

# **Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah**

**Muhammad Habibi  
Achmad Zaky**

Universitas Brawijaya, Jl. MT. Haryono No 165, Malang

Email : habibi.muhammad795@gmail.com atau achmadzakysyeban@gmail.com

***Abstract: The Impact of Trust, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Enjoyment to Intention Usage Mobile Banking Syariah.*** *The objective of this research are who is treated examine the factors that influence intention to use mobile banking syariah by using modified of Theory Acceptance Model developed by Davis in 1989. This research was conducted at Economic and Business Faculty of Brawijaya University in malang. This research has got response from 61 students of Accounting Majors who ever mobile banking syariah. The result of analysis for this model shows that the perceived usefulness construct and perceived enjoyment construct affect the attitude and attitude affect the intention to use mobile banking syariah. Even though that trust construct and perceived ease of use construct did not influence the attitude to use mobile banking syariah. This means that the intention to use mobile banking syariah is influenced by the construct attitude and attitude is influenced by perceived usefulness construct and perceived enjoyment construct. This research is relevant to syariah bank to focus for perceived usefulness and perceived enjoyment to services mobile banking syariah.*

**Abstrak: Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah.** Penelitian ini memiliki tujuan menguji pengaruh minat individu dalam menggunakan *mobile banking syariah* dengan menggunakan modifikasi model *Theory Acceptance Model* yang dikembangkan Davis tahun 1989. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang. Penelitian ini memiliki responden sebanyak 61 orang mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Brawijaya Malang yang menggunakan *mobile banking* perbankan *syariah*. Hasil analisis dari penelitian ini menunjukkan bahwa konstruk persepsi kegunaan dan persepsi kenyamanan berpengaruh terhadap sikap penggunaan dan sikap berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking syariah*. Sebaliknya, kepercayaan dan persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap sikap penggunaan *mobile banking syariah*. Hal ini berarti bahwa minat menggunakan *mobile banking syariah* dipengaruhi oleh sikap dan sikap dipengaruhi oleh persepsi kegunaan dan persepsi kenyamanan. Penelitian ini relevan untuk bank syariah untuk memfokuskan kembali faktor persepsi kegunaan dan persepsi kenyamanan pada layanan *mobile banking syariah*.

**Kata Kunci :** *Technology Acceptance Model*, Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Minat, Sikap, *Mobile Banking Syariah*.

## Pendahuluan

Pertumbuhan perkembangan teknologi berbanding lurus dengan perkembangan gaya hidup masa kini. Dengan semakin luasnya informasi yang di dapatkan dari berbagai media baik cetak maupun elektronik, membuat perkembangan gaya hidup masyarakat sekarang ini sangat membutuhkan akses informasi yang cepat untuk mengakomodir kebutuhan informasi mereka. Mobilitas dan kebutuhan akses informasi inilah yang membuat gaya hidup masyarakat sekarang tidak terlepas dari perangkat teknologi di masa sekarang ini. Hal ini menggambarkan kebutuhan informasi masyarakat sekarang ini sangatlah penting dan membutuhkan akses informasi yang lebih cepat dan tepat.

Kebutuhan informasi inilah yang membuat teknologi di masa kini terus berkembang guna memenuhi kebutuhan informasi masyarakat yang sangat tinggi. Salah satu perangkat yang dapat mengakomodir kebutuhan informasi tersebut adalah *smartphone*. Inilah salah satu hal yang dapat menggambarkan bagaimana kebutuhan informasi itu diperlukan disetiap waktunya. Dengan semakin berkembangnya teknologi ini, berdampak pula pada perkembangan teknologi *smartphone*. Perkembangan teknologi *smartphone* ini tergambar dari setiap pembaruan aplikasi teknologi yang ada pada *smartphone*. *Smartphone* adalah telepon yang menyediakan fitur yang berada diatas dan diluar kemampuan sederhana untuk panggilan telepon (Sridianti, 2014).

Salah satu manfaat *smartphone* dalam dunia bisnis adalah penggabungan teknologi informasi yang berkembang masa kini dengan aplikasi bisnis. Menurut Tirtana dan Sari (2014), salah satu aplikasi yang ada guna mempermudah akses informasi utamanya dalam dunia bisnis adalah berkembangnya *mobile banking*. *Mobile banking* merupakan salah satu teknologi *mobile* yang bersifat komersil, hal yang menjadi pertimbangan aplikasi ini yakni keefektifan dan keefisienan dalam melakukan transaksi perbankan (Kusumo,2010). *Mobile banking* ini pula adalah aplikasi teknologi yang ada pada *smartphone*, perkembangan teknologi yang digabungkan dengan aplikasi bisnis ini tentunya akan semakin memberikan kemudahan bagi pemenuhan kebutuhan informasi. Kebutuhan informasi yang dapat dipenuhi oleh *mobile banking* ini tentunya terkait pula dengan transaksi online yang sekarang ini menunjukkan trend yang meningkat (Ichwan,2014).

Berbagai penelitian yang mengkaji tentang penggunaan teknologi yang semakin mengalami perkembangan di masa informasi teknologi ini diantaranya, penelitian yang dilakukan oleh Farizi (2014) dan Tjini (2013) mengkaji minat berperilaku individu dalam penggunaan internet banking. penelitian Farizi (2014) mengkombinasikan model TAM dengan resiko dan trusts, sedangkan Tjini (2013) melakukan pengembangan model TAM dengan trust dan kenyamanan. Hasil penelitian Farizi (2014) menunjukkan bahwa konstruk persepsi kegunaan, persepsi resiko, dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan layanan internet banking. sebaliknya, konstruk persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan layanan internet banking. Dan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tjini (2013) yakni menunjukkan bahwa konstruk sikap,kepercayaan dan kenyamanan berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan

layanan internet banking. Sebaliknya, konstruk persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap sikap penggunaan layanan internet banking.

Kusumo (2010) melakukan penelitian dalam bidang penggunaan teknologi yakni penelitian yang memiliki tujuan untuk memperoleh bukti empiris terkait kerumitan (complexity) terhadap penerimaan penggunaan m-banking dengan menggunakan kerangka model TAM. Penelitian tersebut menunjukkan perceived usefulness berpengaruh terhadap behavioral intention to use selain itu behavioral intention to use berpengaruh terhadap perceived usage namun dalam hipotesis berikutnya perceived usefulness tidak berpengaruh terhadap perceived usage dan dalam hal lain, complexity berpengaruh terhadap perceived usefulness dan complexity berpengaruh terhadap perceived usage. Irwan dan Shinta (2014) melakukan penelitian mengenai pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan dan kepercayaan terhadap penggunaan mobile banking. Penelitiannya menunjukkan persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap penggunaan mobile banking. AlSoufi dan Ali. (2014) mengenai persepsi nasabah pengguna m-banking di kerajaan Bahrain, menggunakan model TAM. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa perceived usefulness and ease of use berpengaruh terhadap penggunaan m-banking tetapi disisi lain menunjukkan perceived cost and perceived risk tidak mempengaruhi terhadap minat penggunaan mobile banking.

Selain itu, Rahmawaty (2007) mengenai model perilaku penerimaan internet banking di Bank Syariah : Peran motivasi spiritual. Dari hasil penelitian tersebut menyimpulkan motivasi spiritual berpengaruh dengan minat nasabah dalam menggunakan produk internet banking. Amilia (2014) meneliti mengenai minat penggunaan layanan e-banking dengan model TAM dikembangkan dengan trust dan risk. Hasil penelitian tersebut menunjukkan terdapat pengaruh kepercayaan dan kemudahan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk layanan e-banking.

Berdasarkan peluang penelitian tersebut, peneliti ingin melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan mobile banking syariah. Penelitian ini merupakan replikasi dari Tjini (2013), yang melakukan penelitian mengenai pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan internet banking. Alasan peneliti melakukan replikasi adalah adanya kesamaan faktor-faktor yang ingin di ketahui oleh peneliti tentang pemanfaatan teknologi yang berkembang sekarang ini dan dari teori-teori pendukung tentang perilaku individu tentang penerimaan terhadap penggunaan perangkat teknologi yang berkaitan dengan sistem informasi tersebut yakni model Technology Acceptance Model (TAM) yang dimodifikasi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Tjini (2013) adalah pada penelitian Tjini (2013) melakukan penelitian pada produk perbankan internet banking sedangkan penelitian ini lebih khusus melakukan penelitian pada mobile banking. Dimana pada penelitian ini dikhususkan pada perbankan syariah yang umumnya masih merupakan hal baru di Indonesia terutama produk-produk perbankannya. Sedangkan penelitian Tjini (2013) melakukan penelitian dengan produk perbankan dari bank umum atau konvensional. Hal inilah yang mendasari peneliti melakukan penelitian tersebut dengan

memanfaatkan peluang penelitian yang ada.

Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan TAM yang dimodifikasi dengan trust dan kenyamanan. Dalam TAM ini, peneliti dapat mengetahui keyakinan akan manfaat sistem informasi dan kemudahan bagi penggunanya serta perilaku dari pengguna sistem informasi tersebut. Dari kesederhanaan TAM yang mampu menjelaskan hubungan sebab akibat model inilah, peneliti melakukan penelitian dengan mengembangkan TAM. Dimana penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan mobile banking syariah.

Dalam penelitian ini Pengaruh kepercayaan, persepsi kebermanfaatan dan kemudahan yang diperoleh nasabah sangatlah penting terhadap minat menggunakan layanan mobile banking. Dengan dapat mengetahui tingkat kepercayaan nasabah terhadap penerimaan suatu teknologi informasi maka akan sangat membantu untuk pengembangan produk teknologi informasi tersebut Kusumo (2010). Begitu pula dengan kebermanfaatan dan kemudahan yang diperoleh dari suatu teknologi informasi tersebut maka akan sangat membantu pengembangan dan peningkatan pelayanan produk di bidang teknologi informasi. Serta aspek kenyamanan nasabah dalam menggunakan teknologi informasi tersebut sangatlah perlu di perhatikan untuk lebih meningkatkan pelayanan dari sistem informasi tersebut dan untuk mengetahui bagaimana sikap pengguna sistem informasi terhadap minat penggunaannya, Davis (2004). Variabel tersebut yang menjadi dasar peneliti untuk melakukan penelitian. Davis et al. (1989) mendefinisikan persepsi atas kemanfaatan (*perceived usefulness*) merupakan suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut dapat meningkatkan kinerjanya dalam bekerja. Davis et al. (1989) mendefinisikan faktor kemudahan sebagai tingkat dimana seseorang menyakini bahwa penggunaan sistem informasi adalah mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya untuk dapat melakukannya. Das dan Taeng (1989) menyebutkan bahwa kepercayaan (*trust*) sebagai derajat dimana seseorang yang percaya menaruh sikap positif terhadap keinginan baik dan keandalan orang lain yang dipercayanya didalam situasi yang berubah-ubah dan berisiko.

Berdasarkan uraian latar belakang dari permasalahan tersebut, peneliti tertarik dan ingin melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah".

## **Landasan Teori**

### **Kepercayaan**

Ba dan Pavlou (2002) dalam Farizi (2014) mendefinisikan kepercayaan sebagai suatu penilaian hubungan dengan orang lain yang melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh ketidakpastian. Butler (1991) dalam Widiastuti (2010) menjelaskan bahwa ada beberapa faktor kondisi yang dapat menyebabkan kepercayaan itu timbul diantaranya, keleluasaan,

ketersediaan, kompetensi, konsistensi, pelaku adil, integritas, loyalitas, keterbukaan, kepercayaan secara keseluruhan, janji akan pemenuhan kebutuhan, dan penerimaan.

Adapun peneliti sebelumnya yang menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap sikap penggunaan atau penerimaan teknologi tersebut. Tjini (2013) melakukan tentang penelitian pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan internet banking. Penelitian tersebut mengambil sampel penelitian pada mahasiswa Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, penelitian tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan mempengaruhi sikap pengguna teknologi informasi tersebut.

Kim et al (2007) juga melakukan penelitian tentang pengaruh kepercayaan terhadap sikap penggunaannya. Penelitian tersebut meneliti tentang faktor yang mempengaruhi individu dalam melakukan pembelian online. Penelitian tersebut memiliki subyek penelitian pada mahasiswa sarjana sebagai responden dan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap penggunaan suatu teknologi informasi. Dari penelitian-penelitian tersebut, peneliti melakukan perumusan hipotesis sebagai berikut :

**H1 : Kepercayaan (Trust) berpengaruh terhadap sikap penggunaan mobile banking syariah**

### **Persepsi Kegunaan**

Jogiyanto (2007) mendefinisikan persepsi kegunaan sebagai kemampuan seseorang percaya menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Menurut Davis (1989) persepsi kegunaan merupakan sebagai sejauh mana seorang individu percaya adanya teknologi yang akan meningkatkan produktivitas dan kinerja mereka.

Beberapa hasil penelitian sebelumnya yang meneliti pengaruh persepsi kegunaan terhadap sikap penggunaan teknologi sistem informasi. Farizi (2014) melakukan penelitian tentang minat keprilakuan individu dalam penggunaan internet banking. Sampel penelitian Farizi (2014) adalah pada mahasiswa jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa konstruk persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan layanan internet banking tersebut.

Rahmawaty (2010) melakukan penelitian tentang penerimaan suatu teknologi informasi dengan menguji secara empiris tentang pengaruh kebermanfaatan terhadap sikap penggunaan ATM. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh secara signifikan terhadap sikap nasabah dalam menggunakan ATM. Berdasarkan uraian penelitian diatas, peneliti menguraikan hipotesis sebagai berikut :

**H2 : Persepsi kegunaan berpengaruh terhadap sikap penggunaan mobile banking syariah**

### **Persepsi Kemudahan**

Davis (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan teknologi sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tersebut tak perlu

bersusah payah. Konsep persepsi kemudahan penggunaan ini mencakup tujuan penggunaan teknologi informasi dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan pengguna (Handayani, 2007).

Penelitian Kusumo (2010) melakukan penelitian dengan menggunakan model TAM dengan judul penelitian analisis penerimaan mobile banking dengan kerumitan (complexity) sebagai variabel eksternal dengan menggunakan pendekatan TAM. Sampel dari penelitian tersebut adalah nasabah pengguna mobile banking yang berada di surakarta. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap sikap pengguna dalam menggunakan mobile banking tersebut.

Rahmawaty (2007) pun demikian melakukan penelitian mengenai model perilaku penerimaan internet banking di Bank Syariah : peran motivasi spiritual. Populasi dari penelitian ini adalah semua nasabah internet banking bank BSM di Jakarta dan Yogyakarta. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berhubungan positif dengan minat perilaku penerimaan teknologi informasi. Berdasarkan beberapa penelitian tersebut maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H3 : Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap sikap penggunaan mobile banking syariah**

#### **Persepsi kenyamanan**

Kenyamanan merupakan keadaan dimana seorang menggunakan suatu teknologi dalam melakukan aktivitasnya dan dianggap nyaman untuk dirinya sendiri, Davis (2004). Penelitian-penelitian sebelumnya yang melakukan penelitian tentang konstruk kenyamanan terhadap sikap penggunaan teknologi informasi. Tjini (2014) yang melakukan penelitian tentang minat perilaku individu terhadap suatu teknologi informasi. Subyek penelitian tersebut adalah mahasiswa Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa persepsi kenyamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan internet banking. Tjini (2013) melakukan tentang penelitian pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan internet banking. dan penelitian tersebut menggambarkan bahwa persepsi kenyamanan berpengaruh terhadap sikap penggunaan internet banking di negara tersebut. Dari berbagai penelitian tersebut, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H4 : Persepsi kenyamanan berpengaruh terhadap sikap penggunaan mobile banking syariah.**

#### **Minat penggunaan Mobile Banking Syariah**

Kusumah (2009) mendefinisikan bahwa minat merupakan salah satu aspek psikis manusia yang dapat mendorong untuk mencapai tujuan. Penelitian sebelumnya yang menggunakan konstruk sikap penggunaan terhadap minat penggunaan yakni Tjini (2013), penelitiannya tentang minat perilaku individu terhadap suatu teknologi informasi. Subyek penelitian tersebut adalah mahasiswa Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang. Salah satu konstruk yang

diambil adalah sikap penggunaan terhadap minat penggunaan suatu teknologi informasi.

Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa sikap penggunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan suatu teknologi. Rini (2013) melakukan penelitian mengenai pengaruh minat individu terhadap penggunaan mobile banking : model kombinasi TAM dan Theory of planned behavior (TPB). Salah satu konstruk penelitiannya tentang sikap penggunaan terhadap minat penggunaan mobile banking. Sampel dari penelitiannya adalah masyarakat kota Malang. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa sikap penggunaan didukung atau berpengaruh terhadap minat menggunakan mobile banking. Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H5 : Sikap penggunaan mobile banking syariah berpengaruh terhadap minat penggunaan mobile banking syariah.**

### **Metodelogi Penelitian**

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Akuntansi (S1) Universitas Brawijaya. Pemilihan mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Brawijaya ini sebagai populasi penelitian dikarenakan mahasiswa merupakan individu sosial yang sering menggunakan mobile phone seperti smartphone sebagai gaya hidup dan pemenuhan kebutuhan kesehariannya. Pun demikian pemilihan mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Brawijaya dikarenakan lokasi penelitian yang terjangkau oleh peneliti dan adanya keterbatasan waktu dan biaya dari peneliti sehingga hal-hal tersebut menjadi pertimbangan peneliti dalam melakukan pemilihan populasi.

Populasi yang digunakan adalah mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Brawijaya tahun ajaran 2013/2014, adapun jumlah mahasiswa Jurusan Akuntansi (S1) Universitas Brawijaya yang berstatus aktif adalah 1.290 orang (Data Mahasiswa aktif Bagian Recording Jurusan Akuntansi Universitas Brawijaya). Berdasarkan dari data yang telah didapatkan, maka peneliti menyimpulkan populasi yang digunakan sejumlah 1.290.

Pengambilan sampel yang digunakan dalam populasi ini adalah metode purposive . Metode purposive memiliki salah satu penentuan sampling yakni dengan menggunakan judgement sampling. Menurut Sekaran (2006) menjelaskan bahwa metode tersebut melibatkan berbagai pilihan dari subjek yang memiliki keuntungan posisi terbaik untuk menyediakan informasi. Judgement sampling ini memiliki berbagai pertimbangan dalam pemilihan samplingnya. Penelitian ini mengambil sampling dengan kriteria atau pertimbangan-pertimbangan yakni : Mahasiswa Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis yang berstatus aktif pada tahun ajaran 2013/2014 dan Mahasiswa yang menggunakan produk mobile banking perbankan syariah di Indonesia.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. William dan Cooper (1996) menjelaskan bahwa mensurvei adalah mengajukan pertanyaan pada orang-orang dan merekam jawabannya untuk dianalisis. Berdasarkan metode survei yang digunakan peneliti, metode survei yang

dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh data adalah dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data penelitian tersebut. Widi (2010) mendefinisikan bahwa kuesioner merupakan daftar tertulis pertanyaan yang harus dijawab oleh responden.

Variabel penelitian yang digunakan mengacu pada penelitian terdahulu. Selain itu Penelitian ini merupakan replikasi penelitian yang mengacu pada penelitian Tjini (2013). Penelitian ini menggunakan variabel konstruk, menurut Krippendorff (1991) menjelaskan bahwa sebuah konstruk analitis mengoperasionalkan pengetahuan analisis tentang inter-dependensi antara data dan konteks. dalam penelitian ini terdapat enam konstruk yakni kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kenyamanan, sikap penggunaan dan minat. Berdasarkan konstruk dan indikator tersebut. Peneliti melakukan pengukuran indikator konstruk dengan menggunakan skala likert tujuh poin mulai dari sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), agak tidak setuju (ATS), netral (N), agak setuju (AS), setuju (S), dan sangat setuju (SS). Berdasarkan indikator dari pengukuran tersebut, maka diuraikan pernyataan dalam kuesioner.

Dalam penelitian ini, data yang telah diperoleh kemudian diolah menggunakan teknik analisis. Pengujian hipotesis yang telah dirumuskan oleh peneliti kemudian diolah menggunakan bantuan alat statistik yakni *Partial Least Square* (PLS). Dalam uji validitas variabel ada beberapa cara untuk mendapatkan validitas. Pada penelitian ini peneliti menggunakan : Jaya dan sumertajaya (2008) menjelaskan bahwa validitas konvergen dari model pengukuran (outer model) bahwa korelasi antara skor indikator refleksi dengan skor variabel latennya, dalam hal ini loading 0.5 sampai 0.6 dianggap cukup, pada indikator per konstruk tidak besar berkisar antara 3 sampai 7 indikator. Jaya dan sumertajaya (2008) menjelaskan bahwa validitas diskriminan membandingkan square root of average variance extracted (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antar konstruk lainnya dalam model, jika AVE konstruk lebih besar dari korelasi dengan seluruh konstruk lainnya maka dikatakan memiliki validitas diskriminan yang baik. pengujian reabilitas suatu hipotesis penelitian dapat digunakan beberapa alat penilaian diantaranya : Anggraini (2010) menjelaskan bahwa suatu pertanyaan pada kuesioner dikatakan reliabel jika nilai alpha cronbach  $> 0.60$ . Ghazali (2011) menjelaskan bahwa Composite reliability adalah alat untuk menilai reliabilitas model, yang mengatur suatu konstruk dapat dievaluasi dengan ukuran internal consistency dan cronbach's dan konstruk dinyatakan reliabel jika memiliki nilai composite reliability diatas 0.70 dan Model ini dievaluasi dengan beberapa evaluasi. Dalam perancangan model struktural hubungan antara variabel laten pada PLS berdasarkan pada proses perumusan masalah yang ada pada penelitian dengan : Jaya dan sumertajaya (2008) menjelaskan bahwa Goodness of fit model dalam smartPLS diukur dengan menggunakan R square (R<sup>2</sup>) variabel laten dependen dengan interpretasi yang sama dengan regresi dan Q – square predictive relevance untuk model struktural. Jaya dan sumertajaya (2008) menjelaskan bahwa pengujian hipotesis dilakukan dengan metode resampling bootstrap yang dikembangkan oleh geisser dan stone.



## Analisis dan Hasil Penelitian

Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Universitas Brawijaya Malang yang terdaftar aktif pada semester ganjil 2014-2015. Responden yang digunakan tersebut dikategorikan yang menggunakan layanan *mobile banking* perbankan syariah dalam penggunaannya di segala macam transaksi keuangan, baik yang bersifat pengecekan saldo, melakukan transfer atau melakukan pembayaran keperluan transaksi lainnya yang terhubung dengan pelayanan transaksi yang ada pada aplikasi layanan *mobile banking* tersebut.

### Tingkat Pengembalian Sampel

Kuesioner yang disebar	70
Kuesioner yang tidak kembali	2
Kuesioner yang kembali	68
Kuesioner digugurkan	7
Kuesioner digunakan	61
Tingkat Pengembalian	97%
Tingkat Pengembalian yang digunakan	90%

**Sumber : Data Primer (Diolah,2014)**

Karakteristik demografi dalam penelitian ini menggambarkan tentang keseluruhan data tentang responden yang dimiliki oleh peneliti. Gambaran tentang responden ini ditampilkan dalam bentuk tabel dan gambar diagram oleh peneliti. Gambaran umum responden ini memiliki komposisi berdasarkan jenis kelamin, umur, semester yang sedang ditempuh, IPK, Jurusan pada waktu SMA, Bank Syariah yang digunakan dalam proses bertransaksi dengan *mobile banking* dan waktu penggunaan layanan *mobile banking* perbankan syariah tersebut.

Hasil dari pengolahan data ulang yang didapatkan peneliti ditunjukkan pada tabel *algoritma* dan *outer loading* yang baru

**Tabel 2**  
***Alogaritma***

	AVE	Composite Reliability	R Square	Cronbachs Alpha	Communality	Redundancy
<b>k</b>	0,649757	0,902495		0,870018	0,649757	
<b>mt</b>	0,684477	0,866280	0,518716	0,769843	0,684477	0,348880
<b>pku</b>	0,603782	0,857804		0,781407	0,603782	
<b>pmu</b>	0,530872	0,847704		0,775150	0,530872	
<b>py</b>	0,681395	0,914026		0,882787	0,681395	
<b>sp</b>	0,512455	0,758340	0,419817	0,535290	0,512454	0,029339

Sumber : Data Primer (Diolah,2014)

**Tabel 3**  
*Outer Loading*

	<b>k</b>	<b>mt</b>	<b>pku</b>	<b>pmu</b>	<b>py</b>	<b>sp</b>
<b>k1</b>	0,803810					
<b>k2</b>	0,809938					
<b>k3</b>	0,871763					
<b>k4</b>	0,776722					
<b>k5</b>	0,763811					
<b>mt1</b>		0,750470				
<b>mt2</b>		0,884626				
<b>mt3</b>		0,841226				
<b>pku1</b>			0,737778			
<b>pku2</b>			0,839841			
<b>pku3</b>			0,853950			
<b>pku4</b>			0,660490			
<b>pmu1</b>				0,784341		
<b>pmu2</b>				0,840096		
<b>pmu3</b>				0,750893		
<b>pmu4</b>				0,578813		
<b>pmu5</b>				0,659197		
<b>py1</b>					0,848551	
<b>py2</b>					0,917530	
<b>py3</b>					0,730289	
<b>py4</b>					0,785102	
<b>py5</b>					0,833887	
<b>sp1</b>						0,651106
<b>sp2</b>						0,772729
<b>sp4</b>						0,718551

Sumber : Data Primer (Diolah,2014)

Keterangan : K : Kepercayaan, MT : Minat Penggunaan, PKU : Persepsi Kegunaan, PMU : Persepsi Kemudahan, PY : Persepsi Kenyamanan, SP : Sikap Penggunaan.

Peneliti dapat melakukan pengujian hipotesis setelah melakukan pengujian terhadap *validitas konvergen*, *validitas diskriminan* dan pengujian *reliabilitas*. Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut ketiga tahapan evaluasi model dapat disimpulkan valid sehingga peneliti dapat melakukan pengujian hipotesis. Hasil pengujian hipotesis tersebut ditunjukkan dalam tabel berikut.

**Tabel 4**  
**Total Efek**

	<b>Original Sample (O)</b>	<b>Sample Mean (M)</b>	<b>Standard Deviation (STDEV)</b>	<b>Standard Error (STERR)</b>	<b>T Statistics ( O/STERR )</b>
<b>k -&gt; sp</b>	0,067875	0,091130	0,102511	0,102511	0,662126
<b>pku -&gt; sp</b>	0,238619	0,239630	0,099657	0,099657	2,394407
<b>pmu -&gt; sp</b>	0,013250	0,021019	0,094708	0,094708	0,139902
<b>py -&gt; sp</b>	0,430986	0,421507	0,084257	0,084257	5,115137
<b>sp -&gt; mt</b>	0,720220	0,724297	0,049518	0,049518	14,544715

**Sumber : Data Primer (Diolah,2014)**

#### 1. Hipotesis 1

Peneliti merumuskan hipotesis pertama bahwa konstruk kepercayaan (trust) berpengaruh terhadap sikap penggunaan mobile banking syariah. Berdasarkan pada Tabel 4.7 menunjukkan bahwa nilai dari statistik T (T-Statistic) dari konstruk kepercayaan terhadap sikap penggunaan mobile banking syariah adalah 0,662126 atau kurang dari 1,96 ( $\leq 1,96$ ). Nilai T-Statistic 0,662126 tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan (trust) tidak berpengaruh terhadap sikap penggunaan mobile banking syariah. Berdasarkan Hasil tersebut dapat dikatakan bahwa **Hipotesis 1 tidak didukung**. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Nazar dan Syahrani (2008) dan tidak konsisten dengan penelitian Tjini (2013), Al-Somali et al (2008) dan Artha (2011).

#### 2. Hipotesis 2

Peneliti merumuskan hipotesis kedua bahwa konstruk persepsi kegunaan (perceived usefulness) berpengaruh terhadap sikap penggunaan mobile banking syariah. Berdasarkan pada Tabel 4.7 menunjukkan bahwa nilai dari statistik T (T-Statistic) dari konstruk persepsi kegunaan terhadap sikap penggunaan mobile banking syariah adalah 2,394407 atau lebih dari 1,96 ( $\geq 1,96$ ). Nilai T-Statistic 2,394407 tersebut menunjukkan bahwa persepsi kegunaan (perceived usefulness) berpengaruh terhadap sikap penggunaan mobile banking syariah. Berdasarkan Hasil tersebut dapat dikatakan bahwa **Hipotesis 2 didukung**. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Al-Somali (2008), Widyarini dan Putro (2008) dan Suh dan Han (2002).

### 3. Hipotesis 3

Peneliti merumuskan hipotesis ketiga bahwa konstruk persepsi kemudahan (perceived ease of use) berpengaruh terhadap sikap penggunaan mobile banking syariah. Berdasarkan pada Tabel 4.7 menunjukkan bahwa nilai dari statistik T (T-Statistic) dari konstruk persepsi kemudahan terhadap sikap penggunaan mobile banking syariah adalah 0,139902 atau kurang dari 1,96 ( $\leq 1,96$ ). Nilai T-Statistic 0,139902 tersebut menunjukkan bahwa persepsi kemudahan (perceived ease of use) tidak berpengaruh terhadap sikap penggunaan mobile banking syariah. Berdasarkan Hasil tersebut dapat dikatakan bahwa **Hipotesis 3 tidak didukung**. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Tjini (2013), Artha (2011) dan Wibowo (2007).

### 4. Hipotesis 4

Peneliti merumuskan hipotesis keempat bahwa konstruk persepsi kenyamanan (perceived enjoyment) berpengaruh terhadap sikap penggunaan mobile banking syariah. Berdasarkan pada Tabel 4.7 menunjukkan bahwa nilai dari statistik T (T-Statistic) dari konstruk persepsi kenyamanan terhadap sikap penggunaan mobile banking syariah adalah 5,115137 atau lebih dari 1,96 ( $\geq 1,96$ ). Nilai T-Statistic 5,115137 tersebut menunjukkan bahwa persepsi kenyamanan berpengaruh terhadap sikap penggunaan mobile banking syariah. Berdasarkan Hasil tersebut dapat dikatakan bahwa **Hipotesis 4 didukung**. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Tjini (2013).

### 5. Hipotesis 5

Peneliti merumuskan hipotesis kelima bahwa konstruk sikap penggunaan mobile banking syariah berpengaruh terhadap minat penggunaan mobile banking syariah. Berdasarkan pada Tabel 4.7 menunjukkan bahwa nilai dari statistik T (T-Statistic) dari konstruk sikap penggunaan mobile banking syariah terhadap minat penggunaan mobile banking syariah adalah 14,544715 atau lebih dari 1,96 ( $\geq 1,96$ ). Nilai T-Statistic 14,544715 tersebut menunjukkan bahwa sikap penggunaan mobile banking syariah berpengaruh terhadap minat penggunaan mobile banking syariah. Berdasarkan Hasil tersebut dapat dikatakan bahwa **Hipotesis 5 didukung**. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Nazar dan Syahrani (2008), Tjini (2013) dan Arini (2010).

## Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan yang dapat peneliti ambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : pertama, Penelitian ini menggambarkan minat seseorang dalam penggunaan *mobile banking syariah* yang dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain : kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan persepsi kenyamanan yang di mediasi oleh sikap. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking syariah* dan sikap sebagai mediasi dipengaruhi oleh persepsi kegunaan dan persepsi kenyamanan dalam penggunaan *mobile banking syariah*. Persepsi kegunaan merupakan suatu hal yang dapat menggambarkan dimana seseorang dapat merasakan efek manfaat dari suatu teknologi tersebut. Persepsi kenyamanan disini menggambarkan bahwa seseorang tersebut memiliki karakteristik yang berbeda dalam merasakan kondisi nyaman dalam

penggunaan mobile banking syariah tersebut dan penelitian ini menghasilkan konstruk kepercayaan dan persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap sikap penggunaan mobile banking syariah. Kepercayaan dapat disimpulkan merupakan hal yang mesti dibangun terlebih dahulu dengan kuat sehingga dapat mempengaruhi seseorang dalam menggunakan perangkat teknologi tersebut. Persepsi kemudahan disini disimpulkan bahwa mudah tidaknya suatu teknologi tidak berpengaruh bagi seorang pengguna teknologi yang umumnya dimasa kini telah mengenal teknologi dengan sangat baik.

Penelitian ini tentunya memiliki keterbatasan sehingga peneliti menuliskan saran untuk pengembangan penelitian ini selanjutnya sebagai berikut : pertama, Keterbatasan dalam penelitian ini adalah masih dominannya salah satu perbankan syariah yang menguasai mobile banking sehingga penelitian yang dihasilkan dominan pada persepsi terhadap salah satu perbankan syariah saja. Untuk lebih mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik berikutnya dapat di lakukan dengan keberagaman perbankan syariah sehingga dapat menghasilkan hasil penelitian yang tidak dominan pada salah satu perbankan syariah. Kedua, Penelitian ini pula memiliki keterbatasan dalam mencari objek penelitian yang menggunakan produk perbankan mobile banking syariah tersebut. Sehingga dalam penelitian ini peneliti memerlukan waktu cukup lama untuk menemukan objek penelitian yang menggunakan produk mobile banking syariah. Untuk penelitian lebih lanjut harus lebih memfokuskan pada nasabah perbankan yang telah diketahui menggunakan produk mobile banking syariah sehingga dapat mempermudah penelitian dan menghasilkan data yang lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Somali, S.A, Ghomali, R., and Clegg, B. 2008. *An investigation into the acceptance of online banking in Saudi Arabia*. Technovation, vol 29
- AlSoufi, Ali dan Ali, Hayat. 2014. *Customer perception of M-Banking adoption in kingdom of Bahrain : an empirical assessment of an extended TAM Model*. International Journal of Managing Information Technology. Vol 6. No 1
- Amijaya, G.R 2010. *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking*. Skripsi. Universitas Diponegoro.
- Andry. 2014. *Transaksi online*. <http://kanal.indotelko.com> . Diakses pada 19 September 2014
- Arini, Annisa Cahyaning. 2010. *Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku persepsian, persepsi resiko, dan pengalaman terhadap niat untuk bertransaksi secara online*. Skripsi. Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya
- Artha, U. 2011. *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Kepercayaan, Inovasi Pribadi, dan Kesesuaian Terhadap Sikap Penggunaan E-Commerce*. Skripsi. Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.

- Chin, Wynne W. *On the Use, Usefulness, and Ease of use of structural equation modeling in MIS Research : A Note Of Caution*. International Journal. Calgary, Canada.
- Das, T.K dan Teng, B-S .1998. *Beetween trust and control : developing confidence in partner cooperation in alliances*. Academy of management review.
- Davis, F.D. 1989. *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. MIS Quarterly. Volume 13, Nomor 3, hlm. 319 .
- Farizi, Hadyan., dan Syaefullah. 2014. *Pengaruh persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking*. Skripsi. Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Brawijaya .
- Ghozali, Imam. 2011. *Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang : BP UNDIP
- Hartono, J.M. 2007. *Sistem Informasi keprilakuan*. Yogyakarta : Erlangga.
- Hidayanti, Amalia. 2014. *Analisis pengaruh kepercayaan, persepsi kemudahan dan risiko terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk layanan E-Banking*. Skripsi. Jurusan Keuangan Islam, Fakultas Syari'ah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta
- Hutabarat, RM. 2010. *Mobile Banking Security Analisis Based WAP*. [anakkebo.wordpress.com](http://anakkebo.wordpress.com) . Diakses 28 September
- Ibrahim, M Al Jabri dan Sohail,M Sadiq. 2012. *Mobile Banking adoption : Application of Diffusion of Innovation theory*. Journal of Electronic Commerce Research. Vol 13. No 4
- Ichwan. 2014. *Peningkatan Transaksi online*. [www.pajak.go.id](http://www.pajak.go.id). Diakses pada 24 September 2014
- Indrajit. 2008. *Paradoks produktivitas teknologi informasi*. [www.blogster.com](http://www.blogster.com) Diakses pada 22 September 2014
- Jaya, I Gede Nyoman Mindra dan Sumertajaya, I Made. 2008. *Pemodelan persamaan struktural dengan partial least square*. Jurnal Nasional. Semnas Matematika dan Pendidikan Matematika.
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keprilakuan*. Yogyakarta : Andi
- Jogiyanto.2005.*Analisis dan Desain sistem informasi*.Yogyakarta : Andi
- Kieso, Donald E. And Jerry J. Weygant. 2007. *Akuntansi Intermediate*. Edisi Kedua belas. Jakarta : Erlangga.
- Koufaris. Marios. 2002. *Applying the technology acceptance model and flow theory to online consumer behavior*. Information System Research. Pg 205
- Krismiaji. 2002. *Sistem Informasi Akuntansi*. Yogyakarta : AMP YKPN
- Kusumo, Hanung Cokro. 2010. *Analisis penerimaan mobile banking (M-Banking) dengan kerumitan (complexity) sebagai variabel eksternal dengan menggunakan pendekatan technology acceptance model (TAM)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi, Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Lau, Geok Theng dan Lee, Sook Han. 1999. *Customer' Trust in Brand and The Link to Bank Loyalty*. Journal of market focused Management.
- Mc. Cormick & Ernest J. 1993. *Human factors in engineering and design*. New York : Mc Graw Hill.

- Mulyadi. 2001. *Sistem Akuntansi*. Yogyakarta : STIE YKPN
- Nazar, M.R dan Syahran, 2008. *Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan, dan Pengalaman terhadap Niat untuk Bertransaksi Secara Online*. Program Pasca Sarjana Universitas Gajah mada Yogyakarta.
- Oborne, david J. 1995. *Ergonomics, work, and Health*. Hongkong : Aspen Publishers Inc.
- Pavlou, P.A. 2003 . *Consumer Acceptance of Electronic Commerce : Integrating Trust and Risk with the Thecnology Acceptance Model*. International journal of electronic commerce.
- Pikkarainen, T., Kari Pikkarainen.2004. *Consumer Acceptance of Online Banking : An Extension of the Technology Acceptance Model*; Internet Research. 14 (3) 224-235 .
- Rahmawaty, Anita. 2007. *Model perilaku penerimaan internet banking di Bank Syariah : Peran motivasi spiritual*. Jurnal.
- Rahmawaty, Anita. 2010. *Pengaruh Trust dalam penggunaan Automated Teller Machine berdasarkan Technology Acceptance Model (Studi pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kudus )*. Jurnal Penelitian Islam, STAIN. Kudus
- Rini, Suci Sulistiyarini. 2013. *Pengaruh minat individu terhadap penggunaan mobile banking : model kombinasi TAM dan TPB*. Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya, Malang
- Sekaran, Umar. 2006. *Research Methods for business : A Skill Building Approach*. Jakarta : Elex Media Komputindo
- Setiawan, Budi. 2013. *Menganalisa statistik bisnis dan ekonomi dengan SPSS 21*. Yogyakarta : Andi
- Sridianti. 2014. *Edukasi Teknologi dan Informasi*. www.sridianti.com. Diakses 22 September 2014, 09:30
- Sugiyono. 2002. *Metode Penelitian Bisnis edisi Keempat*, Bandung : CV Alfabeta
- Suh, B. And Han,I. 2002. *The Impact of Customer Trust and Perpection of Security on The Acceptance of Electronic Commerce*, International Journal of Electronic Commerce, Vol 7,135-161
- Tirtana, Irwan dan Sari, Shinta Permata. 2014. *Analisis pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan dan kepercayaan terhadap penggunaan mobile banking*. Jurnal. Jurusan Akuntansi, Universitas Muhammadiyah, Surakarta.
- Tjini, Sartika S.A., dan Baridwan Zaki. 2013. *Pengaruh kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking*. Skripsi. Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya.
- Wibowo, A.2007. *Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*. Jurusan Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi. Universitas Budi Luhur.
- Widi, Restu Kartiko. 2010. *Asas metedologi penelitian*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Widjajanto, Nugroho.2001. *Sistem Informasi Akuntansi*. Jakarta : Erlangga

- Widyarini, L.A dan Putro, A.Y.W.T. *Analisis Hubungan Faktor-Faktor Technology Acceptance Model (TAM)*. Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur.
- Wijayanti, Ratih.2009. *Analisis technology Acceptance model (TAM) terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan nasabah terhadap layanan internet banking*. Skripsi. Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadharma.
- Wikipedia,2014. *Pengertian Smartphone*. Artikel. [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com) . Diakses 21 September 2014
- Wilkinson, Joseph W., Michel J. Cerullo., et el. 2000. *Accounting Information System*. John Wiley and Sons, Inc : USA.