

**PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN PERSEPSIRISIKO
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN M-BANKING PADA NASABAH
BANK BTN KC BINTARO JAYA**

Hendri Jopanda¹, Agus Fauzi²
Universitas Satya Negara Indonesia¹, Universitas Mercu Buana²
hjopanda@yahoo.com¹, agus.fauzi@mercubuana.ac.id²

Received:
1 Agustus 2023

Accepted:
2 Agustus 2023

Published:
21 Agustus 2023

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, persepsi kemudahan dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan m-banking pada nasabah Bank BTN KCBintaro Jaya. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BTN KCBintaro Jaya dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan dengan menggunakan Uji F menunjukkan bahwa secara simultan variabel kepercayaan, persepsi kemudahan dan persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja. Sedangkan hasil uji hipotesis dengan menggunakan Uji t menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, persepsi kemudahan dan persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan m-banking. Besarnya persentase sumbangan pengaruh variabel kepercayaan, persepsi kemudahan dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan m-banking pada nasabah Bank BTN KC Bintaro Jaya adalah sebesar 98,10% dan sisanya 10,90% dipengaruhi variabel yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Keywords: kepercayaan, kemudahan, menggunakan, minat, risiko

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of trust, perceived convenience and perceived risk on the intention to use m-banking among customers of Bank BTN KC Bintaro Jaya. The sample used in this research is the customers of Bank BTN KC Bintaro Jaya with a total sample of 100 respondents. Based on the results of hypothesis testing carried out using the F test, it shows that simultaneously the variables of trust, perceived convenience and perceived risk have a positive and significant effect on job satisfaction. While the results of hypothesis testing using the t test show that the variables of trust, perceived convenience and perceived risk are positive and significant towards interest in using m-banking. The magnitude of the proportion of contributions to the influence of the variable trust, perceived convenience and perceived risk on the interest in using m-banking for customers of Bank BTN KC Bintaro Jaya is 98.10% and the remaining 10.90% is in the influence variable which is not used in this study.

Keywords: trust, convenience, use, interest, risk

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di era digitalisasi modern saat ini berkembang sangat pesat. Begitu pula di perusahaan perbankan yang berusaha untuk dapat memberikan kemudahan pelayanan dan transaksi dengan memanfaatkan teknologi di era saat ini untuk menarik minat nasabah. Satu dari wujud pemanfaatan teknologi yang dilakukan oleh bank ialah layanan M-Banking. Melalui M-Banking masyarakat dapat mengakses berbagai bentuk layanan yang diberikan oleh bank diberbagai tempat. Meskipun demikian, minat penggunaan M-Banking masih dipengaruhi oleh kepercayaan, kemudahan dalam bertransaksi, serta persepsi risiko terhadap aplikasi M-Banking. Namun sayangnya, kemudahan yang ditawarkan untuk melakukan transaksi keuangan dalam penggunaan M-Banking ini masih tertinggal dengan produk layanan transaksi keuangan lainnya. Suatu hasil survey yang dilakukan oleh Kata Data *Insight Center* (2021) menyatakan bahwa M-Banking bukanlah produk layanan transaksi keuangan yang menjadi pilihan utama konsumen atau customer, melainkan terdapat banyak produk transaksi keuangan lainnya di Indonesia yang menjadi pilihan konsumen atau customer. Berikut grafik hasil survey kata data insight center tahun 2021.



Gambar 1. Grafik Layanan Digital Banking

Sumber : www.katadata.co.id

Dari grafik diatas dapat diketahui bahwa produk layanan dompet digital menempati peringkat pertama dengan 67,8% pengguna, peringkat kedua ATM Bank dengan 51,1% pengguna, peringkat ketiga rekening digital dengan 38,1 pengguna, peringkat keempat Mobile banking dengan 32,7% pengguna, peringkat kelima rekening digital dengan 24,3% pengguna. Penggunaan *M-Banking* yang berada pada peringkat keempat ini, telah membuktikan bahwa *M-Banking* kurang memiliki daya tarik yang dapat menarik minat konsumen atau customer untuk menggunakan layanan ini.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko secara simultan terhadap minat menggunakan *M-Banking* pada nasabah Bank BTN KC Bintaro Jaya?
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan secara parsial terhadap minat menggunakan *M-Banking* pada nasabah Bank BTN KC Bintaro Jaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan secara parsial terhadap minat menggunakan *M-Banking* pada nasabah Bank BTN KC Bintaro Jaya.
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko secara parsial terhadap minat menggunakan *M-Banking* pada nasabah Bank BTN KC Bintaro Jaya.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Jeffry et al (2021:36) menjelaskan bahwa minat menggunakan m-banking merupakan adanya kehendak nasabah sebelum adanya tindakan nasabah mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, produk dan layanan yang mereka harapkan yang dapat memuaskan kebutuhan mereka.

Menurut Firmansyah, (2018:123) menjelaskan bahwa kepercayaan ada ketika satu pihak percaya pada kemitraan kerja sama yang dapat diandalkan dan terhormat. Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkannya pada orang lain. Kepercayaan memerlukan kesiapan seseorang untuk berperilaku dengan cara tertentu karena keyakinan bahwa pasangannya akan memberikan kepuasan yang diantisipasi, serta harapan bahwa kata-kata, janji, dan pernyataan dapat diandalkan.

Menurut Caroline & Hastuti, (2021:164) menjelaskan bahwa persepsi kemudahan yakni asumsi seseorang bahwa suatu teknologi tertentu akan mudah dipahami dan digunakan untuk tujuan yang dimaksudkan. Berdasarkan pengertian tersebut dapat ditegaskan bahwa persepsi kemudahan adalah penggunaan teknologi yang mudah dipahami dapat menimbulkan rasa percaya dalam diri seseorang untuk menggunakan produk tersebut.

Menurut Witami & Suartana, (2019:353) menjelaskan bahwa persepsi risiko adalah rasa ketidakpastian dan hasil yang tidak diinginkan terkait dengan penggunaan produk atau layanan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan populasi sebanyak 2.347 nasabah, dari jumlah populasi tersebut kemudian peneliti menerapkan rumus slovin untuk menentukan jumlah sampel. Sehingga di temukan 95,91 sampel dan digenapkan menjadi 100 sampel yang dipilih dari nasabah PT. Bank BTN KC Bintaro Jaya.

Skala Pengukuran

Pengukuran variabel pada penelitian ini menggunakan skala likert dengan pembobotan minimal 1 dan maksimal 5.

Uji Hipotesis

Menurut Nuryadi(2017:74) hipotesis dapat diartikan sebagai dugaan mengenai suatu hal, atau hipotesis merupakan jawaban sementara suatu masalah, atau juga hipotesis dapat diartikan sebagai kesimpulan sementara tentang hubungan suatu variabel dengan satu atau lebih variabel yang lain.

Uji Simultan (Uji F)

Menurut Wulandari(2020:18) uji F merupakan pengukuran yang memiliki tujuan untuk mengetahui variabel-variabel independen yang akan di ukur dalam model yang apakah memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

Uji Parsial (Uji t)

Menurut Muhid(2019:14) pengujian melalui uji-t akan menginformasikan penolakan atau penerimaan hipotesis yang di ajukan peneliti sekaligus menunjukkan terdapat atau tidaknya suatu pengaruh independen pada dependen secara parsial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penyebaran Kuesioner

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang disebar	100
Kuesioner Kembali	100
Kuesioner tidak kembali	0
Kuesioner yang diolah	100

Uji Validitas Instrumen

Uji validitas digunakan untuk menguji kelayakan variabel penelitian yang tertuang dalam kuisisioner. Dengan menggunakan teknik *Pearson Product-moment*, maka dasar pengambilan keputusan pada uji validitas dalam penelitian ini adalah jika r hitung $>$ r tabel, maka butir pertanyaan atau variabel valid dan sebaliknya. Pengujian ini dilakukan dengan bantuan SPSS V20 dengan metode *Pearson Product-moment* nilai DF adalah sebesar 98 (100-2) pada taraf signifikansi 5% maka diperoleh nilai r -tabel sebesar 0,165.

Uji Reliabilitas Instrumen

Hasil uji reliabilitas dari masing-masing instrumen variabel menggunakan teknik *Cronbach's Alpha* dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

No	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Posisi	r_{α}	Interprestasi
1	Kinerja Karyawan (Y)	0,959	$>$	0,70	REALIBLE
2	Lingkungan Kerja (X1)	0,889	$>$	0,70	REALIBLE
3	Gaya Kepemimpinan (X2)	0,928	$>$	0,70	REALIBLE
4	Kompensasi (X3)	0,971	$>$	0,70	REALIBLE

UJI HIPOTESIS

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi digunakan untuk memprediksikan seberapa jauh nilai variabel dependen, bila nilai variabel independen dimanipulasi/ diubah atau di naik-turunkan. Hasil persamaan regresi dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

Coefficients^a			
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	18,714	6,513	
1 Kepercayaan (X.1)	0,8	0,203	0,509
Persepsi Kemudahan (X.2)	0,097	0,484	0,053
Persepsi Risiko (X.3)	0,089	0,094	0,079

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan (Y)

Sumber : Data diolah peneliti dengan program SPSS versi 20

Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh koefisien untuk variabel bebas Variabel Kepercayaan (X.1) sebesar 0,800, Persepsi Kemudahan (X.2) sebesar 0,097, dan Persepsi Risiko (X.3) sebesar 0,089 dengan konstanta sebesar 18,714 sehingga persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$Y = 18,714 + 0,800X_1 + 0,097X_2 + 0,089 X_3$$

Dimana:

- Y = Variabel dependen Minat Menggunakan
- X1 = Variabel Independen Kepercayaan
- X2 = Variabel Independen Persepsi Kemudahan
- X3 = Variabel Independen Persepsi Risiko

Hasil persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Konstanta (nilai mutlak Y) apabila Variabel Kepercayaan (X.1), Persepsi Kemudahan (X.2) dan Persepsi Risiko (X.3) sama dengan nol maka Minat Menggunakan (Y) sebesar 18,714.
2. Koefisien regresi Variabel Persepsi Kepercayaan (X.1) sebesar 0,800, artinya apabila Persepsi Kepercayaan (X.1) meningkat sebesar satu satuan kali akan menyebabkan peningkatan Minat Menggunakan (Y) atau berpengaruh positif sebesar 0,800 bila variabel lain konstan.
3. Koefisien regresi Variabel Persepsi Kemudahan (X.2) sebesar 0,097, artinya apabila Persepsi Kemudahan (X.2) meningkat sebesar satu satuan kali akan menyebabkan peningkatan Minat Menggunakan (Y) atau berpengaruh positif sebesar 0,097 bila variabel lain konstan.
4. Koefisien regresi Variabel Persepsi Risiko (X.3) sebesar 0,089, artinya apabila Persepsi Risiko (X.3) meningkat sebesar satu satuan kali akan menyebabkan peningkatan Minat Menggunakan (Y) atau berpengaruh positif sebesar 0,002 bila variabel lain konstan.

Uji Anova (Uji F)

Uji statistik f akan membuktikan pengaruh dari keseluruhan variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji f yang dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 20.00 dengan hasil output sebagai berikut.

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1289,572	3	689,524	31,168	.000 ^b
1 Residual	3012,718	96	22,599		
Total	2123,145	99			

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan (Y)

b. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko (X.3), Kepercayaan (X.1), Persepsi Kemudahan (X.2)

Sumber : Data diolah peneliti dengan program SPSS versi 20

Berdasarkan tabel diatas nilai f-hitung sebesar 2,70, (DF1 : 3) dan (DF2 : 100-3-1 = 98) dan tingkat signifikansi 0,000. Karena tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka nilai F hitung > F tabel (31,168 > 2,70) dapat disimpulkan secara simultan Kepercayaan (X.1), persepsi kemudahan (X.2), persepsi risiko (X.3) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan (Y).

Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen lainnya konstan. Hasil uji t yang dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 20.00 dengan hasil output sebagai berikut.

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Coefficients Beta		
(Constant)	18,714	6,513		3,502	0,002
Kepercayaan (X.1)	0,8	0,203	0,509	5,659	0
1 Persepsi Kemudahan (X.2)	0,097	0,484	0,053	3,748	0,004
Persepsi Risiko (X.3)	0,089	0,094	0,079	3,443	0,001

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan (Y)

Sumber : Data diolah peneliti dengan program SPSS versi 20

Berdasarkan hasil analisis data yang menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan memiliki nilai t-tabel pada signifiansi 0,05 sebesar 1,660 (n-k=100-3=97) sedangkan t-hitung sebesar 5,659 lebih besar dari t-tabel (5,659 > 1,661), Persepsi Kemudahan (X.2) memiliki nilai t-hitung sebesar 3,748 lebih besar dari t-tabel (3,748 > 1,661), Persepsi Risiko (X.3) memiliki nilai t-

hitung sebesar 3,443 lebih besar dari t-tabel ($3,443 > 1,661$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel Kepercayaan (X.1), Persepsi Kemudahan (X.2), Persepsi Risiko (X.3) berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan (Y).

Nilai Sig variabel Kepercayaan (X.1) sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai sig 0,05 ($0,000 < 0,05$), Persepsi Kemudahan (X.2) memiliki nilai sig sebesar 0,004 kecil dari 0,05 ($0,004 < 0,05$), Persepsi Risiko (X.3) memiliki nilai sig sebesar 0,001 lebih kecil dari nilai 0,05 ($0,001 < 0,05$) membuktikan bahwa hipotesis H_0 ditolak dan H_1 diterima atau menyatakan bahwa variabel Kepercayaan (X.1), Persepsi Kemudahan (X.2), Persepsi Risiko (X.3) berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi antara Persepsi Kepercayaan (X.1), Persepsi Kemudahan (X.2), Persepsi Risiko (X.3) terhadap Minat Menggunakan (Y) dapat dilihat pada table berikut ini :

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.671 ^a	,981	,702	7,608917

a. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko (X.3), Kepercayaan (X.1), Persepsi Kemudahan (X.2)

b. Dependent Variable: Minat Menggunakan (Y)

Berdasarkan tabel di atas nilai *R Square* adalah sebesar 0,981 yang mana model variabel independent Persepsi Kepercayaan (X.1), Persepsi Kemudahan (X.2), Persepsi Risiko (X.3) terhadap Minat Menggunakan (Y) memiliki pengaruh sebesar 98,10% dan sisanya 10,90% di pengaruhi variabel

PENUTUP

Kesimpulan

1. Secara simultan kepercayaan, persepsi kemudahan dan persepsi risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan m-banking
2. Secara parsial kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan m-banking
3. Secara parsial persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan m-banking
4. Secara parsial persepsi risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan m-banking

Saran

1. Bagi Institusi

- 1) Kepercayaan
Berdasarkan hasil tanggapan responden pada variabel kepercayaan, skor yang paling rendah yakni pengetahuan terkait seluruh produk dalam menggunakan M-Banking, sehingga PT. Bank BTN perlu untuk memberikan informasi produk-produk dan layanan yang lebih lengkap pada nasabah.
- 2) Persepsi Kemudahan
Berdasarkan hasil tanggapan responden pada variabel persepsi kemudahan, skor yang paling rendah yakni nasabah mudah menanggapi pembaharuan yang terjadi pada M-Banking BTN, maka untuk meningkatkan minat menggunakan m-banking Bank BTN harus memerhatikan notifikasi pembaharuan pada fitur aplikasi m-Banking.
- 3) Persepsi Resiko
Berdasarkan hasil tanggapan responden pada variabel persepsi risiko, skor yang paling rendah adalah M-Banking BTN mudah dipahami sehingga proses belajar untuk menjadi terampil menggunakan M-Banking tidak membutuhkan waktu yang lama, sehingga Bank BTN perlu untuk memperbaharui perangkat lunak sistem ke versi yang lebih canggih dan mudah dipahami untuk memperkecil risiko penggunaan m-banking karena salah transfer.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini memiliki beberapa kelemahan dan keterbatasan sebagai berikut :

- a. Kelemahan penelitian ini, penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel yaitu Kepercayaan, persepsi kemudahan dan persepsi risiko sehingga pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat dilakukan dengan menambahkan variabel lain seperti : Pengetahuan produk dan manfaat produk.
- b. Keterbatasan waktu, biaya dan tenaga mengakibatkan penelitian ini hanya dilakukan disatu institusi saja, sehingga kurang mendapatkan gambaran yang komprehensif terkait minat menggunakan m-banking di Indonesia.

Daftar Pustaka

Buku Referensi :

- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (1st ed.). Deepublish Publisher.
- Giantari, I. G. K. (2021). *Niat Beli Online* (Riantho R. Rerung (ed.)). CV. Media Sains Indonesia.
- Ismanto, J. (2020). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). UNPAM Press.
- Jeffry, Nelwan, Yasa, N. N. K., & I Putu Gde Sukaatmadja, N. W. E. (2021). *Layanan Internet Banking dan Mobile Banking di Bank KB Bukopin*. Media Sains Indonesia
- Muhid, A. (2019). *Analisis Statistik 5 Langkah Praktis Analisis Statistik dengan SPSS for Windows*. Zifatama Jawara.
- Nuryadi. (2017). *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Penerbit si buku.
- Priansyah, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terhadap pada Era Media Sosial*. CV Pustaka Setia Bandung.
- Purwanto, E. (2020). *Technology Adoption A Conceptual Framework* (1st ed.). Yayasan Pendidikan Philadelphia.
- Sawiani, D. K. (2021). *Keputusan Pembelian Online, Kualitas, Website, Keamanan dan Kepercayaan* (D. K. Sawiani (ed.); 1st ed.). Scopindo Media Pustaka.
- Zusrony, E. (2020). *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Yayasan Prima Agus Teknik.

Jurnal :

- Caroline, C. C., & Hastuti, T. D. (2021). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan M-Banking Berdasarkan Teori TAM. *Jurnal Keunis (Keuangan Dan Bisnis)*, 9(2), 18–28.
- Permana, A. I. (2019). Pengaruh Kualitas Website, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Pelanggan Di Situs Belanja Online Bukalapak. *Ekonomi Bisnis*, 25(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.33592/jeb.v25i2.422>
- Witami, D. A. D., & Suartana, I. W. (2019). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan dan Risiko Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Sistem Blockchain. *E-Jurnal Akuntansi*, 28(2), 1356–1376.
- Wulandari, S. (2020). Karakteristik dan Kebijakan Dividen Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Akuntabilitas*, 13(1), 11–22. <https://doi.org/10.15408/akt.v13i1.13355>