

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)

Arimbi Dewayanti¹, Ari Kusyanti², Admaja Dwi Herlambang³

Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Brawijaya
Email: ¹arimbideawayanti91@gmail.com, ²ari.kusyanti@ub.ac.id, ³herlambang@ub.ac.id

Abstrak

Mobile banking BRI merupakan salah satu layanan *e-banking* yang ditawarkan oleh Bank sehingga dapat mempermudah nasabah dalam bertransaksi kapanpun dan dimanapun selama 24 jam penuh dan dapat diakses melalui *smartphone*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi minat seseorang dalam menggunakan layanan *mobile banking* BRI. Faktor-faktor tersebut dapat dipengaruhi oleh *Facilitating Conditions*, *Performance Expectancy*, *Social Influence*, *Effort Expetancy*, *Perceived Credibility*, *Perceived Financial Cost*, *Perceived Self Efficacy*. Model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Tehcnology*). Pengumpulan data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada 120 responden yang menggunakan layanan *mobile banking* BRI. Teknik pengambilan *sample* yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah *convenience sampling* dan untuk pengolahan data menggunakan statistik deskriptif untuk mengetahui persebaran dan pemusatan jawaban responden dan Uji Korelasi Kendal Tau (τ). Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa minat seseorang dalam menggunakan layanan *mobile banking* BRI dipengaruhi oleh *Perceived Financial Cost*, *Facilitating Conditions*, *Performance Expectancy*, *Perceived Self Efficacy*, *Social Influence*, *Effort Expetancy*..

Kata kunci: *mobile banking*, UTAUT, minat, penerimaan, penggunaan teknologi.

Abstract

Mobile banking is one of the *e-banking* services that provided by Bank which can facilitate all of the users to make transactions whenever and wherever for 24 hours and it can be accessed via *smartphone*. The purpose of this research is to determine the factors that influence of individual intention in using BRI's *mobile banking* services. These factors are *Facilitating Conditions*, *Performance Expectancy*, *Social Influence*, *Effort Expetancy*, *Perceived Credibility*, *Perceived Financial Cost*, *Perceived Self Efficacy*. The research model used in this research is UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Tehcnology*). The collection of data was obtained by distributing questionnaires to 120 respondents using BRI's *mobile banking* services. The sampling technique used in this research is simple random sampling and for data processing using descriptive statistics to know the distribution and concentration of respondent's answer also using Kendal Tau (τ) Correlation Test. The results of this research showed that individual intention in using BRI's *mobile banking* services influenced by *Perceived Financial Costs*, *Facilitating Conditions*, *Performance Expectations*, *Perceived Self efficacy* to *Effort Expectancy*, *Perceived Self Efficacy*, *Social Influence*, *Effort Expectancy*.

Keywords: *mobile banking*, UTAUT, intention, acceptance, use of technology.

1. PENDAHULUAN

Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah bank pemerintah pertama di Indonesia. Pada mulanya BRI didirikan di daerah Purwokerto, Jawa

Tengah bernama Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi Purwokerto. Saat ini, BRI tercatat sebagai bank dengan jumlah unit kerja terbesar di Indonesia yaitu sebanyak 10.656 unit kerja yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia dan seluruhnya terhubung secara *real time*

online dan selain itu BRI juga memiliki *e-channel* sebanyak 280.565 (Laporan *Public Expose*, 2017). Total nasabah yang dimiliki BRI saat ini mencapai 80 juta nasabah (Laporan *Public Expose*, 2017). Tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan teknologi digital saat ini begitu pesat, hal tersebut juga memicu pertumbuhan di sektor perbankan yaitu *digital banking*. *Digital banking* dinilai praktis untuk diterapkan dalam dunia perbankan. *Mobile banking* merupakan salah satu contoh dari perkembangan teknologi *digital banking* tersebut. BRI menghadirkan sebuah aplikasi yaitu *BRI Mobile* pada tahun 2010. *BRI Mobile* merupakan layanan perbankan yang mengintegrasikan beberapa *e-banking* seperti *Internet Banking*, *Mobile Banking*, *Brizzi* dan *T-Bank* serta terdapat fasilitas *Call BRI* dan Info BRI yang dapat diakses melalui *smartphone*.

Di daerah Malang, Jawa Timur jumlah pengguna internet mencapai 160.000 juta jiwa di tahun 2013. berdasarkan data pada (KOMINFO, 2017). Tidak menutup kemungkinan apabila jumlah pengguna tersebut akan terus bertambah dari tahun ke tahun. Sekarang ini, akses internet dapat dilakukan tidak hanya melalui komputer tetapi juga dapat dilakukan melalui *smartphone*. Dengan jumlah pengguna internet yang diprediksikan akan terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun hal tersebut juga dapat memengaruhi pertumbuhan pengguna layanan *mobile banking*, karena dalam menggunakan layanan tersebut diperlukan jaringan internet dan *smartphone* yang mendukung. Berdasarkan data yang didapat melalui proses wawancara, menyebutkan bahwa jumlah pengguna layanan *mobile banking BRI* pada Bank di Malang mengalami peningkatan pada bulan Januari – September akan tetapi terjadi inkonsistensi jumlah kenaikan pengguna dan juga terjadi inkonsistensi atau penurunan jumlah transaksi pengguna pada bulan Agustus-September.

Dengan semakin berkembangnya layanan tersebut akan tetapi masih terdapat beberapa keluhan dari penggunanya yakni pengguna tidak menerima notifikasi sebagai bentuk untuk melanjutkan transaksi disebabkan karena notifikasi tidak terkirim atau terlambat dan hal tersebut tetap mengurangi biaya pulsa. Keluhan yang disampaikan oleh penggunanya merupakan suatu bentuk ketidaknyamanan dari sisi pengguna dan hal tersebut dapat mengurangi kepercayaan pengguna terhadap layanan tersebut. Berdasarkan permasalahan yang telah

diuraikan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Faktor – Faktor yang Memengaruhi Minat Nasabah Dalam menggunakan Layanan *Mobile Banking* Dengan menggunakan UTAUT”, Studi Pada Pengguna *Mobile Banking BRI KCP* Universitas Brawijaya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari tahu faktor apa sajakah yang dapat memengaruhi minat pengguna dalam memanfaatkan layanan tersebut meskipun terdapat beberapa keluhan dari penggunanya.

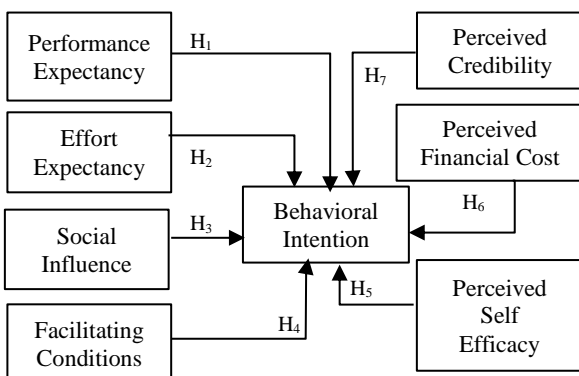
2. DASAR TEORI

Penelitian ini berdasarkan pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mohd-Nazri Muhayiddin et al. (2011) dengan judul “*Consumer Acceptance of an Electronic Dinar Payment System in Malaysia*”. Variabel-variabel yang dipergunakan dalam penelitian tersebut antara lain *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Anxiety*, *Perceived Credibility*, *Attitude*. Dan penelitian yang dilakukan oleh Jiraporn Sripalawat et al. (2011) dengan judul “*M-Banking in Metropolitan Bangkok And A Comparison With Other Countries*”. Variabel-variabel yang digunakan terdiri atas *Lack of information*, *Device Barrier*, *Perceived Risk*, *Perceived Financial Cost*, *Self Efficacy*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Subjective Norms*, *Actual Use*, *Behavioral Intention*. Dari beberapa variabel yang disebutkan peneliti menggunakan variabel *Perceived Credibility*, *Perceived Financial Cost*, dan *Self Efficacy* untuk dipergunakan dalam penelitian.

Selain mengacu pada kedua penelitian tersebut, penelitian ini juga mengadaptasi dari model UTAUT. *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) merupakan sebuah teknologi penerimaan dan penggunaan teknologi informasi yang dirumuskan oleh Venkatesh et al. (2003) dengan menggabungkan kedelapan model teori penerimaan lainnya menjadi satu teori. Teori-teori penerimaan tersebut adalah (1) *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang diperkenalkan oleh Fihzein dan Ajzen (1975); (2) *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperkenalkan oleh Fred D.Davis (1989); (3) *Motivational Model* yang diperkenalkan oleh Davis et al. (1992); (4) *Theory of Planned Behavioral* (TPB) yang diperkenalkan oleh Ajzen (1989); (5) *Combined TAM dan TPB* yang diperkenalkan oleh Taylor

dan Todd (1995); (6) *Model of PC Utilization* (MPCU) yang diperkenalkan oleh Thompson et al. (1991); (7) *Innovation Diffusion Theory* yang diperkenalkan oleh Everett M. Rogers (1960); (8) *Social Cognitive Theory* (SCT) yang diperkenalkan oleh Albert Bandura (1977), (Venkatesh et al., 2003). Model UTAUT dinilai lebih berhasil dalam menggambarkan hingga 70% varian pengguna daripada delapan model teori yang lain.

Dari kedelapan model teori penerimaan tersebut dievaluasi dan ditemukan tujuh konstruk yang memengaruhi *behavioral intention* atau *use behavior* yaitu (1) *Performance Expectancy* (PE); (2) *Effort Expectancy* (EE); (3) *Social Influence* (SI); (4) *Facilitating Conditions* (FC); (5) *Attitude Toward Using Technology* (AU); (6) *Self Efficacy* (SE). Dari keenam determinan tersebut kemudian dilakukan pengujian lebih lanjut dan didapatkan hasil bahwa terdapat empat konstruk utama yang mempengaruhi *behavioral intention* dan *use behavior* yaitu 1) *Performance Expectancy* (PE); (2) *Effort Expectancy* (EE); (3) *Social Influence* (SI); (4) *Facilitating Conditions* (FC). Selain empat konstruk utama tersebut juga terdapat variabel moderator yaitu (1) *Gender*; (2) *Age*; (3) *Voluntariness*; (4) *Experience*.



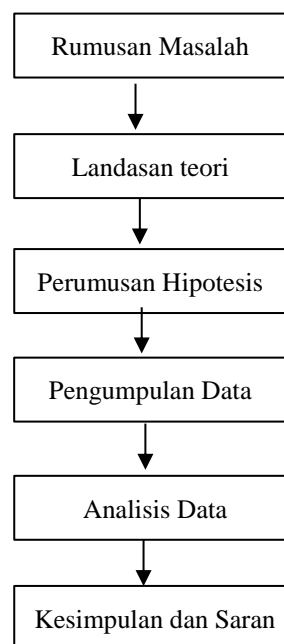
Gambar 1. Paradigma Penelitian dan Hipotesis

Berdasarkan pada penelitian-penelitian sebelumnya mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan layanan *mobile banking* dengan menggunakan model UTAUT, peneliti menggunakan referensi-referensi yang diperoleh tersebut sebagai pendukung dalam penelitian ini. Model penelitian yang diusulkan dapat dilihat pada Gambar 1. Dalam penelitian ini terdapat tujuh hipotesis yang dirumuskan antara lain : (H₁) *Performance Expectancy* memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention*; (H₂) *Effort Expectancy* memiliki

pengaruh terhadap *Behavioral Intention*; (H₃) *Social Influence* memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention*; (H₄) *Facilitating Conditions* memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention*; (H₅) *Perceived Self Efficacy* memiliki pengaruh terhadap *Effort Expectancy*; (H₆) *Perceived Financial Cost* memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention*; (H₇) *Perceived Credibility* memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention*.

3. METODOLOGI

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif ini dipilih karena tujuan dari penelitian ini adalah untuk merumuskan dan menguji hipotesis (Sugiyono, 2017). Alur dari penelitian kuantitatif dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Alur Penelitian Kuantitatif

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pengguna layanan *mobile banking BRI*. Penelitian dilakukan mulai tanggal 22 Agustus 2017-8 September 2017 di BRI Kantor Cabang Pembantu Universitas Brawijaya. Jenis kuesioner yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup yakni kuesioner yang sudah terdiri dari pilihan jawaban sehingga responden hanya dapat memberikan jawaban sesuai dengan pilihan yang tersedia. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert 5 poin, dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Skala Likert

No	Jawaban	Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan teknik pengambilan sampel yaitu *convenience sampling*. Dalam menentukan jumlah sampel yang diambil untuk dijadikan sebagai responden dalam penelitian mengacu pada rumus Hair et al. (2010) dengan jumlah variabel sebanyak delapan, maka didapatkan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 120 – 160 responden. Rumus untuk menghitung ukuran sampel Hair et al. (2010) dapat dilihat pada persamaan (1).

$$n = (15 \text{ s/d } 20) \times k \quad (1)$$

Sebelum kuesioner penelitian tersebut disebarkan kepada responden, terlebih dahulu dibuat kisi-kisi instrumen penelitian. Tujuan dari pembuatan kisi-kisi instrumen tersebut adalah untuk memudahkan dalam menyusun butir-butir pernyataan penelitian. Kemudian instrumen tersebut diuji validitas isi kepada *expert* (ahli). Jumlah ahli yang dibutuhkan untuk menilai instrumen penelitian sebanyak tiga ahli (Heri Retnawati, 2016). Ahli tersebut menilai validitas butir instrumen penelitian apakah sudah sesuai atau tidak. Penilaian instrumen penelitian oleh ahli menggunakan skala Likert 5 poin. Hasil penilaian yang diberikan oleh ahli kemudian dihitung dengan menggunakan rumus Aiken's V (diadaptasi dari Saifuddin Azwar, 2012), dimana $\sum S$ didapat dari angka penilaian yang diberikan oleh ahli (R) dikurangi dengan angka penilaian validitas terendah (Lo) dibagi dengan N (Jumlah *Expert*), angka penilaian validitas tertinggi (c). Rumus untuk menghitung validitas isi dengan Aiken's V dapat dilihat pada persamaan (2).

$$V = \frac{\sum S}{N(c-1)} \quad (2)$$

Hasil dari perhitungan yang dilakukan didapatkan hasil bahwa nilai koefisien Aiken's V berkisar antara 0,58-0,83. Batas kevalidan nilai koefisien Aiken's V adalah 0.69 (Wan Chi Yang, 2011). Pernyataan yang memiliki nilai dibawah 0.69 diperbaiki sesuai dengan dari ahli

untuk selanjutnya dilakukan *pilot study*.

Setelah uji kuesioner kepada ahli, selanjutnya uji *pilot study* dengan mengujikan kuesioner kepada 30 responden pengguna layanan *mobile banking BRI*. Responden tersebut memberikan penilaian dengan pilihan jawaban yang tersedia. Pengukuran jawaban responden menggunakan skala Likert 5 poin. Hasil dari penilaian yang diberikan oleh responden kemudian dihitung nilai validitas konstruk dan reliabilitasnya. Menurut Uma Sekaran (2000) apabila nilai koefisien Cronbach's Alpha < 0.6 maka dikategorikan dalam *poor*, 0.6-0.7 dikategorikan dalam *acceptable*, > 0.8 dikategorikan dalam *good*. Untuk menguji validitas konstruk digunakan teknik *correlated item-total correlation* dengan r tabel dan untuk menguji reliabilitas menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*.

Dasar pengambilan keputusan validitas konstruk adalah apabila nilai r hitung $\geq r$ tabel maka pernyataan valid dan apabila nilai r hitung $\leq r$ tabel maka pernyataan tidak valid. Hasil dari uji validitas konstruk menunjukkan bahwa terdapat 33 pernyataan yang tidak valid, kemudian pernyataan yang tidak valid tersebut dihilangkan. Untuk hasil dari uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* berkisar antara 0.610-0.870. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa kuesioner dalam penelitian ini valid dan reliabel.

Analisis data yang dilakukan meliputi, analisis statistik deskriptif untuk mengetahui persebaran data melalui nilai *mean*, modus, median, dan ukuran pemusatan data melalui standar deviasi dan varian (Imam Ghazalli, 2016). Analisis statistik inferensial yang bertujuan untuk menganalisis data sampel penelitian (Sugiyono, 2017). Korelasi Kendall Tau (τ) dipilih peneliti untuk menjelaskan dan menguji hubungan hipotesis antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2007).

4. HASIL

Setelah pengumpulan data selesai, maka langkah selanjutnya dilakukan pengolahan data. Sebelum data tersebut diolah dengan uji statistik terlebih dahulu dilakukan uji *missing data* yang bertujuan untuk mengetahui adanya informasi yang tidak tersedia (Santoso, 2012) dan *outlier data* yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat nilai yang ekstrim pada data yang diteliti (Imam Ghazalli, 2016). Hasil dari uji

missing data yang dilakukan menunjukkan bahwa tidak terdapat data-data yang kosong maupun terlewatkan pada saat pengisian, kemudian hasil dari uji *outlier* yang dilakukan menunjukkan bahwa tidak terdapat data yang bersifat *outlier*.

Selanjutnya yaitu dilakukan uji Normalitas dengan tujuan untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal (Imam Ghazalli, 2016). Uji Normalitas pada penelitian ini diuji dengan menggunakan teknik Kolmogorov-Smirnov. Hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa data penelitian tidak berdistribusi normal. Setelah uji Normalitas selesai dilakukan, selanjutnya yaitu dilakukan uji Homogenitas dengan tujuan untuk mengetahui apakah data yang diteliti memiliki varian yang sama (Wiyono, 2011). Hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa data penelitian tidak bersifat homogen. Kemudian dilakukan uji Linieritas dengan tujuan untuk mengetahui model yang digunakan sudah benar atau tidak dan apakah model yang digunakan berbentuk linier, kuadrat atau kubik (Imam Ghazalli, 2016). Hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa data penelitian tidak bersifat linier. Karena asumsi dalam melakukan pengujian statistik parametrik tidak terpenuhi maka peneliti memutuskan untuk melakukan uji statistik non parametrik dengan analisis Korelasi Kendall Tau (τ).

Tahap selanjutnya yaitu melakukan analisis statistik deskriptif. Hasil dari perhitungan statistik deskriptif menunjukkan bahwa variabel *Perceived Credibility* dan *Effort Expectancy* masuk ke dalam kategori Cukup Tinggi. Variabel *Perceived Financial Cost*, *Facilitating Conditions*, *Performance Expectancy*, *Perceived Self Efficacy*, dan *Social Influence* masuk ke dalam kategori Tinggi. Kategori cukup tinggi mengindikasikan bahwa memang responden dalam penelitian ini cukup setuju dengan pernyataan dalam indikator tersebut, sedangkan kategori tinggi mengindikasikan bahwa responden memang setuju dengan pernyataan dalam indikator tersebut.

Selanjutnya yaitu melakukan pengujian hipotesis penelitian, dalam penelitian ini terdapat tujuh hipotesis yang diujikan. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis Korelasi Kendal Tau (τ). Hasil dari pengujian hipotesis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa terdapat enam hipotesis yang diterima yaitu (1) *Perceived Financial Cost* (PFC); (2) *Facilitating Conditions* (FC); (3)

Performance Expectancy (PE); (4) *Perceived Self Efficacy* (PSE); (5) *Social Influence* (SI); (6) *Effort Expectancy* (EE) dan satu hipotesis yang ditolak yaitu (1) *Perceived Credibility* (PC). Untuk lebih jelasnya hasil dari pengujian hipotesis dapat dilihat pada Tabel 2.

Dasar dalam pengambilan keputusan adalah dengan menentukan Hipotesis nol (H_0) dan Hipotesis Alternatif (H_1). Hipotesis nol merupakan hipotesis tentang tidak adanya perbedaan (Sidney Siegel, 1988) sedangkan Hipotesis Alternatif merupakan hipotesis pengganti apabila H_0 ditolak. Hipotesis pengganti merupakan hipotesis penelitian yang dirumuskan oleh peneliti (Sidney Siegel, 1988). Hipotesis penelitian merupakan suatu hipotesis yang dirumuskan dari teori yang sedang diuji (Sidney Siegel, 1988). Taraf signifikansi yang dipergunakan adalah sebesar $\alpha = 0.05$. Apabila nilai α adalah sama dengan atau lebih kecil dari H_0 maka hipotesis tersebut ditolak dan menerima H_1 .

Tabel 2. Hasil Uji Hipotesis

	Hipotesis	Sig.	Hasil
H ₁	PE memiliki pengaruh terhadap BI	0,977	Diterima
H ₂	EE memiliki pengaruh terhadap BI	0,523	Diterima
H ₃	SI memiliki pengaruh terhadap BI	0,343	Diterima
H ₄	FC memiliki pengaruh terhadap BI	0,656	Diterima
H ₅	PSE memiliki pengaruh terhadap BI	0,321	Diterima
H ₆	PFC memiliki pengaruh terhadap BI	0,652	Diterima
H ₇	PC memiliki pengaruh terhadap BI	0,004	Ditolak

5. PEMBAHASAN

H₁ diterima yaitu *Performance Expectancy* (PE) dinilai sebagai prediktor terkuat yang menentukan minat seseorang dalam menggunakan suatu teknologi. Berdasarkan pada hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa pengguna menaruh fokus terhadap kerja dari layanan *mobile banking BRI*, apakah dengan menggunakan layanan tersebut pengguna mendapatkan kemudahan-kemudahan atau malah sebaliknya. Hasil dalam penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya, oleh (Cristian Morosan dan Agnes DeFranco, 2016) yaitu *Performance Expectancy* secara signifikan

mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan *NFC mobile payments* dan sekaligus menjadi prediktor terkuat diantara prediktor lainnya, kemudian penelitian yang dilakukan oleh Anne Kohnke et al. (2014) juga menunjukkan hasil yang serupa bahwa *Performance Expectancy* mempengaruhi minat individu dalam menggunakan *Telehealth equipment*.

H₂ diterima yaitu *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. Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Chian Son Yu (2012), Kamal Ghalandari (2012), dan Ali Abdallah Alalwan et al. (2017) yang menunjukkan bahwa besarnya usaha yang dikeluarkan dapat memengaruhi niatan seseorang dalam menggunakan *m-banking*.

H₃ diterima yaitu *Social Influence* dapat memengaruhi minat seseorang untuk menggunakan layanan *mobile banking BRI*. Pengaruh atau dukungan dari lingkungan sekitar serta pengalaman yang dimiliki oleh orang lain pada saat menggunakan layanan *mobile banking BRI* dapat berpengaruh terhadap minat seseorang untuk menggunakan aplikasi *m-banking* tersebut. Hasil pada penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Abdul Kabeer Kazi et al. (2013) dan Anne Kohnke et al. (2014) yang menunjukkan bahwa keminatan seseorang terhadap aplikasi *m-banking* dapat dipengaruhi oleh faktor sosial.

H₄ diterima yaitu *Facilitating Conditions* memengaruhi minat seseorang untuk menggunakan layanan *mobile banking BRI*. Berdasarkan pada hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa pengguna fokus terhadap fasilitas yang dapat menunjang penggunaan layanan *mobile banking BRI* seperti terdapatnya jaringan, panduan atau petunjuk dalam menggunakan layanan tersebut. Hasil pada penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mohd-Nazri et al. (2011) dan Anne Kohnke et al. yang menunjukkan bahwa fasilitas dapat memengaruhi niatan seseorang dalam mengadopsi layanan *mobile banking*.

H₅ diterima yaitu *Perceived Self Efficacy* memengaruhi minat seseorang untuk menggunakan layanan *mobile banking BRI*. Berdasarkan pada hasil penelitian tersebut dapat

disimpulkan bahwa kemampuan, pengetahuan, dan keterampilan yang dimiliki pengguna dapat memengaruhi untuk menggunakan layanan *mobile banking BRI*. Hasil pada penelitian ini sama dengan penelitian yang sebelumnya, oleh Hui-Lung Hsieh et al. (2017), Sripalawat et al. (2011), dan Vanneste et al. (2013) yang menunjukkan bahwa fasilitas dapat memengaruhi niatan seseorang dalam mengadopsi layanan *mobile banking*.

H₆ diterima yaitu *Perceived Financial Cost* memengaruhi minat seseorang untuk menggunakan layanan *mobile banking BRI*. Berdasarkan pada hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa biaya tetap menjadi pertimbangan bagi pengguna sebelum memutuskan untuk menerapkan layanan *mobile banking BRI* tersebut. Hasil pada penelitian ini sama dengan sebelumnya, oleh Bong-Keun Jeong dan Tom E Yoon (2013) dan Chian Son Yu (2012) yang menunjukkan bahwa biaya menjadi kendala yang memengaruhi niat seseorang dalam mengadopsi layanan *mobile banking*.

H₇ ditolak yaitu *Perceived Credibility* tidak memengaruhi minat seseorang untuk menggunakan layanan *mobile banking BRI*. Berdasarkan pada hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa pengguna kurang memperhatikan keamanan penggunaan teknologi dan keamanan privasi data pengguna. Faktanya, kedua hal tersebut sangatlah penting untuk diperhatikan. Hasil pada penelitian ini sama dengan penelitian sebelumnya, oleh Ceva Lavenja Arahita (2015) yaitu *perceived credibility* tidak memengaruhi niatan seseorang untuk menggunakan ulang *BCA mobile*.

6. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa minat seseorang dalam menggunakan layanan *mobile banking BRI* dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu (1) *Perceived Financial Cost* (PFC); (2) *Facilitating Conditions* (FC); (3) *Performance Expectancy* (PE); (4) *Perceived Self Efficacy* (PSE); (5) *Social Influence* (SI); (6) *Effort Expectancy* (EE), sedangkan (1) *Perceived Credibility* (PC) tidak memengaruhi minat seseorang untuk menggunakan layanan *mobile banking BRI*. Dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *Performance Expectancy* menjadi prediktor terkuat yang menentukan minat seseorang dalam menggunakan layanan tersebut dibandingkan

dengan prediktor-prediktor lainnya.

Saran atau rekomendasi yang dapat diberikan kepada pihak Bank BRI adalah (1) Dapat meningkatkan *security* dan *privacy* dengan tujuan agar layanan tersebut tidak mudah untuk diretas; (2) Transparansi mengenai biaya-biaya yang dikeluarkan terkait dalam penggunaan layanan tersebut kepada pengguna; (3) Dapat meningkatkan fasilitas yang sudah ada agar semakin menjadi lebih baik dan pengguna merasa nyaman dalam menggunakan; (4) Meningkatkan fungsi dari layanan *mobile banking BRI* tersebut agar menjadi lebih baik; (5) Dapat memberikan sosialisasi atau penyuluhan kepada orang-orang yang memiliki tingkat *self efficacy* yang rendah; (6) Dapat mempromosikan produk *mobile banking BRI* dengan memanfaatkan media sosial agar lebih dikenal masyarakat luas; (7) Melakukan perbaikan terhadap layanan *mobile banking BRI* dengan tujuan agar produk tersebut menjadi semakin lebih dari sebelumnya.

Selanjutnya saran untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan uji statistik parametrik yang meliputi Uji Normalitas, Uji Homogenitas, dan Uji Linieritas. Karena hasil yang didapat dari uji dengan menggunakan statistik parametrik hasilnya lebih akurat dan dapat menggambarkan keseluruhan dari populasi yang diambil untuk dijadikan sampel penelitian. Kemudian dalam menentukan anggota sampel dapat mendeskripsikan atau fokus terhadap salah satu golongan saja, misalnya mahasiswa, pebisnis dan lain sebagainya.

7. DAFTAR PUSTAKA

- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. 2017. Factors Influencing Adoption of Mobile Banking by Jordanian Bank customers: Extending UTAUT2 with trust. *International Journal of Information Management*, 99-110.
- Arahita, C. L. 2015. Faktor-faktor yang mempengaruhi Niat Penggunaan Ulang BCA Mobile (Studi Pada Nasabah BCA di Bandung).
- Azwar, Saifuddin. 2012. *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Bandura, Albert. 1977. *Social Learning Theory*. Prentice-Hall, Inc., New Jersey.
- Data&Statistik. <https://statistik.kominfo.go.id/sit e/data?idtree=326&iddoc=1186>. Diakses pada 25 November 2017.
- Davis, F. B. 1992. Extrinsic and Intrinsic Motivation to Use Computers in the Workplace. *Journal of Applied Social Psychology* (22:14), 1111-1132.
- Davis, F. D. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly* (13:3), 319-339.
- Fishbein, M., & AJZEN, I. 1975. *Belief, Attitude, Intention, And Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Addison Wesley.
- Ghalandari, K. 2012. The Effect of Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence and Facilitating Conditions on Acceptance of E-Banking Services in Iran: the Moderating Role of Age and Gender. *Journal of Scientific Research*, 801-807.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair Et Al. 2010. *Multivarite Data Analysis*. Seventh Edition. Pearson Prentice Hall.
- Hsieh, Hui Lung Et Al. 2017. A Study of Personal Health Record User's Behavioral Model Based on the PMT and UTAUT Integrative Perspective. *International Journal of Environment Research and Public Health*. Vol.14.No.8.
- Heri Retnawati. 2016. *Analisis Kuantitatif Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Parama Publishing.
- Jeong, Bong-Keun, Tom E Yoon. 2013. *An Empirical Investigation on Consumer Acceptance of Mobile Banking Services*. Journal Business and Management Research. Vol.2, No.1.
- Jeong, D. Y., Sung, H. N., & Shin, J. L. 2015. The Relationship among Self-Efficacy, Social Influence, Performance Expectancy, Effort Expectancy, and Behavioral Intention in Mobile Learning Service. *International Journal Science and Technology*, 197-206.
- Kazi, A. K., & Mannan, M. A. 2013. Factors affecting adoption of mobile banking in Pakistan: Empirical Evidence. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 2.
- Kohnke, A., Cole, M. L., & Bush, R. 2014. Incorporating UTAUT Predictors for Understanding Home Care Patients and Clinician's Acceptance of Healthcare

- Telemedicine Equipment. *Journal Technology Management & Innovation*, 9.
- Muhayiddin, M. N., Ahmed, E. M., & Ismail, H. 2011. *Consumer Acceptance of an Electronic Dinar Payment System in Malaysia*.
- Morosan, C., & Defranco, A. 2016. It's about time: Revisiting UTAUT2 to examine consumer's intention to use NFC mobile payments in hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 17-29.
- Rogers, E. M. 1960. *Social Change In Rural Society: A Textbook in Rural Sociology*. Literary Licensing.
- Siegel, S. 1988. *Statistik Nonparametrik Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Gramedia.
- Sekaran, Uma. 2000. *Research Methods for business: A Skill Building Approach*. Singapore: John Wiley & Sons, Inc.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RND*. Bandung: Alfabeta.
- Thomas, Troy.
- Sripalawat Et Al. 2011. M-Banking in Metropolitan Bangkok And A Comparison With Other Countries. *The Journal of Computer Information System*.
- Taylor, S., & Todd, P. 1995. Assessing IT Usage: The Role of Prior Experience. *MIS Quarterly*, 561-570.
- Thompson, R. H. 1991. Personal Computing Toward a Conceptual Model of Utilization. *MIS Quarterly (15:1)*, 124-143.
- Vanneste, Dik Et Al. 2013. Healthcare professionals' acceptance of BelRAI, a web-based system enabling person-centred recording and data sharing across care settings with interRAI instruments: a UTAUT analysis. *BMC Medical Informatics and Decision Making*.
- venkatesh, Morris, G. M., Davis, G. B., & Davis, F. D. 2003. *User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View Author(s): Viswanath*, 425-478.
- Wahyu Widhiarso, 2009. Prosedur Uji Linieritas pada Hubungan antar Variabel. <http://widhiarso.staff/ugm.ac.id/prosedur-uji-linieritas-pada-hubungan-antar-variabel>. Diakses pada 1 Oktober 2017.
- Wiyono, Gendro. 2011. *Merancang Penelitian Bisnis dengan alat analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0* Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Public Expose. 2017. <https://www.irbri.com/newsroom/596339/PublicExpose2017-4Aug2017upload.pdf>. Diakses pada 28 November 2017.
- Yang, Wan-Chi. 2011. Applying Content Validity Coefficient and Homogeneity Reability Coefficient to Investigate the Experimental Marketing Scale for Leisure Farms. *Journal of Global Business Management*, Beaverton 7.1.
- Yu, C. S. 2012. Factors Affecting Individuals To Adopt Mobile Banking: Empirical Evidence From The UTAUT Model. *Journal of Electronic Commerce Research*, 13.