincian penyebaran kuesioner penelitian.

**Tabel 3**  
**Rincian Penyebaran kuesioner**

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1.	Total kuesioner yang disebar	180	100%
2.	Total kuesioner yang tidak terkumpul	(26)	14,4%
3.	Total kuesioner yang terkumpul	154	85,6%

Sumber: Data peneliti diolah, 2021

### Deskriptif Data Responden

Dalam penelitian ini penulis mengelompokkan responden yang merupakan pengguna layanan *mobile banking* kedalam beberapa karakteristik tertentu.

#### 1. Jenis Kelamin

Data mengenai jenis kelamin responden dikelompokkan menjadi dua yaitu laki-laki dan perempuan. Berdasarkan data yang ada dari hasil penyebaran kuesioner, penelitian ini melibatkan responden laki-laki sebanyak 28 orang atau 18,2%, dan responden perempuan sebanyak 126 orang atau 81,8%. Berikut rincian data jenis kelamin responden yang dijelaskan pada tabel 4.

**Tabel 4**  
**Jenis Kelamin Responden**

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki-laki	28	18,2%
2.	Perempuan	126	81,8%
<b>Jumlah</b>		<b>154</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data peneliti diolah, 2021

#### 2. Usia Responden

Data mengenai usia responden dikelompokkan menjadi empat yaitu responden dengan rentang usia 17 – 25 tahun, 26 – 35 tahun, 36 – 45 tahun dan >45 tahun. Berdasarkan data hasil penyebaran kuesioner, sebanyak 145 orang atau 94,2% berusia 17 – 25 tahun, sebanyak 6 orang atau 3,9% berusia 26 – 35 tahun, untuk rentang usia 36 – 45 tahun tidak ikut terlibat dalam penelitian ini dan hanya sebanyak 3 orang atau 1,9% dengan usia >45 tahun. Berikut rincian data usia responden yang dijelaskan pada tabel 5.

**Tabel 5**  
**Usia Responden**

No.	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1.	17 – 25 tahun	145	94.2%
2.	26 – 35 tahun	6	3.9%
3.	36 – 45 tahun	0	0%
4.	> 45 tahun	3	1.9%
<b>Jumlah</b>		<b>154</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data peneliti diolah, 2021

### 3. Pekerjaan

Data mengenai pekerjaan responden dikelompokkan menjadi 5 yaitu responden dengan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa, karyawan, wiraswasta, PNS serta lainnya. Data hasil penyebaran kuesioner menunjukkan sebanyak 103 orang atau 66,9% responden dengan status pelajar/mahasiswa, sebanyak 22 orang atau 14,3%, responden bekerja sebagai karyawan, sebanyak 8 orang atau 5,2% responden bekerja sebagai wiraswasta, sebanyak 2 orang atau 1,3% responden bekerja sebagai PNS dan responden dengan pekerjaan lainnya sebanyak 19 orang atau 12,3%. Berikut rincian data pekerjaan responden yang dijelaskan pada tabel 6.

**Tabel 6**  
**Pekerjaan Responden**

No.	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1.	Pelajar/Mahasiswa	103	66.9%
2.	Karyawan	22	14,3%
3.	Wiraswasta	8	5,2%
4.	PNS	2	1.3%
5.	Lainnya...	19	12,3%
<b>Jumlah</b>		<b>154</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data peneliti diolah, 2021

### Deskripsi Variabel Harapan Kinerja

**Tabel 7**  
**Penilaian Variabel Harapan Kinerja**

No	Indikator	No Pernyataan	Mean	Kriteria
1.	Persepsi terhadap kegunaan	1	4.50	Sangat Setuju
2.	Kesesuaian pekerjaan	2	4.50	Sangat Setuju
3.	Keuntungan relative	3	4.64	Sangat Setuju
4.	Ekspektasi-ekspektasi hasil	4	4.38	Sangat Setuju
<b>Rata-rata Penilaian</b>			4.51	Sangat Setuju

Sumber: Data peneliti diolah, 2021

Berdasarkan tabel 7, rata-rata penilaian responden terhadap variabel harapan kinerja adalah sebesar 4.51 yang menunjukkan bahwa rata-rata responden

sangat setuju dengan pernyataan dalam variabel harapan kinerja.

### Deskripsi Variabel Harapan Usaha

**Tabel 8**  
**Penilaian Variabel Harapan Usaha**

No	Indikator	No Pernyataan	Mean	Kriteria
1.	Kemudahan penggunaan	7	4.17	Setuju
2.	Kompleksitas	5	4.42	Sangat Setuju
		6	4.59	Sangat Setuju
<b>Rata-rata Penilaian</b>			4.39	Sangat Setuju

Sumber: Data peneliti diolah, 2021

Berdasarkan tabel 8, rata-rata penilaian responden terhadap variabel harapan usaha adalah sebesar 4.39 yang menunjukkan bahwa rata-rata responden sangat setuju dengan pernyataan dalam variabel harapan usaha.

### Deskripsi Variabel Pengaruh Sosial

**Tabel 9**  
**Penilaian Variabel Pengaruh Sosial**

No	Indikator	No Pernyataan	Mean	Kriteria
1.	Norma Subyektif	8	3.51	Setuju
2.	Faktor Sosial	9	3.69	Setuju
3.	Status	10	3.41	Setuju
<b>Rata-rata Penilaian</b>			3.54	Setuju

Sumber: Data peneliti diolah, 2021

Berdasarkan tabel 9, rata-rata penilaian responden terhadap variabel pengaruh sosial adalah sebesar 3.54 yang menunjukkan bahwa rata-rata responden setuju dengan pernyataan dalam variabel pengaruh sosial.

### Deskripsi Variabel Minat Menggunakan

**Tabel 10**  
**Penilaian Variabel Minat menggunakan**

No	Indikator	No Pernyataan	Mean	Kriteria
1.	Minat transaksional	11	4.34	Sangat Setuju
2.	Minat referensial	12	3.95	Setuju
3.	Minat preferensial	13	4.01	Setuju
4.	Minat eksploratif	14	4.25	Sangat Setuju
<b>Rata-rata Penilaian</b>			4.14	Setuju

Sumber: Data peneliti diolah, 2021

Berdasarkan tabel 10, rata-rata penilaian responden terhadap variabel minat menggunakan adalah sebesar 4.14 yang menunjukkan bahwa rata-rata responden setuju dengan pernyataan dalam variabel minat menggunakan.

## Hasil Uji Instrumen Penelitian

### Uji Validitas

Hasil uji validitas untuk kuesioner yang berjumlah 154 ditentukan dengan  $df = 154 - 2 = 152$  pada tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5% atau 0.05 diperoleh nilai  $r_{tabel} = 0.1582$ . Maka instrumen dikatakan valid apabila memiliki nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ . Berikut rincian dari masing-masing variabel:

#### 1. Harapan Kinerja

Uji validitas untuk variabel harapan kinerja ( $X_1$ ) terdiri dari 4 butir pernyataan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua pernyataan valid, maka item-item tersebut dapat digunakan dalam model regresi. Berikut rincian hasil pengujian variabel  $X_1$ :

**Tabel 11**  
**Hasil Uji Validitas Harapan Kinerja**

No Butir Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	r tabel	Hasil
X1.1	0.833	0.1582	Valid
X1.2	0.769	0.1582	Valid
X1.3	0.832	0.1582	Valid
X1.4	0.742	0.1582	Valid

Sumber: Data peneliti diolah, 2021

#### 2. Harapan Usaha

Uji validitas untuk variabel harapan usaha ( $X_2$ ) terdiri dari 3 butir pernyataan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua pernyataan valid, maka item-item tersebut dapat digunakan dalam model regresi. Berikut rincian hasil pengujian variabel  $X_2$ :

**Tabel 12**  
**Hasil Uji Validitas Harapan Usaha**

No Butir Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	r tabel	Hasil
X2.1	0.562	0.1582	Valid
X2.2	0.720	0.1582	Valid
X2.3	0.585	0.1582	Valid

Sumber: Data peneliti diolah, 2021

#### 3. Pengaruh Sosial

Uji validitas untuk variabel pengaruh sosial ( $X_3$ ) terdiri dari 3 butir pernyataan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua pernyataan valid, maka item-item tersebut dapat digunakan dalam model

regresi. Berikut rincian hasil pengujian variabel  $X_3$ :

**Tabel 13**  
**Hasil Uji Validitas Pengaruh Sosial**

No Butir Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	r tabel	Hasil
X3.1	0.665	0.1582	Valid
X3.2	0.672	0.1582	Valid
X3.3	0.515	0.1582	Valid

Sumber: Data peneliti diolah, 2021

#### 4. Minat Menggunakan

Uji validitas untuk variabel minat menggunakan (Y) terdiri dari 4 butir pernyataan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua pernyataan valid, maka item-item tersebut dapat digunakan dalam model regresi. Berikut rincian hasil pengujian variabel Y:

**Tabel 14**  
**Hasil Uji Validitas Minat Menggunakan**

No Butir Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	r tabel	Hasil
Y1.1	0.558	0.1582	Valid
Y1.2	0.664	0.1582	Valid
Y1.3	0.678	0.1582	Valid
Y1.4	0.667	0.1582	Valid

Sumber: Data peneliti diolah, 2021

#### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat diukur dari nilai *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ ), dimana data dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ ) > 0,60. Hasil dari pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel dikatakan reliabel, dibawah ini merupakan hasil uji reliabilitas dari tiap-tiap variabel sebagai berikut:

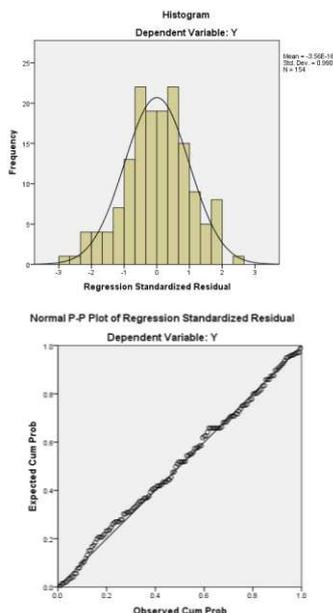
**Tabel 15**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Ketentuan	Hasil
Harapan Kinerja	0.908	0.60	Reliabel
Harapan Usaha	0.772	0.60	Reliabel
Pengaruh Sosial	0.775	0.60	Reliabel
Minat Menggunakan	0.817	0.60	Reliabel

Sumber: Data peneliti diolah, 2021

#### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas



**Gambar 3**  
**Hasil Uji Normalitas**

Sumber: Data peneliti diolah, 2021

Data berdistribusi normal dilihat dari kurva pada grafik diatas membentuk sebuah lonceng yang seimbang antara sisi sebelah kanan dan kirinya kemudian dari penyebaran titik diantara garis diagonal menunjukkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas karena disekitar garis diagonal terdapat data yang menyebar. Selain itu untuk menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dapat juga dilihat dari hasil uji statistik dengan teknik *Kolmogrov-Smirnov* dibawah ini:

**Tabel 16**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		154
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.80989324
Most Extreme Differences	Absolute	.043
	Positive	.025
	Negative	-.043
Test Statistic		.043
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Sumber: Data peneliti diolah, 2021

Berdasarkan hasil statistik diatas menunjukkan bahwa nilai *Test Statistic Kolmogrov-Smirnov* adalah 0.043 dan tingkat signifikan 0.200, hal tersebut

menunjukkan bahwa data tersebut berdistribusi normal karena nilai tersebut lebih dari signifikansi 0.05 (>0.05).

**Uji Multikolinearitas**

Dibawah ini adalah hasil uji multikolinearitas berdasarkan uji statistik ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 17**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	Collinearity Statistics		Hasil
	Tolerance	VIF	
X1	0.535	1.868	Tidak Terjadi Multikolinearitas
X2	0.543	1.843	Tidak Terjadi Multikolinearitas
X3	0.935	1.070	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber: Data peneliti diolah, 2021

Berdasarkan data diatas, nilai *tolerance* dari semua variabel mendekati angka 1 dan nilai VIF dari semua variabel ada di sekitar angka 1 kurang dari 10 (<10). Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel tidak terjadi multikolinearitas.

**Uji Heteroskedastisitas**

Peneliti menggunakan metode *spearman's rho* atau disebut dengan *rank spearman* untuk menguji dan mengatasi gejala heteroskedastisitas. *Spearman's rho* menjadi salah satu cara untuk mendeteksi gejala heteroskedastisitas yang dilakukan dengan cara mengkorelasikan variabel independen dengan nilai residualnya. Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas dengan metode *spearman's rho* ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 18**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	Unstandardized residual sig. (2-tailed) spearman's rho	Hasil
X1	0.542	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
X2	0.805	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
X3	0.483	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Data peneliti diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa semua variabel tidak terjadi gejala heteroskedastisitas atau bebas dari heteroskedastisitas karena dilihat dari nilai sig. (2-tailed) semua

variabel memiliki nilai diatas 0.05 (sig.>0.05).

### Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Di bawah ini merupakan uji statistik hasil regresi berganda yang digunakan untuk membuktikan ada tidaknya pengaruh dari variabel harapan kinerja ( $X_1$ ), harapan usaha ( $X_2$ ) dan pengaruh sosial ( $X_3$ ) terhadap minat menggunakan ( $Y$ ).

**Tabel 19**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Variabel	Unstandardized Coefficients		T	Sig.
	B			
1	Konstanta	2.560	2.116	0.036
	X1	0.228	2.908	0.004
	X2	0.503	4.456	0.000
	X3	0.305	5.543	0.000

Sumber: Data peneliti diolah, 2021

Berdasarkan dari tabel hasil analisis regresi berganda diatas diperoleh koefisien untuk variabel bebas adalah  $X_1 = 0.228$ ,  $X_2 = 0.503$  dan  $X_3 = 0.305$  dengan konstanta sebesar 2.560. Dengan demikian, dapat dihasilkan persamaan regresi berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 2.560 + 0.228 X_1 + 0.503X_2 + 0.305X_3 + e$$

Persamaan regresi berganda diatas memiliki makna sebagai berikut:

1. Konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 2.560 mengartikan bahwa apabila harapan kinerja, harapan usaha dan pengaruh sosial bernilai 0, maka minat menggunakan bernilai 2.560.
2. Koefisien regresi harapan kinerja ( $X_1$ ) sebesar 0.228, mengartikan bahwa jika harapan kinerja mengalami peningkatan satu satuan, maka minat menggunakan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0.228 satuan.
3. Koefisien regresi harapan usaha ( $X_2$ ) sebesar 0.503, mengartikan bahwa jika harapan usaha mengalami peningkatan satu satuan, maka minat menggunakan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0.503 satuan.

4. Koefisien regresi pengaruh sosial ( $X_3$ ) sebesar 0.305, mengartikan bahwa jika pengaruh sosial mengalami peningkatan satu satuan, maka minat menggunakan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0.305 satuan.

### Hasil Uji Hipotesis

#### Uji Parsial (Uji t)

**Tabel 20**  
**Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Variabel	Unstandardized Coefficients		T	Sig.
	B			
1	Konstanta	2.560	2.116	0.036
	X1	0.228	2.908	0.004
	X2	0.503	4.456	0.000
	X3	0.305	5.543	0.000

Sumber: Data peneliti diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) pada masing-masing variabel, diperoleh hasil bahwa semua variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen dengan batas minimum koefisien korelasi sig (p) 0.05. berikut ini merupakan penjelasan hasil uji t dari setiap variabel:

#### a. Hipotesis Pertama ( $H_1$ )

Variabel harapan kinerja ( $X_1$ ) memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2.908 dengan tingkat signifikan sebesar 0.04 dimana nilai tersebut kurang dari 0.05 (<0.05). Selain itu dilihat dari hasil perbandingan antara  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  dengan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1.654 menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2.908 > 1.654$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima, artinya secara parsial variabel harapan kinerja berpengaruh positif terhadap variabel minat menggunakan.

#### b. Hipotesis Kedua ( $H_2$ )

Variabel harapan usaha ( $X_2$ ) memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4.456 dengan tingkat signifikan sebesar 0.00 dimana nilai tersebut kurang dari 0.05 (<0.05). Selain itu dilihat dari hasil perbandingan antara  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  dengan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1.654 menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $4.456 > 1.654$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  diterima, artinya secara parsial variabel harapan usaha

berpengaruh positif terhadap variabel minat menggunakan.

### c. Hipotesis Ketiga ( $H_3$ )

Variabel pengaruh sosial ( $X_3$ ) memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5.543 dengan tingkat signifikan sebesar 0.00 dimana nilai tersebut kurang dari 0.05 ( $<0.05$ ). Selain itu dilihat dari hasil perbandingan antara  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  dengan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1.654 menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $5.543 > 1.654$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  diterima, artinya secara parsial variabel pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap variabel minat menggunakan.

### Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) secara simultan. Dibawah ini merupakan hasil uji simultan (uji F) dari semua variabel independen terhadap variabel dependen:

**Tabel 21**  
**Hasil Uji Simultan (Uji F)**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	480.998	3	160.333	47.986	.000 <sup>a</sup>
Residual	501.184	150	3.341		
Total	982.182	153			

Sumber: Data peneliti diolah, 2021

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 21 diatas menunjukkan bahwa nilai signifikan (sig.) sebesar 0.000 dimana nilai tersebut kurang dari 0.05 ( $<0.05$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari harapan kinerja, harapan usaha dan pengaruh sosial secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu minat menggunakan.

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) menggambarkan seberapa besar variabel independen memengaruhi variabel dependen. Dibawah ini adalah hasil dari koefisien determinasi ( $R^2$ ):

**Tabel 22**

### Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.700 <sup>a</sup>	.490	.480	1.828

Sumber: Data peneliti diolah, 2021

Berdasarkan tabel 22 diatas menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.480 yang menjelaskan bahwa variabel independen memengaruhi variabel dependen sebesar 48%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 52% ( $100\% - 48\% = 52\%$ ) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian.

### Pembahasan Hasil Penelitian

#### Pengaruh Harapan Kinerja terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking*

Berdasarkan hasil uji statistik yang telah dilakukan menunjukkan bahwa adanya pengaruh dari variabel harapan kinerja terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking*. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil statistik uji regresi berganda yang ditunjukkan dengan  $X_1$  dimana nilai  $t$  hitung sebesar 2.908 dengan nilai signifikansi sebesar 0.004, nilai tersebut lebih kecil dari 0.05 (sig.  $<0.05$ ) dan koefisien regresi memiliki tanda positif (+). Maka hipotesis pertama ( $H_1$ ) dalam penelitian ini diterima yang dimana dalam penelitian ini menyatakan bahwa variabel harapan kinerja berpengaruh secara positif terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking*.

Adanya pengaruh antara harapan kinerja terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* menandakan adanya hubungan diantara faktor tersebut. Harapan kinerja diartikan sejauh mana individu merasa percaya bahwa dengan menggunakan sistem akan membantu dalam meningkatkan pekerjaannya, meningkatkan disini diartikan dapat mempercepat dalam menyelesaikan pekerjaan. Ketika *mobile banking* dapat membantu penggunaanya untuk menyelesaikan pekerjaan dengan cepat dalam hal transaksi perbankan

maka semakin tinggi minat individu dalam menggunakan layanan tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pertiwi dan Ariyanto (2017) yang menyatakan bahwa harapan kinerja berpengaruh positif pada minat penggunaan *mobile banking*. Hasil penelitian Khairani dan Giri (2020) juga menyatakan bahwa harapan kinerja (*Performance Expectancy*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berperilaku (*Behavioral Intention*) hasil tersebut menjelaskan bahwa manfaat dari harapan kinerja dalam menggunakan layanan *mobile banking* akan mempengaruhi niat responden dalam berperilaku untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi harapan kinerja maka semakin tinggi juga minat dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

### **Pengaruh Harapan Usaha terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking***

Berdasarkan hasil uji statistik yang telah dilakukan menunjukkan bahwa adanya pengaruh dari variabel harapan usaha terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking*. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil statistik uji regresi berganda yang ditunjukkan dengan  $X_2$  dimana nilai  $t$  hitung sebesar 4.456 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000, nilai tersebut lebih kecil dari 0.05 (sig. <0.05) dan koefisien regresi memiliki tanda positif (+). Maka hipotesis pertama ( $H_2$ ) dalam penelitian ini diterima yang dimana dalam penelitian ini menyatakan bahwa variabel harapan usaha berpengaruh secara positif terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking*.

Adanya pengaruh antara harapan usaha terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* menandakan adanya hubungan diantara faktor tersebut. Harapan usaha merupakan tingkat kemudahan terkait dengan penggunaan sistem yang akan dapat mengurangi upaya (tenaga dan waktu) individu dalam melakukan pekerjaannya

(Khoirunnisak, 2016). Kemudahan menjadi faktor pertimbangan utama karena pengguna cenderung memilih menggunakan sistem yang memudahkan dalam pengoperasiannya. Sama halnya dengan *mobile banking* pengguna fokus kepada kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi perbankan seluler ini, karena aplikasi tersebut bersifat *user friendly* sehingga nasabah bisa melakukan transaksi perbankan secara mandiri dengan mudah dan tidak perlu datang ke bank untuk menggunakan layanan perbankan seperti untuk memperoleh layanan informasi ataupun layanan transaksi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dewayanti, Kusyanti dan Herlambang, Jannah (2016), Premi dan Widyaningrum (2020) yang menyatakan bahwa harapan usaha berpengaruh positif terhadap minat menggunakan suatu sistem. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi harapan usaha maka semakin tinggi juga minat dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

### **Pengaruh Pengaruh Sosial terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking***

Berdasarkan hasil uji statistik yang telah dilakukan menunjukkan bahwa adanya pengaruh dari variabel pengaruh sosial terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking*. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil statistik uji regresi berganda yang ditunjukkan dengan  $X_3$  dimana nilai  $t$  hitung sebesar 5.543 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000, nilai tersebut lebih kecil dari 0.05 (sig. <0.05) dan koefisien regresi memiliki tanda positif (+). Maka hipotesis pertama ( $H_3$ ) dalam penelitian ini diterima yang dimana dalam penelitian ini menyatakan bahwa variabel pengaruh sosial berpengaruh secara positif terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking*.

Adanya pengaruh antara pengaruh sosial terhadap minat menggunakan *mobile banking* menandakan adanya hubungan diantara faktor tersebut. Pengaruh sosial dijelaskan sebagai

tingkat dimana seorang individu menganggap bahwa orang lain memiliki pengaruh dalam meyakinkannya untuk menggunakan sebuah sistem. Pengaruh sosial ini berkaitan dengan pihak-pihak di lingkungan sekitar seperti keluarga, sahabat, kerabat, tetangga serta pengalaman dari orang lain yang sudah menggunakan layanan tersebut yang memberikan dorongan dalam menggunakan suatu sistem atau sebuah aplikasi. Ketika seorang individu mudah dipengaruhi oleh orang lain dalam menggunakan suatu sistem maka semakin signifikan memengaruhi minat dalam menggunakan sistem tersebut. Pengaruh sosial berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Herlambang dan Dewayanti (2018) yang menyatakan bahwa *Social Influence* dapat memengaruhi minat seseorang untuk menggunakan layanan *mobile banking* BRI. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi pengaruh sosial maka semakin tinggi juga minat dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

### **Pengaruh Harapan Kinerja, Harapan Usaha dan Pengaruh Sosial terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking***

Berdasarkan hasil uji statistik yang telah dilakukan menunjukkan bahwa adanya pengaruh dari variabel harapan kinerja, harapan usaha dan pengaruh sosial berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking*. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil statistik uji regresi yang menunjukkan bahwa nilai signifikan (sig.) F sebesar 0.000 dimana nilai tersebut kurang dari 0.05 (sig. <0.05) yang berarti ketiga variabel independen tersebut secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Kemudian berdasarkan nilai *Adjusted R Square* ( $R^2$ ) sebesar 0.480 yang menunjukkan bahwa ketiga variabel independen memengaruhi variabel dependen hanya sebesar 48%, dan sisanya yaitu sebesar 52% bisa dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Dari

hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis keempat ( $H_4$ ) dalam penelitian ini diterima yang menyatakan bahwa harapan kinerja, harapan usaha dan pengaruh sosial berpengaruh simultan terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking*.

## **KESIMPULAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui tahap pengumpulan data, pengolahan data dan analisis data serta pembahasan dari setiap variabel yang telah dibahas dibab sebelumnya dalam penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Harapan kinerja berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking*, maka hipotesis awal diterima. Dari hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa masyarakat memiliki harapan kinerja yang tinggi terhadap *mobile banking* sehingga dapat mempengaruhi minat dalam menggunakan layanan *mobile banking*.
2. Harapan usaha berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking*, maka hipotesis awal diterima. Dari hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa masyarakat memiliki harapan usaha yang tinggi terhadap *mobile banking* sehingga dapat mempengaruhi minat dalam menggunakan layanan *mobile banking*.
3. Pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking*, maka hipotesis awal diterima. Dari hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pengaruh sosial di masyarakat yang tinggi dapat mempengaruhi minat dalam menggunakan layanan *mobile banking*.
4. Harapan kinerja, harapan usaha dan pengaruh sosial berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking*.

*banking*, maka hipotesis awal diterima. Dari hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa minat dalam menggunakan layanan *mobile banking* dapat dipengaruhi oleh harapan kinerja, harapan usaha dan pengaruh sosial pada masyarakat.

### Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, ada beberapa saran untuk masukan kedepannya diantaranya sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya dapat memperluas ruang lingkup tak hanya pengguna layanan *mobile banking* di Kabupaten Subang dan juga dapat memperluas lingkup objek penelitian atau menggunakan objek lain untuk diteliti.
2. Untuk penelitian selanjutnya juga dapat meneliti model UTAUT secara keseluruhan serta menambahkan variabel independennya karena pada penelitian ini tidak meneliti model UTAUT secara keseluruhan hanya meneliti *behavioral intention* dan tidak meneliti *use behavior* serta penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel independen dari UTAUT yang digunakan untuk menganalisis minat menggunakan *mobile banking*.
3. Untuk perbankan, adanya pengembangan atau penambahan fitur-fitur pada layanan *mobile banking* serta melakukan perbaikan agar layanan tersebut menjadi lebih baik sangat disarankan supaya dapat menarik minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

### KETERBATASAN

Dalam melakukan sebuah penelitian tidak bisa dipungkiri dari adanya keterbatasan, adapun keterbatasan dalam penelitian ini yaitu teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner dalam bentuk *google form* yang disebar secara online, dikarenakan pandemi COVID-19 sehingga peneliti tidak bisa menyebarkan kuesioner secara langsung.

Hal tersebut menyebabkan beberapa responden tidak menanggapi oleh karena itu jumlah responden dalam penelitian ini hanya sedikit.

### REFERENCES

- Amalia, S., Kusyanti, A., & Herlambang, A. D. 2018. "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan *Internet Banking* Dengan Menggunakan UTAUT (*Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology*) (Studi Pada Pengguna *Internet Banking* BRI)". *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*. E-ISSN : 2548-964X.
- Anggraeni, T. 2016. "Pengaruh Sosial, Kredibilitas Bank, Dan Harapan Kinerja Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* Bank Cimb Niaga Di Surabaya". *Doctoral dissertation, STIE Perbanas Surabaya*.
- Atmojo, D. P. T. 2016. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Sistem Informasi Dan Penggunaan Sistem Informasi (Studi Empiris Pada Pemerintahan Daerah Kabupaten Banyuwangi)". *Skripsi. FEB, Akuntansi, Universitas Jember, Jember*.
- Bagastia, M. I. 2018. "Pengaruh Kemudahan, Kenyamanan, dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BRI Syariah Semarang)". *Doctoral dissertation, IAIN Salatiga*.
- Bareksa.com. 2019. "Pengguna Internet Dan Digital Banking Melonjak Karena Faktor Ini". <https://www.bareksa.com/berita/id/text/2019/02/26/pengguna-internet-dan-digital-banking->

- [melonjak-karena-faktor-ini/21705/news](#). Diakses pada 09 november 2020 pukul 13.00.
- Dailysocial.id. 2015. “MEF Penggunaan *Mobile Banking* Capai 80% di Indonesia Isu Kepercayaan Menjadi Masalah Terbesar”. <https://dailysocial.id/post/mef-penggunaan-mobile-banking-capai-80-di-indonesia-isu-kepercayaan-menjadi-masalah-terbesar>. Diakses pada 08 november 2020 pukul 21.28.
- Dewayanti, A., Kusyanti, A., & Herlambang, A. D. 2018. “Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Dengan Menggunakan UTAUT (*Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology*) (Studi Pada Pengguna *Mobile Banking* BRI KCP Universitas Brawijaya)”. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*. E-ISSN : 2548-964X.
- Dzulhaida, R., & Giri, R. R. W. 2018. “Analisis Minat Masyarakat Terhadap Penggunaan Layanan *E-Money* Di Indonesia Dengan Menggunakan Model Modifikasi *Unified Theory Of Acceptance And Use Technology 2* (Utaut 2). *Majalah Ilmiah UNIKOM*, 15.
- Fitriani, R. D. 2016. “Analisis Minat Perilaku Penggunaan Layanan *Mobile Banking* Menggunakan Integrasi Task Technology Fit (TTF) dan *Unified Theory Of Acceptance and Use Of Technology* (UTAUT)”. *Doctoral dissertation*, Universitas Airlangga.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, M. S., Suryanto, T. L. M., & Faroqi, A. 2019. “Analisis Faktor Pengaruh Penerimaan Internet Banking Pada Nasabah Bank Di Surabaya”. *Jurnal Sistem Informasi Dan Bisnis Cerdas (SIBC)*. Vol 12(1).
- Hadi, S., & Novi, N. 2015. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan *Mobile Banking*”. *Optimum : Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 5(1), 55-65.
- Herlambang, A. D., & Dewanti, A. 2018. “Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking*”. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 12(1), 48-55.
- Huda, M. Q. 2018. “Evaluasi Penggunaan Pada Produk Uang Elektronik *E-Money* Bank Mandiri Menggunakan Model UTAUT 2 (Studi Kasus: Kecamatan Ciputat)”. *Bachelor's thesis*, Fakultas Sains dan Teknologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Jamidan, S. 2016. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa UII Menggunakan *Internet Banking*”. *Skripsi*. FE, Ilmu Ekonomi, UII, Yogyakarta.
- Jannah, R. 2019. “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah dalam Menggunakan Layanan *Digital Banking* dengan Menggunakan Model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT) Pada PT Bank Mandiri Syariah Cabang Banda Aceh”. *Doctoral dissertation*, UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- Khadijah, K., & Putri, I. S. 2019. “Analisis Penerapan Model Utaut Terhadap Minat Perilaku Pemanfaatan Dan Penggunaan *Internet*”.

- Banking*". ProBank : Jurnal Ekonomi dan Perbankan, 4(2), 230-232.
- Khairani, G. A., & Giri, R. R. W. 2020. "Analisis Adopsi Penggunaan *Mobile Banking* Menggunakan Model Utaut Modifikasi Dengan Budaya Sebagai Moderator Di Kalimantan Timur". Jurnal Mitra Manajemen, 4(7), 1025-1035.
- Khoirunnisak, W. 2016. "Implementasi Model Penerimaan *Unified Theory Of Acceptance And User Of Technology* (Utaut) Untuk Menganalisis Faktor-Faktor Penerimaan Dosen Terhadap Penggunaan *E-Learning Share-lts*". Doctoral dissertation, Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- Kontan.co.id. 2019. "Transaksi Mobile Banking Perbankan Makin Ramai". <https://keuangan.kontan.co.id/news/transaksi-mobile-banking-perbankan-makin-ramai?page=all>. Diakses pada 08 november 2020 pukul 20.00.
- Mahendra, A. R., & Affandy, D. P. 2012. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Sistem Informasi Pengelola Keuangan Daerah (SIPKD) (Studi Kasus pada Pemerintah Kota Blitar)". Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, 1(2).
- Marlina, A., & Bimo, W. A. 2018. "Digitalisasasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank". Inovator, 7(1), 14-34.
- Mustaqim, R. N., Kusyanti, A., & Aryadita, H. 2018. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Penggunaan *E-Commerce XYZ* Menggunakan Model UTAUT (*Unified Theory Acceptance and Use Of Technology*). Jurnal pengembangan teknologi informasi dan ilmu komputer, 2(7), 2584-2593.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2015. *Bijak Ber-eBanking*. Jakarta : OJK.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2016. *Panduan Penyelenggaraan Digital Branch oleh Bank Umum*. Jakarta : OJK.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2018. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12 /Pojk.03/2018 tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum.
- Pertiwi, N. W. D. M. Y., & Ariyanto, D. 2017. "Penerapan Model UTAUT 2 Untuk Menjelaskan Minat Dan Perilaku Penggunaan *Mobile Banking* Di Kota Denpasar". E-Jurnal Akuntansi, 18(2), 1369-1397.
- Premi, W. B., & Widyaningrum, P. W. 2020. "Analisis Penerimaan Teknologi *Mobile Banking* Terhadap *Use Behavior* Melalui Pendekatan Model Utaut 2 (Studi Pada Nasabah KCU BCA Malang)". CAPITAL : Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 3(2), 139-159.
- Putra, D. 2017. "Empat Tahun Pengguna e-Banking Meningkat 270%". <https://infobanknews.com/topnews/empat-tahun-pengguna-e-banking-meningkat-270/2/>. Diakses pada 15 Oktober 2020 pukul 11.27.
- Quiserto, R. 2019. "Aplikasi Mobile Banking Terbaik". <https://duwitmu.com/tabungan/aplikasi-mobile-banking-terbaik-2018/amp/>. Diakses pada 08 november 2020 pukul 16.00.
- Raharjo, S. 2017. "Uji Heteroskedastisitas dengan Rank Spearman dalam SPSS". <https://www.konsistensi.com/2017/01/uji-heteroskedastisitas-dengan->

- [rank.html](#). Diakses pada 04 Juni 2021 Pukul 12.55.
- Sedana, I. G. N. 2009. "Penerapan Model UTAUT Untuk Memahami Penerimaan Dan Penggunaan *Learning Management System* (Studi Kasus: Experiential e-learning of Sanata Dharma University)". *Jurnal Sistem Informasi*, 5(2), 114-120.
- Siregar, Syofian. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta : Prenada media Group
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Wahyuningsih, A. 2019. "Tingkat Penggunaan Layanan Elektronik Banking Pada Bank Swasta yang Dimediasi Oleh Minat Menggunakan". NCAB.