

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN  
*MOBILE BANKING* DI SURAKARTA**



**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-Tugas dan Syarat-Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Program Studi S1 Manajemen  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta**

Disusun Oleh :

**MARITA AYU DEWANTI**

**18.11.0006**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA  
TAHUN 2022**

## HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nama : Marita Ayu Dewanti

NIM : 18.11.0006

Program Studi : S1 Manajemen

Judul : FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN *MOBILE*  
*BANKING* DI SURAKARTA.

Disetujui dan disahkan :

Hari : Jum'at

Tanggal : 17 Desember 2021

**Pembimbing**



**(Ginanjar Rahmawan, S.E., M.M., M.H)**

**Mengetahui,**

**Kepala Program Studi Manajemen**



**(Tri Ratna Pamikatsih, S.E., M.B.A)**

**NIDN. 0610119201**

## PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Marita Ayu Dewanti

NIM : 18.11.0006

Program Studi : S1 Manajemen

Judul : FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* DI SURAKARTA.

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan tim penguji Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta) dan diterima untuk memenuhi persyaratan memenuhi gelar Sarjana Manajemen.

Pada Hari : Jum'at

Tanggal : 28 Januari 2022

Tim Penguji

Tanda Tangan

Ketua : Heny Kurnianingsih, S.E., M.M

(  )

Anggota : Ginanjar Rahmawan, S.E., M.M., M.H

(  )

Mengetahui,

Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta



**Dr. Pardi., S.E., M.M., M.H**

**NIDN. 0620026601**

## PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Marita Ayu Dewanti

NIM : 18.11.0006

Program Studi : S1 Manajemen

Judul : FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN

### *MOBILE BANKING DI SURAKARTA*

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri. Apabila ternyata dikemudian hari ditemukan bahwa skripsi saya adalah hasil plagiat dari hasil karya orang lain, maka saya bersedia membatalkan/ menanggalkan gelar kesarjanaan saya atau saya bersedia diberikan sanksi sesuai dengan perundangan yang berlaku.

Pembuat Pernyataan ,



Marita Ayu Dewanti

## **MOTTO**

Dunia ini dipenuhi orang baik, jika kamu tidak menemukannya maka jadilah salah satunya

-Rini Yuliani-

Dua musuh terbesar kesuksesan adalah penundaan dan alasan

-Jaya Setiabudi-

## **PERSEMBAHAN**

Segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat-Nya dan juga kesempatan dalam menyelesaikan skripsi saya dengan segala kekurangannya. Segala syukur kuucapkan kepadamu ya Rabb, karena sudah menghadirkan orang-orang berarti disekeliling saya yang selalu memberi semangat dan doa sehingga skripsi yang saya susun ini dapat diselesaikan dengan baik.

Untuk karya yang sederhana ini, saya persembahkan untuk :

1. Ibuku tersayang Pujiyatmi, dan bapakku tersayang Kasimin terimakasih atas segala pengorbanan, kasih sayang, dukungan dan doa yang selalu dipanjatkan untuk keberhasilan putrimu ini.
2. Kakakku tersayang, Amin Nur dan Johan terimakasih untuk doa dan semangatnya.
3. Bapak Ginanjar Rahmawan selaku dosen pembimbing, terimakasih atas motivasi bimbingan serta doanya selama mengerjakan skripsi.
4. Teman-temanku S1 Manajemen A terimakasih untuk semangat dan motivasi, bimbingan serta doanya selama mengerjakan skripsi.
5. Temen-temenku seperjuangan Skripsi Rosiana, Oktavia, Mega, Mutia, Mely terimakasih untuk dukungan dan semangatnya dalam mengerjakan skripsi.
6. Manajemen angkatan 2018, yang selalu memberikan kontribusi waktu, tenaga, dan pikiran untuk kesuksesan penyelesaian skripsi ini.
7. Terima kasih juga kepada seluruh pihak terkait yang telah membantu secara langsung, maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kemudahan sehingga kami dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* DI SURAKARTA**. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta. Penulis menyadari bahwa telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan, serta dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga yang tak ternilai harganya atas dasar itu, pada kesempatan ini penulis dengan tulus dan ikhlas mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan setiap masalah yang penulis hadapi dalam proses penyusunan Skripsi ini kepada :

1. Bapak Dr. Pardi.,S.E., M.M., M.H, selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
2. Tri Ratna Pamikatsih,S.E.M.B.A selaku Kepala Program Studi S1 Manajemen
3. Bapak Ginanjar Rahmawan, S.E., M.M., M.H selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing serta mengarahkan penulis dalam proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.
4. Seluruh Dosen STIE Surakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan. Serta seluruh staff dan karyawan STIE Surakarta yang telah membantu selama masa perkuliahan.

## DAFTAR ISI

|                                      | Halaman |
|--------------------------------------|---------|
| HALAMAN JUDUL .....                  | i       |
| HALAMAN PERSETUJUAN .....            | ii      |
| HALAMAN PENGESAHAN.....              | iii     |
| HALAMAN PERNYATAAN .....             | iv      |
| MOTTO .....                          | v       |
| PERSEMBAHAN .....                    | vi      |
| KATA PENGANTAR .....                 | vii     |
| DAFTAR ISI .....                     | viii    |
| DAFTAR TABEL .....                   | x       |
| DAFTAR GAMBAR .....                  | xi      |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                | xii     |
| ABSTRAK .....                        | xiii    |
| BAB 1 : PENDAHULUAN .....            | 1       |
| A. Latar Belakang Masalah .....      | 1       |
| B. Rumusan Masalah .....             | 8       |
| C. Tujuan Penelitian .....           | 9       |
| D. Manfaat Penelitian .....          | 9       |
| BAB II : TINJUAN PUSTAKA .....       | 11      |
| A. Teori Yang Relevan .....          | 11      |
| B. Penelitian Terdahulu .....        | 21      |
| C. Kerangka Pemikiran Teoritis ..... | 23      |

|                                        |    |
|----------------------------------------|----|
| D. Hipotesis .....                     | 23 |
| BAB III : METODE PENELITIAN .....      | 27 |
| A. Objek Penelitian .....              | 27 |
| B. Jenis dan Sumber Data .....         | 27 |
| C. Populasi dan Sampel .....           | 28 |
| D. Metode Pengumpulan Data .....       | 30 |
| E. Definisi Oprasional Variabel .....  | 32 |
| F. Teknik Analisis Data .....          | 36 |
| BAB IV : PEMBAHASAN .....              | 42 |
| A. Gambaran Umum Obyek Penelitian..... | 42 |
| B. Identitas Responden .....           | 42 |
| C. Analisis Data .....                 | 45 |
| D. Pembahasan .....                    | 58 |
| BAB V : PENUTUP .....                  | 61 |
| A. Kesimpulan .....                    | 61 |
| B. Saran .....                         | 61 |
| DAFTAR PUSTAKA                         |    |
| LAMPIRAN                               |    |

## DAFTAR TABEL

Halaman

|                                                                            |    |
|----------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1 Fitur dan Layanan <i>Mobile Banking</i> .....                    | 3  |
| Tabel 1.2 Top Brand Indeks <i>Mobile Banking</i> dan Jumlah Pengguna ..... | 5  |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....                                       | 20 |
| Tabel 3.1 Skala <i>likers</i> .....                                        | 31 |
| Tabel 3.2 Definisi Operasional .....                                       | 33 |
| Tabel 4.1 Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....                   | 43 |
| Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....                        | 43 |
| Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pendapatan .....                      | 44 |
| Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....                                         | 46 |
| Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....                                      | 48 |
| Tabel 4.6. Hasil Uji Normalitas .....                                      | 50 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas .....                                | 51 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....                              | 52 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....                           | 55 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji t.....                                                | 55 |
| Tabel 4. 11Hasil Koefisien Determinasi .....                               | 57 |

## **DAFTAR GAMBAR**

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| Gambar 1. Kerangka Pikir..... | 23 |
|-------------------------------|----|

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Data Responden

Lampiran 3. Tabulasi Data

Lampiran 4. Hasil Output *IBM SPSS ver 23*

Lampiran 5. R tabel dan t tabel

## **ABSTRAK**

### **FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* DI SURAKARTA**

**Marita Ayu Dewanti**  
**18.11.0006**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *security*, *trust*, *perceived ease of Use* dan *Perceived Usefullnes* terhadap Penggunaan *Mobile Banking* di Surakarta. Metode penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan kuesioner, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Surakarta, dan metode untuk penarikan sampel yang digunakan adalah metode *accidental sampling*, di mana sampel yang diperoleh sebesar 100 responden. Teknik yang digunakan adalah teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas setelah ini melakukan Uji Asumsi Klasik dan dilakukan analisis regresi berganda dengan menggunakan alat uji *IBM SPSS ver 23*. Hasil dari penelitian ini adalah *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefullnes* berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* di Surakarta, sedangkan *security* dan *trust* tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* di Surakarta. Pengguna *mobile banking* diharapkan untuk lebih yakin dengan menggunakan *mobile banking* untuk mempermudah aktivitas layanan perbankan.

Kata Kunci : *security*, *trust*, *perceived ease of use*, *perceived usefullnes*, penggunaan *mobile banking*

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada era perkembangan zaman saat ini yang semakin maju, terutama dalam bidang teknologi yang sudah merubah sebagian besar kehidupan manusia. Salah satunya yaitu penggunaan internet yang memudahkan kita dan memberikan layanan digital untuk berbagai keperluan. Mobilitas dan kebutuhan informasi yang membuat gaya hidup masyarakat sekarang yang tidak terlepas dari perangkat teknologi pada saat ini.

Banyaknya pengguna internet di Indonesia tidak dapat dipungkiri bisa mendorong dunia bisnis untuk lebih maju dan berkembang. Internet menjadi salah satu media dalam mencari dan bertukar informasi. Teknologi informasi juga mendorong sektor bisnis dalam memanfaatkan internet, salah satunya yaitu dalam sektor perbankan yang mendorong kebutuhan masyarakat yang semakin tinggi. Industri perbankan adalah salah satu industri yang selalu mengikuti perkembangan teknologi informasi, dengan menampilkan keunggulan, biasanya perusahaan jasa seperti perbankan selalu menawarkan berbagai kemudahan layanan untuk memperoleh nasabah yang tentunya menggunakan daya dukung teknologi informasi.

Perkembangan teknologi yang semakin maju dan canggih memberikan pelayanan informasi perbankan terhadap nasabahnya melalui wireless dengan menggunakan teknologi pada *smartphone* untuk mendukung melakukan

aktivitas perbankan dengan kemudahan untuk bertransaksi, kecepatan dan kenyamanan nasabah untuk melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun.

Para industri perbankan bersaing dalam melakukan inovasi produk dan meningkatkan layanan perbankan yang berbasis elektronik. Peningkatan layanan yang berbasis teknologi informasi antara lain yaitu *sms banking*, *internet banking*, *mobile banking*, dan lainnya. Pada saat ini *mobile banking* menjadi prioritas, karena proses transaksi yang bisa dilakukan dimana dan kapanpun berada dengan menggunakan *smartphone* yang terhubung dengan jaringan internet. Hal tersebut menjadi perbaikan dari layanan bank terhadap nasabah, karena pada kenyataannya dalam proses transaksi perbankan setiap nasabah membutuhkan waktu kurang lebih 10 menit untuk berada dalam antrian, hal tersebut akan berdampak merugikan bagi nasabah karena waktu dan peluang bisnis tersita untuk bertansaksi di bank.

*Mobile banking* merupakan fasilitas layanan yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi online melalui *smartphone*. Menurut Nielsen (2004) *mobile banking* adalah sebuah terminal yang digunakan untuk bertransaksi dengan menggunakan *smartphone*. Namun masih banyak yang belum menggunakan *mobile banking* untuk melakukan transaksi keuangan. Hal ini karena terdapat kendala seperti kurangnya pengetahuan kemudahan dan manfaat dari *mobile banking* dan masih banyak nasabah yang lebih sering melakukan transaksi keuangan secara manual atau konvensional dengan datang langsung ke bank, selain itu bank menawarkan layanan yang dapat membantu mengurangi kerumitan metode konvensional.

Di Indonesia banyak bank yang sudah menawarkan layanan *mobile banking* diantaranya yaitu Bank Centra Asia (BCA), Bank Rakyat Indonesia (BRI), Bank Mandiri, Bank Negara Indonesia (BNI), Bank CIMB Niaga, dan beberapa bank lainnya. *Mobile banking* juga memiliki bukti fisik yaitu berupa desain dan fitur yang memudahkan kita untuk melakukan transaksi. Fitur-fitur yang terdapat pada *mobile banking* mempermudah kita untuk melakukan transaksi. Proses transaksi yang dilakukan lebih cepat dan mudah karena prosedur yang simpel. Banyak keunggulan *mobile banking* yang ditawarkan oleh masing-masing bank yang ada di Indonesia antara lain sebagai berikut :

Tabel 1.1

Fitur dan Layanan *Mobile Banking* Bank di Indonesia

| Nama <i>Mobile Banking</i> | Jenis Layanan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Brimo                      | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fitur pemabayaran angusran</li> <li>2. Pembukaan rekening baru</li> <li>3. Uang elektronik / Tbank</li> <li>4. Transfer kesesama rekening atau antar bank</li> <li>5. Akses info promosi</li> <li>6. Cek mutasi</li> <li>7. Tarik tunai tanpa kartu</li> <li>8. Penggunaan nama alias</li> <li>9. Isi pulsa</li> <li>10. Beli tiket</li> <li>11. Top up saldo</li> <li>12. Pembayaran scan Qris</li> <li>13. Info kurs dan saham</li> </ol> <p>Sumber : <a href="https://promo.bri.co.id">https://promo.bri.co.id</a></p> |
| Livin Mandiri              | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengecekan saldo</li> <li>2. Linkage e-wallet</li> <li>3. Tarik tunai tanpa kartu</li> <li>4. Quick pick</li> <li>5. Transfer kesesama rekening atau antar rekening</li> <li>6. Pembayaran tagihan</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

|               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|               | 7. Pembukaan rekening baru<br>Sumber : <a href="https://bankmandiri.co.id">https://bankmandiri.co.id</a>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| BCA Mobile    | 1. M-info (informasi saldo, mutasi rekening, info kurs, info suku bunga tabungan, info kode bank, info kode perusahaan, info nomor kupon undian Gebyar Tahapan BCA, info rekening deposito, info NAB dan reksadana, info saldo dan transaksi, info RDN)<br>2. M-Transfer (Transfer ke rekening BCA dan bank lain)<br>3. M-Payment (Pembayaran berbagai macam tagihan kartu kredit, PLN, PAM, Handphone, telepon, dan lainnya)<br>4. M-Commerce (Pembelian pulsa isi ulang, PLN Prabayar, dan lainnya)<br>5. M-Admin (aktivitas, ganti pin, dan lainnya)<br>Sumber : <a href="https://www.klikbca.com">https://www.klikbca.com</a> |
| BNI M-banking | 1. Rekeningku<br>2. Transfer ke sesama rekening atau bank lain<br>3. Pembayaran<br>4. Pembelian<br>5. Investasi<br>6. Administrasi<br>Sumber : <a href="https://www.bni.co.id/">https://www.bni.co.id/</a>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| OCTO Mobile   | 1. Pembukaan rekening<br>2. Pembukaan deposito dan tabungan berjangka<br>3. Layanan transfer<br>4. Isi saldo<br>Sumber: <a href="https://www.cimbniaga.co.id/id/">https://www.cimbniaga.co.id/id/</a>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

Jumlah pengguna *mobile banking* di empat negara Asia Pasifik yaitu India, Indonesia, Filipina dan Vietnam dapat meningkat sekitar 290 juta dalam 3 tahun mendatang. Perkiraan terbaru oleh grup keuangan internasional Una Financial, jumlah tersebut akan melonjak 75% dari 278 juta pengguna pada tahun 2019. Di Indonesia pengguna *mobile banking* diperkirakan tumbuh dari 36 juta menjadi 88 juta pengguna secara keseluruhan. Berikut data pengguna *mobile banking* pada tahun 2021 di beberapa bank yang ada di Indonesia :

Tabel 1.2

TOP Brand Indeks menurut kategori *Mobile Banking* dan Jumlah Pengguna di Indonesia

| Nama <i>Mobile Banking</i> | TBI    | Kategori | Jumlah Pengguna |
|----------------------------|--------|----------|-----------------|
| m-BCA                      | 47.5 % | TBI      | 18 Juta         |
| BRIMO                      | 17.0 % | TOP      | 14.15 Juta      |
| BNI <i>Mobile Banking</i>  | 14.0 % | TOP      | 9,9 Juta        |
| Livin Mandiri              | 12.9 % | TOP      | 9,8 Juta        |
| OCTO <i>Mobile</i>         | 4.1 %  | TOP      | 2,4 Juta        |

Sumber : Top Brand Indeks Kategori Banking, 2021

Berdasarkan tabel 1.2, BCA dengan m-BCA menjadi layanan yang mendapatkan kepercayaan tinggi bagi sebagian nasabah di Indonesia dengan jumlah pengguna paling banyak, sedangkan bank BRI dengan layanan *mobile banking* BRIMO berada di urutan kedua, bank BNI dengan layanan BNI *mobile banking* pada urutan ketiga, dan bank Mandiri dengan Livin Mandiri serta bank Cimb Niaga dengan layanan *mobile banking* OCTO *Mobile* berada di urutan keempat dan kelima. Dari data tersebut bahwa pengguna *mobile banking* di Indonesia yang dicerminkan dengan kelima bank tersebut sudah banyak yang menggunakan *mobile banking*.

Penggunaan *mobile banking* dalam melakukan transaksi perbankan jelas memberikan banyak keuntungan baik untuk nasabah ataupun untuk perusahaan penyedia jasa perbankan. Nasabah akan memperoleh informasi dan layanan perbankan dengan cepat dan efisien. Sementara bagi penyedia jasa perbankan, adanya teknologi *mobile banking* bisa membantu mereka dalam

melakukan efisiensi terhadap jumlah biaya operasional Hadi & Novi (2015) dalam Nadia Permata Novi, (2020).

Banyak faktor yang menjadi bahan pertimbangan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* dan yang menjadi faktor untuk memberikan keyakinan nasabah dalam menggunakan layanan tersebut. Salah satu faktornya adalah kepercayaan, yaitu kepercayaan suatu pihak pada pihak lainnya untuk melakukan hubungan antar kedua pihak berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang akan dipercayai akan mampu memenuhi segala kewajiban yang sesuai harapan dari nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Hal ini disebabkan karena masih banyak nasabah meragukan keamanan dan kendala aplikasi *mobile banking*. Sharman & Govindaluri, (2017) dalam Deni Wardani (2021).

Faktor lainnya yaitu keamanan, merupakan persepsi nasabah dengan kemampuan bank untuk melindungi informasi personal yang didapat dari transaksi elektronik terhadap penggunaan yang tidak berwenang. Keamanan data merupakan hal yang penting diperhatikan dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Keamanan transaksi elektronik membuat nasabah merasa yakin bahwa kerahasiaan data pribadinya terjamin saat berinteraksi melalui *mobile banking* (Abdul Hamid, Early Ridho Kismawadi, 2020)

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan suatu tingkatan bahwa sistem teknologi tertentu dapat digunakan dengan mudah. Kemudahan dalam penggunaan *mobile banking* dapat menyebabkan nasabah terus menggunakannya. Desain yang tepat, penggunaan aplikasi *mobile banking*

mudah untuk dipelajari dan dipahami, serta lebih fleksibel penggunaanya dan mudah mengoperasikan *mobile banking*, hal tersebut dapat memberikan dorongan kepada pengguna untuk menerima aplikasi tersebut. Hal ini menjadi faktor untuk menentukan sikap pengguna menjadi tertarik dan menentukan arah sikap dalam menggunakan sistem tersebut dalam kegiatan pekerjaannya Giovanis et al, (2012) dalam Deni Wardani, (2021)

Faktor lain yang tidak kalah penting yaitu faktor manfaat, dimana manfaat dapat mengukur sejauh mana seseorang akan percaya dengan menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya dan mendapatkan manfaat. Semakin besar manfaat yang diterima terhadap penggunaan *mobile banking* maka akan semakin meningkat keinginan untuk terus menggunakan *mobile banking* Abdul Hamid, Early Ridho Kismawadi (2020)

Berdasarkan penelitian oleh Risma Afifah (2017) dengan judul penelitian Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan dan Ketersediaan Fitur terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Mandiri menunjukkan Variabel Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan dan Ketersediaan Fitur berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*. Abdul Hamid, Early Ridho Kismawadi (2020) dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Manfaat dan Kemudahan terhadap Penggunaan Mobile Banking” menunjukkan variabel kepercayaan, keamanan, manfaat, dan kemudahan memiliki pengaruh signifikan. Penelitian yang dilakukan oleh Sheella Mardatilla (2019) dengan judul ‘Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan

Penggunaan dan Persepsi Kegunaan pada Generasi X dan Y terhadap Penggunaan Layanan *Mobile Banking*” menunjukkan hasil persepsi kemudahan dan penggunaan pada generasi Y berpengaruh signifikan sedangkan pada generasi X tidak memiliki pengaruh signifikan. Penelitian Deni Wardani (2021) dengan judul “Faktor-faktor Pengaruh Penggunaan *Mobile Banking*” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan berpengaruh signifikan.

Penelitian Sally Lau, Mochammad Nugraha Reza Pradana (2021) dengan judul penelitian “Pengaruh Keamanan, Kecepatan Transaksi dan Kenyaman terhadap Penggunaan *Mobile Payment*” menunjukkan hasil bahwa keamanan dan kenyamanan mempengaruhi penggunaan *mobile payment*, sedangkan kecepatan transaksi tidak berpengaruh signifikan. Penelitian ini akan dilakukan di Surakarta karena untuk melihat apakah ada persamaan hasil jika dilakukan di tempat yang berbeda. Berdasarkan uraian diatas, terdapat perbedaan hasil penelitian terdahulu sehingga menjadi menarik untuk diteliti kemudian diambil penelitian dengan judul “**Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan *Mobile Banking* Di Surakarta**”

#### **A. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjabaran latar belakang ini, maka perumusan masalah dapat di gambarkan dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah *Security* berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *Mobile Banking* ?
2. Apakah *Trust* berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *Mobile Banking*?
3. Apakah *Perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *Mobile Banking* ?
4. Apakah *Perceived usefullnes* berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *Mobile Banking* ?

#### **B. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui pengaruh *Security* terhadap penggunaan *mobile banking*.
2. Mengetahui pengaruh *Trust* terhadap penggunaan *mobile banking*.
3. Mengetahui pengaruh *Perceived ease of use* terhadap penggunaan *mobile banking*.
4. Mengetahui pengaruh *Perceived usefullnes* terhadap penggunaan *mobile banking*.

#### **C. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan peneliti adalah :

1. Manfaat Empiris

Penelitian ini bermanfaat untuk memperluas wawasan dan pengetahuan mahasiswa mengenai gambaran tentang perilaku konsumen terhadap penggunaan *mobile banking*.

## 2. Manfaat Praktis

### a) Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat untuk menambah pengalaman dan pengetahuan penulis tentang faktor yang mempengaruhi penggunaan *mobile banking*.

### b) Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian diharapkan memberikan kontribusi dalam pengembangan teori dan dapat menjadi referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan faktor yang mempengaruhi penggunaan *mobile banking*.

### c) Bagi Bank

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat, informasi tambahan yang dapat digunakan sebagai evaluasi yang bermanfaat

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Teori yang Relevan**

##### **1. *Security* (Keamanan)**

Pengertian *security* yaitu keadaan di mana bebas dari bahaya dan minimnya resiko. Menurut Enck, Ontang, and Daniel (2009), *Security* adalah kepercayaan konsumen bahwa data pribadi dari konsumen tidak akan dilihat, disimpan, dan bahkan dimanipulasi oleh pengguna lain. Menurut Budi *Rahardjo* (2005), *security* merupakan cara kita untuk mencegah penipuan atau mendeteksi penipuan pada sebuah sistem informasi dan informasi tersebut tidak memiliki arti fisik. Menurut Lee (2009) *security* merupakan faktor penting dalam layanan internet banking yang dapat meningkatkan kepercayaan nasabah untuk terus menggunakannya. Semakin tinggi tingkat keamanan yang diberikan maka akan semakin berminat pula konsumen untuk bertransaksi menggunakan layanan yang diberikan. Menurut Aprilia (2018) persepsi keamanan merupakan persepsi yang dapat menunjukkan tingkat keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap keamanan teknologi tersebut.

Menurut Flavian dan Guinaliu (2006) aspek dalam menentukan *security* sebagai berikut :

- a) *Authentication* yaitu verifikasi identitas dari pengguna serta mengkonfirmasi benar atau tidaknya bahwa dia adalah pengguna yang sebenarnya.
- b) *Confidentiality* yaitu bahwa pengirim dan penerima yang hanya bisa membaca isi pesan.
- c) *Integrity* yaitu isi transaksi dan pesan tidak dapat diubah datanya baik secara sengaja maupun tidak sengaja.
- d) *Non-repudiation* yaitu mekanisme yang dapat menjamin bahwa pihak yang bersangkutan tidak dapat mengklaim atas transaksi yang sudah dilakukan.

## 2. **Trust (Kepercayaan)**

*Trust* atau kepercayaan adalah suatu penilaian antara dua pihak maupun lebih yang terjadi jika masing-masing pihak saling mempercayai. Menurut Mower dan Minor (2017, 116) kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen serta semua kesimpulan yang dibuat tentang sebuah objek, atribut serta manfaat dan kegunaannya. Menurut Ba dan Pavlou (2002) dalam Farizi (2014) kepercayaan didefinisikan sebagai penilaian suatu hubungan dengan seseorang yang melakukan transaksi tertentu yang sesuai dengan harapan.

Menurut Priansa (2017: 116) seseorang memiliki kepercayaan karena dibangun dengan sejumlah karakteristik, yaitu sebagai berikut :

a) Menjaga Hubungan

Konsumen yang percaya akan selalu menjaga hubungan yang baik antara dirinya dengan perusahaan karena menjaga hubungan akan memberikan dampak yang baik serta menguntungkan untuk dirinya.

b) Menerima Pengaruh

Konsumen yang mempunyai kepercayaan yang tinggi mudah untuk dipengaruhi.

c) Terbuka dalam Komunikasi

Konsumen yang mempunyai kepercayaan tinggi terhadap perusahaan akan memberikan informasi konstruktif bagi perusahaan.

d) Mengurangi Pengawasan

Konsumen yang mempunyai kepercayaan akan jarang untuk mengkritik sehingga bisa mengurangi fungsi pengawasan terhadap perusahaan pemasar.

e) Kesabaran

Konsumen yang mempunyai kepercayaan akan memiliki rasa sabar yang lebih.

f) Memberikan Pembelaan

Konsumen yang mempunyai kepercayaan akan memberi pembelaan kepada perusahaan ketika produk yang digunakannya dikritik.

g) Memberi Informasi yang Positif

Konsumen yang mempunyai kepercayaan akan memberikan nilai lebih serta informasi yang positif.

h) Menerima Resiko

Konsumen yang mempunyai kepercayaan akan menerima apapun resiko ketika konsumen tersebut memutuskan untuk mengkonsumsi sebuah produk.

i) Kenyamanan

Konsumen yang percaya secara tidak langsung akan melakukan pembelian berulang-ulang.

j) Kepuasan

Konsumen yang percaya mudah untuk memberikan kepuasan terhadap produk yang digunakannya.

Knight et al (2002) menyatakan ada tiga elemen yang membangun persepsi kepercayaan, yaitu *benevolence*, *integrity*, *competence*.

- a) *Benevolence* (niat baik) merupakan kepercayaan seseorang terhadap produsen untuk berperilaku baik terhadap konsumen.
- b) *Integrity* (integritas) merupakan keyakinan seseorang kepada produsen untuk menjaga dan memenuhi perjanjian yang telah dibuat.
- c) *Competence* (kompetensi) merupakan keyakinan seseorang kepada produsen yang memiliki kemampuan untuk membantu konsumen dalam melakukan sesuatu.

### 3. *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan)

Persepsi kemudahan pengguna merupakan kemudahan seseorang dalam menggunakan teknologi untuk kegiatan yang diinginkan serta dapat berinteraksi dengan mudah dan bebas. Davis (1989) mendefinisikan *perceived ease of use* sebagai tingkatan seseorang percaya untuk menggunakan suatu sistem tertentu dengan mudah. Menurut Novi (2003: 320) *Perceived ease of use* merupakan penilaian seseorang terhadap teknologi bahwa tidak perlu mempunyai kemampuan untuk menggunakannya. Menurut Jogiyanto (2009) persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.

Menurut Davis (1989) dimensi yang digunakan untuk *perceived ease of use* (dalam Debby Cynthia Kumala, Joshua Wilson Pranata, Sienny Thio, 2020) yaitu sebagai berikut :

- a) *Easy to learn* yaitu seseorang yang mempelajari teknologi dengan mudah serta menganggap teknologi tersebut mudah untuk digunakan, sebaliknya jika seseorang sulit untuk mempelajari teknologi maka akan menganggap teknologi tersebut susah untuk digunakan.
- b) *Easy to understand* yaitu seseorang yang merasa mudah untuk memahami teknologi dan menganggap teknologi tersebut mudah untuk digunakan dan sebaliknya jika seseorang sulit untuk memahami teknologi maka menganggap teknologi tersebut tidak mudah untuk digunakan.

- c) *Effortless* yaitu seseorang yang merasa mudah menggunakan teknologi secara ringkas dan sebaliknya jika tidak dapat digunakan secara ringkas, maka teknologi tersebut susah untuk digunakan.
- d) *Easy of use* yaitu seseorang yang merasa mudah untuk menggunakan teknologi dan merasa kepercayaannya semakin meningkat dengan teknologi tersebut, dan sebaliknya jika seseorang merasa teknologi tersebut sulit digunakan dan rasa percaya terhadap teknologi menjadi menurun.

Semakin tinggi *perceived ease of use* yang dirasakan oleh pengguna, Pengguna merasakan dengan menggunakan *mobile banking* menjadi mudah dipahami dan dipelajari.

#### **4. *Perceived Usefulness* (Persepsi Manfaat)**

Menurut Davis (1989) *perceived usefulness* didefinisikan sejauh mana seseorang percaya untuk menggunakan suatu sistem guna meningkatkan kinerja pekerjaannya. Jogiyanto (2007: 114) *perceived usefulness* merupakan persepsi seseorang yang percaya bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.

Menurut Davis (1989), aspek yang digunakan untuk *perceived usefulness* (dalam Kumala, dkk 2020) yaitu sebagai berikut :

- a) *Work more quickly* adalah seseorang yang berhasil menyelesaikan suatu pekerjaannya secara cepat dengan teknologi yang membuat bahwa teknologi tersebut bermanfaat, dan sebaliknya apabila seseorang

menggunakan teknologi dan tidak dapat menyelesaikan suatu pekerjaan dengan cepat, maka seseorang akan beranggapan bahwa teknologi yang digunakan tidak ada manfaatnya.

- b) *Usefull* adalah seseorang yang merasa bahwa menggunakan teknologi sangat bermanfaat untuk pekerjaannya serta kepercayaan terhadap teknologi tersebut meningkat, dan sebaliknya apabila seseorang merasa bahwa menggunakan teknologi tidak ada manfaatnya maka kepercayaan kepada teknologi tersebut menjadi menurun.
- c) *Effectiveness* yaitu seseorang yang menggunakan teknologi untuk menyelesaikan pekerjaannya secara efektif dan menganggap bahwa dengan menggunakan teknologi tersebut sangat bermanfaat dan berguna, dan sebaliknya jika seseorang merasa menggunakan teknologi tetapi tidak dapat menyelesaikan pekerjaannya secara efektif, maka hal tersebut membuat seseorang tidak percaya untuk menggunakan teknologi.
- d) *Easier* yaitu seseorang yang merasa mudah menggunakan teknologi untuk pekerjaannya dan merasa ada manfaat, dan sebaliknya jika seseorang merasa menggunakan teknologi tetapi tidak mempermudah dalam pekerjaannya, maka seseorang tersebut merasa teknologi tidak ada manfaatnya.
- e) *Performance* yaitu seseorang yang merasa dengan menggunakan teknologi performanya menjadi meningkat, maka seseorang menganggap teknologi tersebut bermanfaat baginya, dan sebaliknya

jika seseorang merasa menggunakan teknologi, tetapi performa kerjanya menjadi menurun, maka seseorang akan menganggap teknologi tersebut tidak bermanfaat.

## 5) Penggunaan *Mobile Banking*

Bank menyediakan layanan *Mobile Banking* untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan alternatif media untuk melakukan transaksi. Dengan adanya *Mobile Banking*, masyarakat tidak lagi mengantri di kantor-kantor bank atau ATM, karena saat ini banyak transaksi perbankan dapat dilakukan dimanapun, kapanpun dengan mudah dan praktis melalui *smartphone*. Contohnya adalah transfer dana antar rekening maupun antar bank, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, maupun pengecakan mutasi dari saldo rekening. Hampir semua bank di Indonesia menyediakan fasilitas *Mobile Banking*.

*Mobile banking* adalah langkah awal evolusi bank menjadi *financial service provider* (FSP). Dalam hal ini bank tidak hanya sebagai tempat menyimpan dan menyalurkan uang. Sebagai FSP, bank di masa depan berfungsi mengelola keuangan nasabahnya. Salah satunya dalam pembayaran tagihan, sampai merencanakan dana pensiun. Layanan-layanan ini bersifat personal serta disesuaikan karakteristik nasabahnya.

Menurut Riswandi dan Agus (2005; 83) *mobile banking* merupakan layanan perbankan inovatif yang memungkinkan nasabah atau pengguna melakukan transaksi dengan *smartphone*. *Mobile banking* adalah bagian

dari *electronic banking* yang menggunakan teknologi *mobile phone*. Ada dua macam bentuk mobile banking yaitu SMS-banking yang diakses dengan mengirimkan pesan tertulis dan WAP-banking untuk *mobile internet service* yang diakses via GPRS (internet) connection. *Mobile banking* menjadi pilihan karena mudah digunakan, praktis, lebih aman, bersahabat, dan nyaman.

Menurut Wulandari (2017) *mobile banking* secara umum digolongkan menjadi 3 yaitu :

a) *Informational* (memberi informasi)

Di dalam sistem hanya memuat informasi mengenai produk serta layanan yang dimiliki oleh suatu bank. Resiko pada sistem ini tergolong rendah, karena tidak terhubung langsung dengan server dan jaringan yang ada di bank, tetapi hanya terhubung dengan server hosting situs.

b) *Communicative* (komunikatif)

Tipe ini lebih bersifat interaktif dibandingkan tipe yang pertama. Pada tipe ini, memungkinkan terjadinya interaksi antara nasabah dengan sistem pada bank. Interaksi tersebut berupa informasi saldo, laporan transaksi, pengubahan data, maupun formulir keanggotaan layanan dari bank yang bersangkutan. Resiko dalam sistem ini lebih besar dibandingkan dengan resiko tipe pertama, dikarenakan adanya hubungan nasabah dengan beberapa server pada jaringan di bank. Maka dari itu perlu pengawasan dan penjagaan lebih dalam sistem ini, untuk

mencegah penyusupan serta dapat merusak program-program dalam sistem seperti virus, trojan dan lainnya.

c) *Transactional* (melakukan transaksi)

Tipe yang terakhir ini merupakan tipe yang paling lengkap dibandingkan dengan tipe yang lainnya, pada umumnya juga memuat sistem pada dua tipe sebelumnya. Pada tipe ini, nasabah memungkinkan untuk melakukan transaksi secara langsung. Karena sistem ini memiliki jalur langsung ke server utama dan jaringan yang ada di bank, serta memiliki resiko yang cukup besar. Oleh karena itu, kontrol ketat sangat diperlukan dalam sistem ini.

Menurut Davis (1989) penggunaan sistem adalah kondisi nyata penggunaan sistem. Dikonsepkan dalam bentuk pengukuran terhadap frekuensi dan durasi penggunaan teknologi. Seseorang akan puas menggunakan sistem jika mereka meyakini bahwa sistem tersebut mudah digunakan dan akan meningkatkan produktivitas mereka, yang tercermin dari kondisi nyata penggunaan. *Mobile banking* sebagai salah satu aplikasi sistem juga dapat digunakan untuk meningkatkan produktivitas penggunaannya. Oleh karena itu, penggunaan *mobile banking* dapat diartikan sebagai kondisi nyata penggunaan layanan *mobile banking* oleh nasabah.

## B. Penelitian Terdahulu

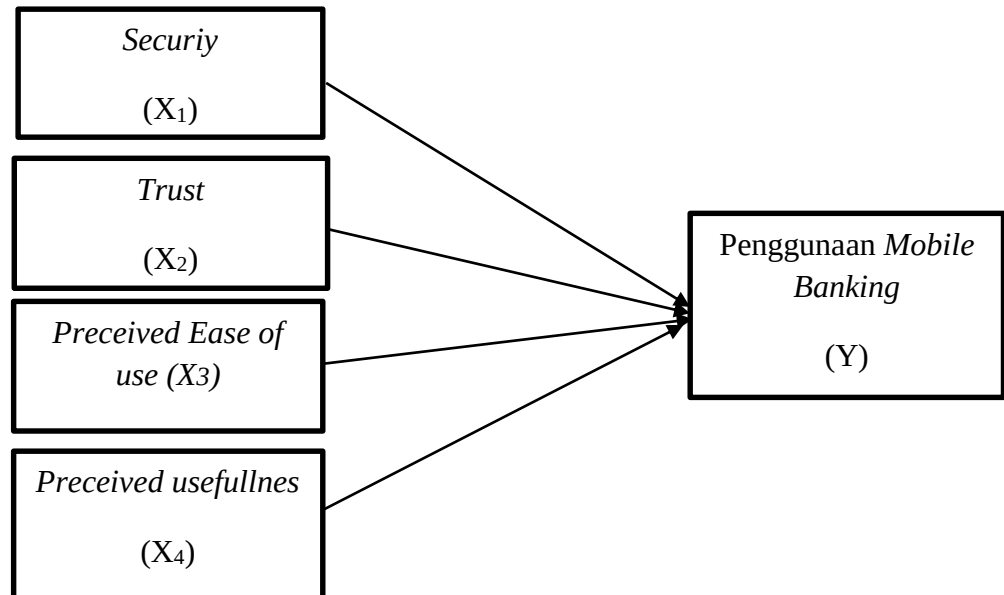
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

| No | Penulis dan Tahun                               | Judul                                                                                                                                       | Hasil                                                                                                                                                                                                         |
|----|-------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Risma Afifah (2017)                             | Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan dan Ketersediaan Fitur terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah Mandiri              | Variabel Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan dan Ketersediaan Fitur berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i>                                                                              |
| 2. | Muhammad Abdurrahim Suwandi, Elvira Aziz (2018) | Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan <i>E-money</i> pada Generasi Millenials (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 IPB)                      | <i>Variabel culture</i> dan <i>effort expectancy</i> tidak memiliki pengaruh, sedangkan variabel <i>perceived security</i> , <i>performance expectancy</i> dan <i>social influence</i> berpengaruh signifikan |
| 3. | Sheila Mardatilla (2019)                        | Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan pada Generasi X dan Generasi Y terhadap Penggunaan Layanan <i>Mobile Banking</i> | Persepsi Kemudahan dan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Generasi Y sedangkan pada Generasi X tidak berpengaruh signifikan                                                               |
| 4. | Abdul Hamid, Early Ridho Kismawadi (2020)       | Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Manfaat dan Kemudahan terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i>                                             | Variabel Kepercayaan, Keamanan, Manfaat dan Kemudahan berpengaruh signifikan                                                                                                                                  |
| 5. | Nadia Permata Yoni (2020)                       | Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Resiko dan Kepercayaan terhadap Penggunaan                                                                   | Variabel kemudahan penggunaan, risiko, dan                                                                                                                                                                    |

|    |                                                  |                                                                                                 |                                                                                                                                             |
|----|--------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                  | Layanan Mobile Banking Bank BNI Syariah Kantor Cabang Kota Madiun                               | kepercayaan berpengaruh signifikan                                                                                                          |
| 6. | Sally Lau, Mochammad Nugraha Reza Pradana (2021) | Pengaruh Keamanan, Kecepatan Transaksi dan Kenyamanan terhadap Penggunaan <i>Mobile Payment</i> | Keamanan dan Kenyamanan berpengaruh signifikan, sedangkan Kecepatan Transaksi tidak berpengaruh signifikan                                  |
| 7. | Deni Wardani (2021)                              | Faktor-faktor Pengaruh Penggunaan <i>Mobile Banking</i>                                         | Variabel Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i> |

### C. Kerangka Pikir

Untuk lebih jelasnya pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen dapat dilihat pada gambar kerangka berikut ini :



Gambar 1. Kerangka Pikir

Keterangan :

Dari kerangka pikir diatas variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *CyberSecurity (X1)*, *Trust (X2)*, *Perceived ease of use (X3)*, *Perceived Usefullnes (X4)*. Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi dari variabel bebas. Dalam penelitian variabel dependen atau terikat yaitu *Penggunaan Mobile Banking (Y)*.

### D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian ini dinyatakan dalam

bentuk pertanyaan. Hipotesis dalam penelitian ini berkaitan ada tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.  $H_a$  merupakan hipotesis yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan dan  $H_0$  merupakan hipotesis yang menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan. Adapun rumusan atas pengujian yang dilakukan di sini adalah :

1. Pengaruh *Security* terhadap Penggunaan *Mobile Banking*

Menurut Abdul Hamid, Early Ridho Kismawadi (2020) meneliti tentang Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Manfaat dan Kemudahan terhadap Penggunaan *Mobile Banking*, dengan hasil Variabel Kepercayaan, Keamanan, Manfaat dan Kemudahan berpengaruh signifikan. Istiqomah (2020) dengan judul penelitian Pengaruh Pengetahuan, Keamanan dan Kemudahan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* Pembayaran Online UKT Mahasiswa Uin Raden Intan Lampung (Studi pada mahasiswa FEBI & Tarbiyah) menunjukkan bahwa variabel pengetahuan dan keamanan memiliki pengaruh signifikan, sedangkan variabel kemudahan penggunaan tidak memiliki pengaruh signifikan. Untuk itu peneliti ingin menguji kembali variabel tersebut, dari beberapa penjelasan tersebut hipotesis penelitian ini adalah :

**H2 : Diduga *security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *Mobile Banking*.**

2. Pengaruh *Trust* terhadap penggunaan *mobile banking*

Menurut Risma Afifah (2017) meneliti tentang Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan dan Ketersediaan Fitur terhadap Penggunaan

*Mobile Banking* Bank Syariah Mandiri, dengan hasil menunjukkan Variabel Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan dan Ketersediaan Fitur berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan *Mobile Banking*. Penelitian oleh Deni Wardani (2021) yang berjudul Faktor-faktor Pengaruh Penggunaan *Mobile Banking*, dengan hasil penelitian menunjukkan variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan terhadap sikap penggunaan, dan kebiasaan penggunaan *mobile banking* nasabah bank pemerintah. Untuk itu peneliti ingin menguji kembali variabel tersebut. Dari beberapa penjelasan tersebut hipotesis penelitian ini adalah :

**H2 : Diduga *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *Mobile Banking*.**

3. Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap Penggunaan *Mobile Banking*

Deni Wardani (2021) meneliti tentang Faktor-faktor Pengaruh Penggunaan *Mobile Banking*, dengan hasil penelitian Variabel Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan *Mobile Banking*. Listyawati (2018) dengan judul penelitian Pengaruh Persepsi *Trust*, Persepsi Resiko, Persepsi Keamanan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Penggunaan Internet Banking, dengan hasil menunjukkan *trust*, persepsi keamanan dan persepsi kemudahan berpengaruh signifikan, sedangkan persepsi resiko tidak berpengaruh. Untuk itu peneliti ingin menguji

kembali variabel tersebut. Dari beberapa penjelasan tersebut hipotesis penelitian ini adalah :

**H3 : Diduga *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *Mobile Banking*.**

4. Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap Penggunaan *Mobile Banking*

Shella Mardatilla (2019) dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan pada Generasi X dan Generasi Y terhadap Penggunaan Layanan *Mobile Banking*. Persepsi Kemudahan dan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Generasi Y sedangkan pada Generasi X tidak berpengaruh signifikan. Menurut Abdul Hamid, Early Ridho Kismawadi (2020) meneliti tentang Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Manfaat dan Kemudahan terhadap Penggunaan *Mobile Banking*, dengan hasil Variabel Kepercayaan, Keamanan, Manfaat dan Kemudahan berpengaruh signifikan. Untuk itu peneliti ingin menguji kembali variabel tersebut. Dari beberapa penjelasan tersebut hipotesis penelitian ini adalah :

**H4 : Diduga *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*.**

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan data yang diperoleh dengan cara pengumpulan data, pengolahan data dan telah dianalisis maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Security* tidak berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan *Mobile Banking* di Surakarta.
2. *Trust* tidak berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan *Mobile Banking* di Surakarta.
3. *Perceived Ease of Use* berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan *Mobile Banking* di Surakarta.
4. *Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan *Mobile Banking* di Surakarta.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil kesimpulan tersebut, adapun saran yang didapatkan terhadap penelitian ini yakni sebagai berikut :

1. Pada penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengkaji ulang pada variabel *Security* atau keamanan dan *Trust* atau kepercayaan, serta melakukan pengujian dengan variabel yang berbeda sehingga dapat memberikan hasil yang lebih akurat dari analisis, sebagai upaya untuk meningkatkan penggunaan *mobile banking*.

2. Penelitian ini tentu memiliki keterbatasan, peneliti memiliki ruang gerak yang terbatas untuk melakukan pengambilan data. Penyebaran kusioner hanya terbatas, untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar dapat melakukan pengambilan data dengan wilayah yang lebih luas, sehingga hasil penelitian dapat lebih digeneralisasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Hamid, Early Ridho, Kismawadi. 2020 “Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Manfaat dan Kemudahan terhadap Penggunaan *Mobile Banking*.”
- Al – Smadi, M dan S.A, Al-Wabel. (2012). *The Impact of E-banking on the Performance of Jordanian Banks. Journal of internet Banking and Commerce.*
- Ashari dan Santosa. 2005. *Analisis Statistic dengan Microsoft Exel dan SPSS*. Yogyakarta.
- Augusty Ferdinand. 2011, *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertai Ilmu Manajemen*, Edisi 3, AGF Books, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ba, Sulin, Paul A, Pavlo. 2002. Evidence of the Effect of Trust Building Technology in Electronic Market. Price Premiums and Buyer Behavior. *MIA Quartely*. 26. 243-246.
- Budi Rahardjo, *Laporan Keuangan Perusahaan, seri membaca, memahami, menganalisis*, Cetakan Pertama, Gajah Mada, Yogyakarta, 2005.
- Bungin, Burhan. 2011. *Perilaku Kualitatif*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group.
- Davis, F.D. 1989. “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology”. *MIS Quarterly*. Vol. 13, No. 5, Hal. 319-339.
- Deni Wardani. 2018. Faktor-faktor Pengaruh Penggunaan *Mobile Banking*.
- Donni Juni Priansa. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Social*. Bandung. Pustaka Setia.
- Flavian, C., dan Guinaliu, M. 2006. “Consumer Trust, Perceived Security and Privacy Policy: Three Basic Elements of Loyalty to a Website”. *Industrial Management Science*, 28, 725-737.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Hair, Joseph F. Jr. et al. 2010. *Multivariate Data Analysis 7<sup>th</sup> Edition*. England. Pearson Education Limited Harlow.
- I Istiqomah. 2020. Pengaruh Pengetahuan, Keamanan, dan Kemudahan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* Pembayaran Online UKT Mahasiswa Uin Raden Intan Lampung (Studi Pada Mahasiswa FEBI & Tarbiyah)

- Jahja, Yudrik. 2011. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta. Prenada Media.
- Jogiyanto, H. M. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta. BPFE.
- Knight, J.W. 2002. *The Starch Industry*. Oxford. Pergamon Press.
- Kotler, Philip, Keler, Kevin L. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajat. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta. Erlangga.
- Listyawati. 2018. Pengaruh Persepsi *Trust*, Persepsi Resiko, Persepsi Keamanan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Penggunaan *Internet Banking*.
- Maharai, Astri Dhiah, *Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Syariah Cabang Semarang* (Skripsi), Semarang: Universitas Diponegoro Semarang, 2010
- Mowen dan Minor. 2017. *Perilaku Konsumen*. Jakarta. Erlangga.
- Muhammad Abdurrahim Suwandi, Elvira Aziz. 2018. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan *E-Money* Pada Generasi Milenials (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 IPB)
- Nadia Permata Yoni. 2020. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Resiko dan Kepercayaan terhadap Penggunaan Layanan *Mobile Banking*.
- Nopy Ernawati, Lina Noersanti. 2020 "The Effect of Perceived Usefulness, Easy of Use, and Trust on Interest in Use in the Ovo Application."
- Raman, Arasu, and Viswanathan A. 2011. Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer. *IJCA Special Issue on "Wireless Information Networks & Business Information System"*. WINBIS
- Risma Afifah. 2017. Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan, dan Ketersediaan Fitur terhadap Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah Mandiri.
- Riswandi, Agus. 2005. *Aspek Hukum Internet Banking*. Jogjakarta. Persada.
- Sally Lau, Mochammad Nugraha Reza. 2021. Pengaruh Keamanan, Kecepatan Transaksi, dan Kenyamanan Terhadap Penggunaan *Mobile Payment*.
- Shella Mardatila. 2019. Analisa Pengaruh Kemudahan dan Persepsi Kegunaan pada Generasi X dan Generasi Y terhadap Penggunaan Layanan *Mobile Banking*.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung. Alfabeta.

Sugiyono. 2019. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.

Ventakesh, V Moris, M.G., Davis, G.B., and Davis F.D., 2003. "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*. Vol. 27, No. 3, Hal. 425-475.

Wulandari, N.P., & Moeliono, N.N. (2017) Analisis Faktor-Faktro Penggunaan Layanan Mobile Banking di Bandung. *Bisnis dan Iptek*

<https://promo.bro.co.id>

<https://bankmandiri.co.id>

<https://www.klikbca.com>

<https://www.bni.co.id>

<https://www.cimbniaga.co.id>

# LAMPIRAN

## Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

### FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN

#### MOBILE BANKING DI SURAKARTA

Saya Marita Ayu Dewanti dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta dengan program Studi S1 Manajemen, memohon ketersediaan saudara untuk mengisi kusioner ini secara lengkap, informasi yang diterima dari kusioner ini bersifat rahasia dan hanya digunakan sebagai kepentingan akademis saya. Atas partisipasi saudara saya ucapkan terimakasih

#### A. Identitas responden

Berikan tanda (✓) pada jawaban anda

1. Nama : .....
2. Jenis Kelamin : ☐ Perempuan ☐ Laki-laki
3. Usia :
4. Pekerjaan : ☐ Pelajar / Mahasiswa  
: ☐ Karyawan  
: ☐ Wirausaha  
: ☐ Lainnya.
5. Pendapatan per bulan : ☐ < Rp. 1.000.000.,  
☐ Rp. 1.000.000., - Rp 2.500.000.,  
☐ Rp. 2.500.000., - Rp. 5.000.000  
☐ > Rp. 5.000.000.,
6. Apakah anda pengguna *mobile banking* : ☐ Ya ☐ Tidak

#### B. Petunjuk pengisian

Berikan tanda (✓) pada kolom jawaban yang telah disediakan sesuai pendapat saudara.

Kriteria Penelitian :

**STS ( Sangat Tidak Setuju )**

**TS ( Tidak Setuju )**

**N ( Netral )**

**S (Setuju)**

**SS ( Sangat Setuju )**

| No | Pertanyaan                                                                                       | SS | S | N | TS | STS |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|---|----|-----|
| 1  | <b><i>Security</i></b>                                                                           |    |   |   |    |     |
|    | a. Saya merasa data pribadi pada Mobile Banking tersimpan dengan aman                            |    |   |   |    |     |
|    | b. Saya percaya bahwa informasi pribadi saya dilindungi                                          |    |   |   |    |     |
|    | c. Saya tidak khawatir tentang keamanan Mobile Banking                                           |    |   |   |    |     |
|    | d. Saya percaya keamanan bertransaksi di Mobile aBanking terjamin                                |    |   |   |    |     |
|    | e. Saya merasa aman dan yakin saat bertransaksi menggunakan Mobile Banking                       |    |   |   |    |     |
| 2. | <b><i>Trust</i></b>                                                                              |    |   |   |    |     |
|    | a. Saya merasa Mobile Banking memiliki performa yang baik                                        |    |   |   |    |     |
|    | b. Mobile Banking memberikan layanan sistem sesuai dengan harapan saya                           |    |   |   |    |     |
|    | c. Saya yakin Mobile Banking selalu memberikan yang terbaik bagi pengguna                        |    |   |   |    |     |
|    | d. Saya yakin Mobile Banking akan memberikan layanan sistem yang baik                            |    |   |   |    |     |
|    | e. saya yakin Mobile Banking merupakan aplikasi perbankan untuk bertransaksi online secara mudah |    |   |   |    |     |
|    | f. Saya merasa Mobile Banking memiliki fitur dan layanan yang lengkap                            |    |   |   |    |     |
| 3. | <b><i>Preceived Ease of Use</i></b>                                                              |    |   |   |    |     |

|    |                                                                                            |  |  |  |  |  |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
|    | a. Saya merasa jelas dan mengerti saat menggunakan layanan Mobile Banking                  |  |  |  |  |  |
|    | b. Saya merasa <i>Mobile Banking</i> dapat digunaka dengan mudah dimanapun dan kapanpun    |  |  |  |  |  |
|    | c. Sangat mudah bagi saya untuk menggunakan <i>Mobile Banking</i> dengan terampil          |  |  |  |  |  |
|    | d. Saya merasa <i>Mobile Banking</i> sangat fleksibel saat digunakan                       |  |  |  |  |  |
|    | e. Saya tidak mengalami kesulitan dalam menggunakan <i>Mobile Banking</i>                  |  |  |  |  |  |
| 4. | <b><i>Preceived Uefullnes</i></b>                                                          |  |  |  |  |  |
|    | a. Dengan <i>Mobile Banking</i> dapat meningkatkan efektivitas saya dalam bertransaksi     |  |  |  |  |  |
|    | b. Penggunaan <i>Mobile Banking</i> dapat membuat waktu saya tidak tersita                 |  |  |  |  |  |
|    | c. Dengan <i>Mobile Banking</i> memungkinkan saya lebih cepat dalam bertansaksi            |  |  |  |  |  |
|    | d. Dengan <i>Mobile Banking</i> memungkinkan saya lebih mudah untuk bertansaksi            |  |  |  |  |  |
|    | e. Manfaat <i>Mobile Banking</i> dapat menfhemat waktu dan biaya dalam melakukan transaksi |  |  |  |  |  |
|    | f. Penggunaan <i>Mobile Banking</i> dapat memperlancar berbagai macam transaksi            |  |  |  |  |  |
| 5. | <b><i>Penggunaan Mobile Banking</i></b>                                                    |  |  |  |  |  |
|    | a. Saya menggunakan layanan <i>Mobile Banking</i>                                          |  |  |  |  |  |
|    | b. Saya menggunakan <i>Mobile Banking</i> kapan saja                                       |  |  |  |  |  |