

PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT BERKELANJUTAN MENGGUNAKAN LAYANAN M BANKING PT. BANK RAKYAT INDONESIA CABANG UNIT TANGGUL, JEMBER

Sonia Devita Putri Cakra

Universitas Ciputra Surabaya
E-mail: scakra@student.uc.ac.id

Abstract: This research was conducted with PT. Bank Rakyat Indonesia branch of the Tanggul Unit, Jember as the object of research. This study aims to determine the effect of perceived usefulness, perceived ease of use, and perceived risk on the continuous intention in the use of mobile banking at PT. Bank Rakyat Indonesia branch of the Tanggul, Jember. The variables used in this study were the perceived usefulness variable, perceived ease of use, and perceived risk as independent variables, while continuous intention was the dependent variable. The method used is quantitative descriptive multiple linear regression. The sample used in this study was 150 samples. The method used in collecting samples is non probability sampling with purposive sampling technique. The data collection technique in this study was carried out by distributing questionnaires using a Likert scale. Based on the results of data analysis, it can be concluded that the perceived usefulness variable has a significant effect on continuous intention. Partially, the perceived usefulness variable has a significance value of 0,000 or less than 0,05 and has a t count of $5,616 > 1,660$, meaning that the perceived usefulness variable has a strong influence. partial to ongoing interest. Then the perceived ease of use variable has a significance value of 0,041 $< 0,05$ and a t value of $2,061 > 1,660$, so it can be concluded that the perceived ease of use variable has a partially strong effect on the variable of continuous intention. Perceived risk variable has a significance value of 0,000 $< 0,05$ and a t-value of $3,748 > 1,660$, so the risk perception variable can also be said to have a partially strong influence on the variable of continuous intention.

Keywords: Perceived, Usefulness, Ease of Use, Risk, Continuous Intention

Abstrak: Penelitian ini dilakukan dengan PT. Bank Rakyat Indonesia cabang Unit Tanggul, Jember sebagai objek penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko terhadap minat berkelanjutan penggunaan mobile banking di PT. Bank Rakyat Indonesia cabang unit Tanggul, Jember. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko sebagai variabel bebas, sedangkan minat berkelanjutan sebagai variabel terikat. Metode yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif regresi linear berganda. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 150 sampel. Metode yang digunakan dalam mengumpulkan sampel adalah non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner yang menggunakan skala Likert. Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemanfaatan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berkelanjutan secara parsial variabel persepsi kemanfaatan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 dan memiliki t hitung sebesar $5,616 > 1,660$, artinya variabel persepsi kemanfaatan berpengaruh kuat secara parsial terhadap minat berkelanjutan. Kemudian variabel persepsi kemudahan memiliki nilai signifikansi $0,041 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,061 > 1,660$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh kuat secara parsial terhadap variabel minat berkelanjutan. Variabel persepsi risiko memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,748 > 1,660$, maka variabel persepsi risiko juga dapat dikatakan berpengaruh kuat secara parsial terhadap variabel minat berkelanjutan.

Kata kunci: Persepsi, Kemanfaatan, Kemudahan, Risiko, Minat Berkelanjutan

PENDAHULUAN

Pandemi telah membawa banyak perubahan di segala aspek, termasuk juga pada bisnis perbankan. Penerapan ‘new normal’ dimana segala sesuatu harus diupayakan untuk mengurangi kontak langsung, berakibat pada teknologi informasi yang berkembang sangat pesat. Kemudahan teknologi informasi yang ditawarkan oleh dunia perbankan dapat dilihat sebagai salah satu peluang dalam pengembangan bisnis perbankan. Namun demikian, oleh karena pelanggan perbankan terdiri dari berbagai kalangan dengan berbagai tingkat pendidikan, hal ini merupakan tantangan tersendiri, yang menuntut sektor perbankan melakukan inovasi-inovasi baru guna mencapai kepuasan pelanggan yang diinginkan (Sodikin, 2020). Menurut (Avornyo et al., 2019) pengaturan cabang bank fisik dan ATM bisa sangat mahal di daerah-daerah terutama di pedalaman dan masyarakat pedesaan, namun, berkat Perbankan Seluler atau mobile banking dan pembayaran seluler, jumlah orang tanpa akses ke layanan perbankan berkurang dari 2,5 miliar pada 2011 menjadi 1,7 miliar pada 2017. Menariknya, Findex dari Bank Dunia memperhatikan pada awal 2018 bahwa secara global hanya 69% orang dewasa yang memiliki rekening mobile banking (termasuk lembaga keuangan seperti perusahaan simpan pinjam). Pengguna ponsel di Afrika diperkirakan akan meningkat sebanyak 515,8 juta dari tahun 2013 ke tahun 2020 (Danquah & Iddrisu, 2018). Terlebih lagi, 78% penerima upah di seluruh dunia tidak memiliki rekening bank, namun memiliki ponsel, yang merupakan indikasi potensi pasar yang besar untuk layanan mobile banking (Muhammad Al Amine, 2016; Bank Dunia, 2018).

PT. Bank Rakyat Indonesia, merupakan salah satu perusahaan perbankan milik pemerintah terbesar dan ter-integritas di Indonesia. Perusahaan ini memberikan layanan yang prima, berfokus kepada nasabah. Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja tanggal 16 Desember 1895, yang juga mempunyai bunyi visi ‘Menjadi the most valuable bank di asia tenggara dan home to the best talent’ dan misi ‘ memberikan yang terbaik, layanan yang optimal, serta bekerja dengan optimal dan baik’ (bri.co.id). Inovasi dalam memberikan pelayanan yang berbasis teknologi informasi telah dilakukan oleh PT. BRI Unit Tanggul Jember, dimana penelitian ini akan dilakukan. Inovasi pelayanan yang dilakukan oleh PT. BRI Unit Tanggul Jember pada dasarnya adalah inovasi dalam mobile banking yang sudah ada, yaitu dengan adanya program BRImo. BRImo adalah aplikasi keuangan digital, yang menggunakan data internet sebagai media transaksi kapan saja dan dimana saja dilengkapi dengan program user interface serta user experience (UI/UX) terbaru (bri.co.id, 2019).

PT. Bank BRI unit Tanggul, Jember adalah salah satu cabang dari perusahaan bank BRI, yang berada di Kecamatan Tanggul, Jember. Total jumlah nasabah BRI Unit ini sebanyak 22.110 nasabah, yang terdiri dari 3.065 nasabah program pinjaman dan 19.045 nasabah program simpanan. Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala cabang BRI Tanggul, Jember yang dilakukan peneliti pada bulan Juli tahun 2020 (periode magang) di BRI Unit Tanggul Jember, adanya nasabah yang kurang memahami produk-produk yang ditawarkan oleh BRI disebabkan karena beberapa faktor, diantaranya adalah kurangnya promosi oleh pihak BRI, serta mayoritas nasabah yang awam akan teknologi. Hal ini membuat nasabah lebih memilih melakukan transaksi secara langsung atau manual. Permasalahan timbul seiring merebaknya virus corona yang mengharuskan masyarakat untuk meminimalisir waktu untuk aktivitas diluar rumah.

Adanya hubungan antara persepsi kemanfaatan, kemudahan dan risiko terhadap minat yang didasarkan pada experience tersebut, mendorong peneliti untuk menguji hal-hal yang mempengaruhi minat berkelanjutan para nasabah BRI sebagai objek penelitian karena dapat dipastikan bahwa kedepanya semua transaksi akan dilakukan secara digital karena perubahan zaman.

KAJIAN PUSTAKA Landasan Teori

Technology Acceptance Model (TAM)

Untuk meneliti faktor-faktor determinan apa saja yang mempengaruhi penggunaan sistem informasi, Davis et.al mengembangkan teori TAM dalam penelitiannya yang berjudul ‘User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models’, pada tahun 1989. Setelah penelitian diberlakukan hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan sistem informasi atau hasil adaptasi teknologi akan dipengaruhi oleh minat (intention) terhadap pemanfaatan system informasi, yang mana minat tersebut juga dipengaruhi oleh dua persepsi yaitu, persepsi kemudahan penggunaan teknologi (perceived ease of use) dan persepsi kemanfaatan (perceived of usefulness).

TAM adalah salah satu model yang paling handal dan telah digunakan sebagai dasar teoritis untuk berbagai studi empiris lainnya tentang peramalan teknologi dan perubahan dalam kaitannya dengan pengguna (Lee et al., 2011; Chen et al., 2017; Gkypali et al., 2018; Kabbiri et al., 2018; van Oorschot et

al., 2018; Verma dan Sinha, 2018). Model tersebut terdiri dari dua konstruksi utama: persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kemanfaatan. Konstruksi pertama dikaitkan dengan keyakinan individu bahwa suatu teknologi akan berguna untuk meningkatkan kinerja tugas sehari-hari. Konstruksi ini dapat dianggap sebagai "kegunaan yang dirasakan" (Legris et al., 2003; Venkatesh et al., 2003; van Oorschot et al., 2018). Konstruksi lain, "persepsi kemudahan penggunaan" dikaitkan dengan keyakinan individu bahwa teknologi akan membuat tugas sehari-hari mereka lebih mudah (Venkatesh et al., 2003; Kabbiri et al., 2018; van Oorschot et al., 2018).

Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Saparudin (2020) bertujuan untuk menguji pengaruh kepercayaan, persepsi manfaat yang dirasakan dan persepsi kemudahan yang dirasakan terhadap sikap dan minat nasabah menggunakan mobile banking. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap sangat mempengaruhi minat untuk menggunakan mobile banking dan sikap sebagai mediasi dipengaruhi oleh persepsi manfaat, kemudahan dan kepercayaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Sudarti & Susanti (2018) bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan pengaruh mobile banking terhadap Minat penggunaan m-banking nasabah Bank Syariah Mandiri. Hasil penelitian mengatakan bahwa persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan persepsi risiko akan berpengaruh secara positif terhadap minat seorang nasabah dalam penggunaan m-banking.

Penelitian yang dilakukan oleh Priya (2018) merupakan penelitian dengan metode kuantitatif, yang bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi Adopsi Mobile Banking di antara konsumen muda di India. Kepuasan pengguna ditemukan untuk memediasi sebagian hubungan antara kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan, kredibilitas yang dirasakan dan jaminan struktural dan niat perilaku untuk menggunakan layanan. Risiko yang dirasakan ternyata secara statistik tidak signifikan dalam hubungannya dengan niat perilaku untuk menggunakan layanan.

Penelitian yang dilakukan Fanuel (2020) menelusuri Technology Acceptance Model (TAM) masing-masing variabel dan menguji popularitas (P) atau persepsi sebagai faktor eksternal dalam penggunaan m-banking. P sebagai variabel yang diusulkan diduga mempengaruhi faktor-faktor penerima teknologi m-banking yaitu persepsi kegunaan (PU) dan persepsi kemudahan penggunaan (PEU). Penelitian ini melakukan model dengan integrasi TAM dan Variabel P; Namun demikian, perbedaan dan integrasi tambahan dapat memberikan faktor yang lebih signifikan dalam penggunaan m-banking BCA.

Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis

Hubungan Antara Persepsi Kemanfaatan dengan Minat Berkelanjutan

Keunggulan teknologi dapat meningkatkan maupun menurunkan minat dalam menggunakan fasilitas layanan m-banking. Persepsi kemanfaatan merupakan sebuah tingkatan yang dapat mengukur sejauh mana seseorang yakin penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Sayekti & Putarta, 2016).

H1: Persepsi Kemanfaatan berpengaruh positif signifikan terhadap minat berkelanjutan nasabah dalam menggunakan mobile banking.

Hubungan Antara Persepsi Kemudahan dengan Minat Berkelanjutan

Persepsi kemudahan dapat mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan aplikasi mobile banking jika sistem pada aplikasi tersebut mudah untuk digunakan (Ramadhan dan Herianingrum, 2017). Penyebab ditolaknya serta diterimanya sistem, adalah faktor yang berkaitan dengan penggunaan sistem. Entitas penggunaan dan interaksi antar pengguna dengan sistem teknologi dapat menunjukkan nasabah kemudahan dalam penggunaannya. (Laksana, 2015).

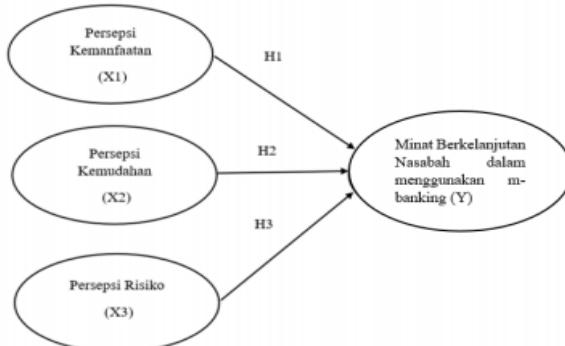
H2 : Persepsi Kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat berkelanjutan nasabah dalam menggunakan mobile banking.

Hubungan Antara Persepsi Risiko dengan Minat Berkelanjutan

Risiko dianggap merupakan faktor utama yang memengaruhi adopsi konsumen serta kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan digital banking (Polatoglu dan Ekin, 2001 dalam Farizi & Syaefullah, 2014). Risiko yang sering terjadi timbul karena adanya ketidakpastian, Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Widayarini dan Putro pada tahun 2008, dinyatakan bahwa persepsi risiko memang berpengaruh terhadap minat nasabah.

H3 : Persepsi Risiko berpengaruh signifikan positif terhadap minat berkelanjutan nasabah dalam menggunakan mobile banking.

Gambar 1. Kerangka Konseptual



Sumber : Diolah oleh peneliti, (2020).

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Metode yang digunakan yaitu metode survei. Survei dilakukan pada calon narasumber yang memiliki informasi tertentu. Maka dari itu penelitian ini mempunyai hubungan sebab-akibat, atau dapat disebut dengan asosiatif kausal.

Populasi & Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah bank BRI Cabang Unit, domisili Kota Jember, Kecamatan Tanggul yang mengetahui dan belum mengetahui layanan transaksi digital electronic banking (m-banking), BRI mobile. Sampel yang akan diambil dalam penelitian ini yakni sebanyak 150 responden.

Jenis Data & Sumber Data

Pada penelitian ini, data yang digunakan adalah data primer. Sumber data primer diperoleh melalui penyebaran instrumen yang dilakukan kepada pengguna layanan m-banking (BRImo) dan nasabah BRI cabang unit, Tanggul. Instrumen penelitian ini berisi mengenai pertanyaan yang berkaitan dengan persepsi-persepsi yang dibahas dalam penelitian minat nasabah dalam menggunakan m-banking.

Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini digunakan Skala Likert. Skala ini digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, serta seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial. Penelitian ini memiliki fenomena sosial yang sudah di tetapkan secara spesifik (variabel penelitian).

Tabel 1. Variabel dan Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Definisi Operasional
Persepsi Kemanfaatan (<i>Perceived of Usefulness</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dengan menggunakan teknologi informasi, kinerja akan meningkat (improves job performance). 2. Produktivitas dapat meningkat (increases productivity). 3. Efektivitas dapat meningkat saat menggunakan teknologi informasi (enhances effectiveness). 4. Sistem informasi memberikan manfaat bagi pengguna atau individu (the system is useful). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mobile banking mempermudah proses transaksi. 2. Proses transaksi dapat dilakukan dengan lebih efisien. 3. Layanan mobile banking lebih cepat daripada layanan dari teller bank. 4. Transaksi dengan mobile banking relevan dengan pekerjaan yang saya lakukan. 5. Lebih nyaman menggunakan mobile banking, karena tidak perlu datang ke kantor bank atau ATM.

Persepsi Kemudahan (<i>Perceived Ease of Use</i>)	<ol style="list-style-type: none"> Pengguna dan sistem informasi memiliki interaksi yang dapat dipahami dengan baik. Tidak memerlukan banyak usaha antar pengguna dan sistem. Sistem dapat dioperasikan dengan mudah. Cara mengaplikasikan sistem pada kegiatan sehari-hari dapat dilakukan dengan sangat mudah. 	<ol style="list-style-type: none"> Mempelajari layanan m-banking, mudah bagi saya. Intruksi di dalam sistem mobile banking dapat dimengerti dengan mudah. Informasi semakin mudah untuk di akses karena menggunakan mobile banking. Layanan mobile banking harus bersifat user-friendly, supaya mudah untuk digunakan.
Persepsi Risiko (<i>Perceived Risk</i>)	<ol style="list-style-type: none"> Minat Kesenangan/nilai Kepentingan Risiko Probabilitas Risiko 	<ol style="list-style-type: none"> Saya mengetahui kepentingan layanan (<i>BRImo</i>) yang saya gunakan. Layanan <i>mobile banking</i> yang saya gunakan menarik minat saya. Layanan <i>mobile banking</i> (<i>BRImo</i>) yang saya unduh melalui appstore membuat saya merasa istimewa. Saya merasa senang menggunakan layanan <i>mobile banking</i> (<i>BRImo</i>) yang saya download pada Appstore. Layanan digital banking yang saya miliki menunjukkan orang seperti apa saya. Pada saat saya mengunduh aplikasi layanan mobile banking (<i>BRImo</i>), saya tidak benar-benar yakin apakah saya membutuhkannya.
Minat Berkelanjutan (<i>Continuous Intention</i>)	<ol style="list-style-type: none"> Minat untuk menggunakan produk. Keinginan untuk mencoba produk. Kelanjutan pemakaian di kedepan hari. 	<ol style="list-style-type: none"> Di kedepan hari saya berfikir untuk menggunakan mobile banking. Dalam tiga bulan kedepan saya berencana untuk menggunakan mobile banking. Saya berniat untuk menggunakan mobile banking kapanpun dan dimanapun, sebagai media transaksi saya. Dengan performa mobile banking yang baik, saya akan menggunakan secara berkelanjutan kedepannya.

Metode Analisis Data

SPSS

Jenis penelitian menggunakan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif. Data disajikan dalam bentuk tabulasi. Menyiapkan instrumen penelitian berupa

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini merupakan nasabah bank BRI Cabang Unit, domisili Kota Jember, Kecamatan Tanggul yang mengetahui dan belum mengetahui layanan transaksi digital electronic banking (m-banking), BRI mobile.

Analisis Deskriptif Responden

Kebanyakan responden pada penelitian ini berjenis kelamin laki-laki yaitu, sebanyak 74 orang atau 49,3% dan sisanya wanita 50,7% sebanyak 76 orang. Karena kedua belah jenis kelamin sama-sama seimbang menggunakan jasa perbankan. Kemudian umur nasabah dalam penelitian ini mayoritas adalah nasabah dengan umur diatas 40 tahun (27%), karena memang umur orang diatas 40 tahun sudah pasti berpenghasilan dan membutuhkan jasa perbankan untuk simpanan maupun pinjaman dikedepan hari. Mayoritas Pendidikan para responden adalah Sarjana Strata Satu atau S1, sebesar 49%, yang artinya masyarakat yang menggunakan jasa perbankan rata-rata berpendidikan tinggi, karena mereka mengetahui kelebihan-kelebihan yang didapatkan jika menggunakan jasa perbankan. Pekerjaan para nasabah mayoritas beragam sebanyak 54% dan PNS sebanyak 24%, hal ini dikarenakan gaji pokok pegawai negri

sipil di salurkan melalui bank milik pemerintah kepada pekerja. Responden yang diteliti oleh penulis mayoritas sudah menggunakan BRI selama 1-5 Tahun (42%), yang artinya masih belum terlalu lama bersama BRI, hal ini mengejutkan karena rata-rata di daerah pedesaan dan kecamatan kecil bank yang sering dijumpai adalah bank BRI. Pengguna mobile banking juga mayoritas masih menggunakan aplikasi ini selama kurang dari setahun (35,3%), karena penduduk kecamatan Tanggul sendiri masih awam dengan teknologi terintegrasi dan penggunaan aplikasi-aplikasi seperti mobile-banking, tepat sesuai seperti kata Kepala Cabang unit Tanggul sendiri.

Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Persepsi Kemanfaatan

Nilai rata-rata variabel Persepsi Kemanfaatan (X1) sebesar 4,22 yang berarti responden setuju terhadap indikator variabel persepsi kemanfaatan. Nilai tersebut dalam penelitian ini menggunakan 4 item pertanyaan tergolong setuju. Nilai ini menggambarkan pengaruh persepsi kemanfaatan pada minat berkelanjutan penggunaan mobile banking (BRImo) nasabah PT. Bank BRI Unit Tanggul, Jember. Kemudian perolehan mean tertinggi dimiliki oleh pernyataan kesatu (X1.1) sebesar 4,43 sehingga dapat disimpulkan bahwa responden setuju terhadap indikator pertama dengan pernyataan “Menurut saya, aplikasi BRImo menunjang aktivitas saya, terutama yang berkaitan dengan perbankan.”.

Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Persepsi Kemudahan

Nilai rata-rata variabel Persepsi Kemudahan (X2) sebesar 4,10 yang berarti responden setuju terhadap indikator variabel persepsi kemudahan. Nilai tersebut dalam penelitian ini menggunakan 4 item pernyataan tergolong setuju. Kemudian perolehan mean tertinggi dimiliki oleh pernyataan pertama (X2.1) sebesar 4,33 sehingga dapat disimpulkan bahwa responden sangat setuju terhadap indikator pertama dengan pernyataan “Saya berminat menggunakan aplikasi BRImo untuk memproses transaksi keuangan.”.

Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Persepsi Risiko

Nilai rata-rata variabel Persepsi Risiko (X3) sebesar 4,22 yang berarti responden setuju terhadap indikator variabel persepsi risiko. Nilai tersebut dalam penelitian ini menggunakan 4 item pernyataan tergolong setuju. Nilai ini menggambarkan pengaruh persepsi risiko pada minat berkelanjutan penggunaan mobile banking (BRImo) nasabah PT. Bank BRI Unit Tanggul, Jember.

Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Minat Berkelanjutan

Nilai rata-rata variabel Minat Berkelanjutan (Y) sebesar 4,29 yang berarti responden setuju terhadap indikator variabel minat berkelanjutan. Nilai tersebut dalam penelitian ini menggunakan 3 item pernyataan tergolong setuju. Nilai ini menggambarkan pengaruh ketiga persepsi (kemanfaatan, kemudahan, dan risiko) pada minat berkelanjutan penggunaan mobile banking (BRImo) nasabah PT. Bank BRI Unit Tanggul, Jember.

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Berdasarkan tabel 4,6, variabel persepsi kemanfaatan (X1) memiliki 4 pertanyaan yang dibuat dan disusun oleh peneliti dan diperoleh nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa keempat item pernyataan tersebut adalah valid. Variabel persepsi kemudahan (X2) memiliki 4 pertanyaan yang dibuat dan disusun oleh peneliti dan diperoleh nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa keempat item pernyataan tersebut adalah valid. Variabel persepsi risiko memiliki 4 pertanyaan yang skor nya berada dibawah 0,05, yang artinya ke empat item pertanyaan dikatakan valid. Variabel minat berkelanjutan (Y) memiliki 3 pertanyaan yang dibuat dan disusun oleh peneliti dan diperoleh nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa kesebelas item pernyataan tersebut adalah valid.

Batas nilai Cronbach's Alpha untuk uji reliabilitas minimal adalah 0,6. Oleh karena itu, dalam penelitian ini nilai yang digunakan untuk menguji reliabilitas item agar dapat diterima adalah jika angka yang dihasilkan menunjukkan angka diatas 0,6. (Hair et al., 2014). Berdasarkan pengujian spss dapat ditemukan bahwa nilai Cronbach's Alpha semua variable X dan Y, berada diatas angka 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel dikatakan reliabel.

Uji Regresi Linier Berganda

Nilai dari koefisien beta variabel persepsi kemanfaatan (X1) sebesar 0,265 maka dapat diartikan bahwa variabel persepsi kemanfaatan (X1) memiliki kecenderungan untuk mempengaruhi minat berkelanjutan (Y) secara positif. Variabel persepsi kemudahan (X2) memiliki nilai koefisien beta sebesar 0,100 maka dapat disimpulkan bahwa variabel X2 secara positif memiliki kecenderungan untuk

mempengaruhi variabel minat berkelanjutan (Y). Selanjutnya variabel persepsi risiko (X3) memiliki nilai koefisien beta sebesar 0,201 sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel persepsi risiko juga memiliki kecenderungan untuk mempengaruhi variabel minat berkelanjutan (Y) secara positif.

Uji Hipotesis

a. Uji F

Dalam penelitian ini hasil uji hipotesis nilai signifikansi yang didapatkan adalah 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Angka ini menyimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan dan persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat berkelanjutan penggunaan mobile banking (Y).

b. Uji t

Variabel persepsi kemanfaatan (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 dan memiliki t hitung sebesar $5,616 > 1,660$, artinya variabel X1 berpengaruh kuat secara parsial terhadap minat berkelanjutan (Y). Kemudian variabel persepsi kemudahan (X2) memiliki nilai signifikansi $0,041 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,061 > 1,660$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X2 berpengaruh kuat secara parsial terhadap variabel Y. Variabel persepsi Risiko memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,748 > 1,660$, maka variabel X3 juga dapat dikatakan berpengaruh kuat secara parsial terhadap variabel minat berkelanjutan (Y).

c. Uji Koefisien Determinasi

Nilai koefisien R sebesar 0,771 dimana dapat dinyatakan bahwa terdapat keterkaitan yang kuat antara variabel persepsi kemanfaatan (X1), persepsi kemudahan (X2), dan variabel risiko (X3) terhadap variabel minat berkelanjutan (Y) pada penggunaan mobile banking (BRImo).

Pembahasan

Pengaruh Persepsi Kemanfaatan terhadap Minat Berkelanjutan

Berdasarkan hasil uji parsial (t-hitung) diperoleh koefisien regresi 0,771 dan t-hitung sebesar 5,616 dengan signifikansi sebesar 0,000 dalam pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap minat berkelanjutan, yang artinya persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkelanjutan penggunaan mobile banking (BRImo) pada nasabah bank BRI unit Tanggul, Jember, sehingga hipotesis pertama diterima.

Hal ini menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan dapat mempengaruhi minat penggunaan berkelanjutan aplikasi BRImo pada nasabah bank BRI unit Tanggul. Nasabah yang merasa memperoleh manfaat melalui aplikasi BRImo akan tertarik untuk melakukan transaksi melalui aplikasi tersebut. Selain itu nasabah merasa dengan adanya aplikasi ini proses transaksi akan dapat dilakukan secara efisien dan efektif. Dengan demikian, hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Sudarti dan Susanti (2018).

Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Berkelanjutan

Berdasarkan hasil uji hipotesis dapat diketahui bahwa variabel persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap minat berkelanjutan penggunaan aplikasi BRImo di BRI tanggul, Jember. Hasil ini sesuai dengan teori dari penelitian Kwon dan Chidambaram (2000) yang berpendapat bahwa bila konsumen merasa suatu produk mudah digunakan maka mereka akan cenderung berminat untuk memakai produk tersebut.

Perolehan nilai mean tertinggi adalah indikator (X2.1) adalah pernyataan "Menurut saya, informasi dan menu pada aplikasi BRImo jelas." Dengan skor 4,33. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Davis (1989), dimana seseorang atau pengguna sistem informasi yakin bahwasanya teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami oleh pengguna, karena system yang digunakan sudah jelas.

Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Berkelanjutan

Nilai mean tertinggi ada pada indikator X3.4 dimana pernyataan tersebut berbunyi "Saya mengunduh aplikasi BRImo karena saya membutuhkan layanan perbankan online." Dengan skor 4,41. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang ditemukan oleh Kim (2008), yang mengatakan, bila risiko yang dipersepsikan semakin besar akibatnya niat untuk menggunakan fasilitas tersebut akan semakin berkurang, artinya BRImo dapat memberikan persentase risiko yang kecil terhadap para nasabahnya dalam bertransaksi, sehingga minat berkelanjutan dalam penggunaan aplikasi BRImo meningkat, selain karena

risiko buruk nya kecil, kegiatan transaksi berbasis teknologi nantinya juga akan semakin diperlukan. Faktanya pada bulan Maret, tahun 2020 kemarin, pemerintah sudah menetapkan agenda untuk mewujudkan apa yang disebut masyarakat digital atau cashless society (Pembayaran menggunakan smartphone, dan financial technology tanpa wujud uang kertas maupun koin), supaya transaksi yang dilakukan lebih aman, efisien dan juga praktis.

Implikasi Penelitian

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan melalui penyebaran kuisioner dengan media cetak kertas maka ditemukan implikasi manajerial yang berguna untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan mobile banking. Berdasarkan jawaban 150 responden yang merupakan nasabah BRI unit Tanggul, ditemukan bahwa nasabah BRI unit Tanggul, Jember memiliki pendapatan 1-5 juta dan mempunyai pekerjaan yang beragam, pendidikan yang ditempuh juga minimal S1, dan setelah diberlakukan survey, nasabah merasa bahwa pernyataan yang menyatakan bahwa BRIMO menunjang aktivitas sehari-hari, terutama yang berkaitan dengan perbankan, sangat berhubungan atau dapat dipahami, karena memang dirasakan setiap individunya, pernyataan dengan standar deviasi tertinggi yang berbunyi bahwa proses bertransaksi lebih diminati dibandingkan harus datang ke teller kantor cabang, hal ini dikarenakan adanya pembatasan sosial yang diberlakukan pasal adanya Covid 19, membuat para nasabah lebih memilih untuk transaksi dari rumah, serta teller BRI yang pelayanannya lambat, membuat para nasabah memilih untuk transaksi menggunakan *mobile banking*, daripada harus mengantre.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian, dapat disimpulkan bahwa Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan, dan Risiko berpengaruh secara signifikan terhadap Minat berkelanjutan penggunaan mobile banking BRI pada nasabah bank BRI unit Tanggul, Jember. Banyaknya manfaat yang didapatkan dari penggunaan mobile banking, kemudahan penggunaan fitur-fitur di dalam aplikasi, serta semakin berhubungannya penggunaan aplikasi mobile banking pada kehidupan sehari-hari, akan secara otomatis meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan aplikasi tersebut.

Persepsi-persepsi yang berpengaruh juga didukung oleh adanya faktor-faktor dari luar seperti keadaan lingkungan (wabah covid 19), perubahan zaman (era digitalisasi), latar belakang nasabah, dan lain-lain, dengan adanya faktor-faktor pendukung ini, pengaruh dari persepsi kemanfaatan, kemudahan dan risiko menghasilkan keterlibatan atau keterhubungan secara signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi mobile banking milik BRI, secara berkelanjutan pada nasabah bank BRI unit Tanggul, Jember.

Saran dan Keterbatasan

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin mendalami model penelitian pengaruh persepsi terhadap minat berkelanjutan penggunaan mobile banking, masih terdapat banyak celah yang perlu dikembangkan. Masih ada beragam faktor-faktor yang membahas pengaruh minat penggunaan mobile banking, seperti persepsi kepercayaan, sikap, lingkungan, gaji, dan lain-lain. Oleh karena itu, model dapat dikembangkan dengan melihat lebih jauh latar belakang masing-masing nasabah, sehingga saran yang diberikan kepada perusahaan bisa lebih akurat.

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam proses pengambilan data, karena pengambilan data dilakukan secara langsung ke BRI Tanggul, Jember, maka dari itu membutuhkan waktu untuk tiba di lokasi pengambilan data, selain itu pengisian kuisioner menggunakan kertas sehingga akan ada kemungkinan responden tidak berkenan mengisi, mengingat adanya pandemi Covid-19 yang terjadi sehingga para nasabah terkadang masih waspada dan mengurangi kontak langsung dengan orang yang tidak dikenal.

REFERENSI

- Avoryo, P., Fang, J., & Odai, R. (2019). Factors Affecting Continuous Usage Intention of Mobile Banking in Tema and Kumasi. *International Journal of Business and Social Science*, 10. <https://doi.org/10.30845/ijbss.v10n3p11>
- Buka Rekening BRI | PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. (n.d.). Retrieved October 10, 2020, from <https://bukarekening.bri.co.id/digital-saving/>
- Davis, F. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*. <https://doi.org/10.2307/249008>

- Fanuel, P. N., Afita, R., Indriasari, T. F., Sfenrianto, & Wang, G. (2020). Popularity as an external factor that affecting the usage of mobile banking BCA by using technology acceptance model (TAM). *International Journal of Advanced Trends in Computer Science and Engineering*, 9(1), 673–677. <https://doi.org/10.30534/ijatcse/2020/94912020>
- Laksana, G. (2015). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kesesuaian terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 26(2), 86309.
- Mardhiyaturrositaningsih, & Mahfudz, M. (2020). Dampak pandemi covid-19 terhadap manajemen industri perbankan syariah: analisis komparatif. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 1–10.
- Priya, R., Gandhi, A., & Shaikh, A. (2018). Mobile banking adoption in an emerging economy: An empirical analysis of young Indian consumers. *Benchmarking: An International Journal*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/BIJ-01-2016-0009>
- Quester, P., & Lin Lim, A. (2003b). Product involvement/brand loyalty: Is there a link? *Journal of Product & Brand Management*, 12(1), 22–38. <https://doi.org/10.1108/10610420310463117>
- Saparudin, M., Rahayu, A., & Hurriyati, R. (2020). The influence of trust, perceived usefulness, and perceived ease upon customers' attitude and intention toward the use of mobile banking in Jakarta. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 18173195.
- Sayekti, F., & Putarta, P. (2016). Penerapan Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Pengujian Model Penerimaan Sistem Informasi Keuangan Daerah. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 9(3), 196–209.
- Sodikin, M. (2020). Competitive Advantages of Sharia Banks : Role of Ihsan Behavior and Digital Marketing in New Normal. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 2(1), 1–14.
- Sudarti, K., & Susanti, S. (2018). Sikap Terhadap M-Banking dan Dampaknya Terhadap Behavioral Intention To Adopt M-Banking (Studi Pada PT Bank Syariah Mandiri Semarang). *Jurnal Manajemen*, 8, 16.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R%D.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). 2000(2)_MS_Venkatesh_Davis.pdf. *Management Science*, 46(2), 186–204. [http://vvenkatesh.us/Downloads/Papers/fulltext/pdf/2000\(2\)_MS_Venkatesh_Davis.pdf](http://vvenkatesh.us/Downloads/Papers/fulltext/pdf/2000(2)_MS_Venkatesh_Davis.pdf)

LAMPIRAN

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linier Berganda dan Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.344	0.711		4.703	0.000
	Persepsi Kemanfaatan	0.265	0.047	0.449	5.616	0.000
	Persepsi Kemudahan	0.100	0.049	0.163	2.061	0.041
	Persepsi Risiko	0.201	0.054	0.261	3.748	0.000

Tabel 3. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Keterangan
1	Regression	241.447	3	80.482	71.382	0.000 ^b Signifikan
	Residual	164.613	146	1.127		
	Total	406.060	149			