

**DETERMINAN INDIVIDU TERHADAP PENGGUNAAN *MOBILE BANKING*:  
PENDEKATAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM)  
(Studi pada Masyarakat Pengguna *Mobile Banking* di Kabupaten Lamongan)**

**Indri Nur Resita  
Dr. Zaki Baridwan, Ak., CA.**

**Jurusan Akuntansi, FEB, Universitas Brawijaya, Jl. MT. Haryono 165, Malang  
Email: [indri.nur.resita@gmail.com](mailto:indri.nur.resita@gmail.com) atau [zakibarid1@yahoo.com](mailto:zakibarid1@yahoo.com)**

***Abstract***

*This study purposes to examine the factors that influence individual intention to use mobile banking services by modified Technology Acceptance Model (TAM). The antecedent of individual intention to use mobile banking in this research are perceived usefulness, perceived ease of use, perceived risk, and attitude. This research was conducted at city of Lamongan residents who use mobile banking facility from Bank Mandiri, Bank BNI, and Bank BRI by survey method. A number of 200 questionnaires were distributed and 122 questionnaires have been received back can be used. The data were analyzed by Partial Least Square (PLS) using SmartPLS version 2.0M3 software. The result of study showed that perceived usefulness, perceived ease of use, and perceived risk affect individual attitude to use mobile banking. Attitude toward using affect an individual behavioral intention to use mobile banking. The implications of this research are relevant for bankng institutions and mobile banking analyst to consider the factors which influence an individual intention to use mobile banking in the development the information systems.*

*Keywords: Technology Acceptance Model (TAM), mobile banking, perceived usefulness, perceived ease of use, perceived risk, attitude, behavioral intention.*

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat individu untuk menggunakan layanan *mobile banking* dengan memodifikasi model *Technology Acceptance Model* (TAM). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat individu untuk menggunakan *mobile banking* dalam penelitian ini adalah persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, dan sikap penggunaan. Penelitian ini dilakukan terhadap masyarakat Kabupaten Lamongan yang menggunakan fasilitas *mobile banking* dari Bank Mandiri, Bank BNI, dan Bank BRI dengan menggunakan metode survei. Sebanyak 200 kuesioner disebar dan sebanyak 122 kuesioner yang diterima kembali dapat digunakan. Analisis dilakukan menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan *software* Smart PLS versi 2.0M3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konstruk persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko berpengaruh terhadap sikap penggunaan *mobile banking*. Konstruk sikap penggunaan memiliki pengaruh terhadap minat individu untuk menggunakan *mobile banking*. Implikasi dari penelitian ini relevan bagi pihak bank dan analis *mobile banking* untuk dapat mengembangkan sistem informasi dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi minat individu dalam menggunakan *mobile banking*.

Kata Kunci: *Technology Acceptance Model* (TAM), *mobile banking*, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi risiko, sikap penggunaan, minat perilaku.

## Pendahuluan

Perkembangan era globalisasi saat ini terjadi begitu pesat dalam segala bidang, salah satunya adalah perkembangan di bidang teknologi informasi dan komunikasi. Masyarakat modern yang cenderung memiliki mobilitas tinggi, mencari layanan yang fleksibel dan serba mudah untuk mengejar efisiensi di segala aspek. Teknologi informasi berperan signifikan dalam menunjang daya saing setiap perusahaan, salah satunya bagi dunia perbankan. Perubahan teknologi mampu memberikan pelayanan kemudahan akses informasi dunia perbankan maupun menghubungkan bank dengan nasabahnya melalui penerapan teknologi internet. Selama beberapa tahun terakhir ini, dunia perbankan mulai memperkenalkan sistem berbasis internet untuk meningkatkan operasional dan mengurangi biaya. Pada tahun 2014 pengguna internet di Indonesia mencapai jumlah 88,1 juta orang. Dari keseluruhan penggunaan internet, masyarakat cenderung menggunakan internet lewat *smartphone* sebesar 85% (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2015).

Pengguna internet dan *smartphone* di Indonesia yang cukup besar tersebut mendorong dunia bisnis untuk terus berkembang. Pengembangan pelayanan yang dilakukan oleh perbankan berbasis teknologi (*electronic banking*) saat ini dalam bentuk *internet banking*, *mobile banking*, penggunaan ATM (*Authomatic Teller Machine*) dan lain sebagainya. *Electonic banking (e-banking)* diperkenalkan sebagai *channel* dimana nasabah bank dapat melakukan aktivitas finansial perbankan secara elektronik melalui *website* bank. Nasabah dapat melakukan transaksi *non cash* setiap saat dengan mudah dan nyaman dengan mengakses melalui komputer atau *personal digital assistant (PDA)* yang memanfaatkan jaringan internet.

Perkembangan jumlah pengguna *mobile phone* di Indonesia cukup besar juga memengaruhi cara baru dalam melakukan transaksi perbankan. Berbagai fitur layanan yang ditawarkan dalam *mobile phone* dapat menjadi media dalam mendukung transaksi bisnis. Pesatnya perkembangan teknologi perangkat *mobile* dan *smartphone*, telah menjadikan *internet banking* sebagai kebutuhan banyak individu, karena mereka dapat melakukan transaksi perbankan mereka dimanapun dan kapanpun dengan *mobile banking* (Lee & Chung, 2009; Govender *et al.*, 2014).

*Mobile banking* merupakan salah satu bagian *electronic banking*, yang memanfaatkan *mobile phone* atau telepon seluler untuk layanan perbankan. *Mobile banking* memberikan kebebasan waktu, respons cepat kepada pengguna dan penghematan biaya (Govender *et al.*, 2014). Melalui *mobile banking* nasabah bisa melakukan transaksi *non cash* seperti melihat informasi saldo, rincian transaksi, transfer antar rekening, pembayaran kartu kredit, telepon, dan sebagainya. Dengan *mobile banking* nasabah tidak perlu lagi ke ATM ataupun bank untuk melakukan transaksi perbankan seperti mentransfer uang ataupun membayar tagihan-tagihan selain untuk penarikan uang tunai (Sulistiyarini, 2013). Inovasi pelayanan perbankan melalui teknologi *internet banking* diharapkan dapat menekan biaya transaksi dan antrian yang terjadi di kantor-kantor bank. Hal ini tentu saja menguntungkan bagi nasabah sendiri maupun bagi pihak bank.

Layanan *mobile banking* telah diatur melalui Peraturan Bank Indonesia No. 9/15/PBI/2007 Tahun 2007 tentang Penerapan Manajemen Risiko dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum dan juga telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Mahendra, 2014). Di Indonesia memiliki fenomena yang menarik mengenai *mobile banking* ini. Menurut survei yang dilakukan oleh MARS Indonesia pada tahun 2012 di lima kota besar di Indonesia, tingkat kepemilikan nasabah bank terhadap *mobile banking* adalah sebesar 41,2% atau masih ada 58,8% nasabah yang menyatakan belum memiliki akun *mobile banking*.

Meskipun banyak manfaat yang diperoleh dari penggunaan *mobile banking*, tetapi masih banyak nasabah yang belum mengadopsi layanan ini karena kurangnya sosialisasi oleh pihak bank dan nasabah sudah merasakan kenyamanan dan kepercayaan dengan layanan yang ada. Jogiyanto (2007:1) mengemukakan bahwa meskipun kualitas teknis sistem teknologi informasi sudah meningkat, masih saja banyak yang mengalami kegagalan dalam penerapannya. Penelitian-penelitian menunjukkan bahwa penyebab kegagalan sekarang adalah lebih pada aspek keperilakuannya (*behavioral*).

*Technology Acceptance Model* (TAM) adalah salah satu model yang mengukur penerimaan pengguna pada suatu sistem informasi. TAM dikembangkan oleh Davis *et al.*, (1989) yang mengadaptasi model *Theory of Reasoned Action* (TRA). TAM dipengaruhi oleh dua indikator, yaitu persepsi kegunaan (*perceived of usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*). Persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan akan mempengaruhi sikap dalam menggunakan (*attitude toward using*) teknologi informasi. Selanjutnya sikap (*attitude toward using*) akan mempengaruhi minat dalam menggunakan (*behavioral intention*) teknologi informasi dan minat akan mempengaruhi penggunaan (*actual usage*) teknologi informasi. Banyak peneliti yang menambahkan variabel lain di dalam model TAM. Salah satunya adalah variabel persepsi risiko seperti penelitian yang dilakukan oleh Lee (2008).

Penelitian ini merupakan mengacu pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lee (2008) dan Sulistiyarini (2013). Lee (2008) melakukan penelitian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *internet banking* di Hongkong. Sulistiyarini (2013) menggabungkan model TAM dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dalam penelitiannya terhadap minat individu menggunakan *mobile banking* di Kota Malang. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Lee (2008) dan Sulistiyarini (2013). Berdasarkan kedua penelitian tersebut, peneliti menggunakan beberapa variabel yang dapat mempengaruhi sikap penggunaan dan minat penggunaan *mobile banking* yakni persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, sikap penggunaan dan minat untuk menggunakannya. Peneliti menggunakan TAM sebagai model penelitian karena lebih mudah diterapkan dan mampu memprediksi sikap dengan baik.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya adalah penelitian ini dilakukan di Indonesia di kabupaten yang cenderung masih berkembang. Populasi dari penelitian ini merupakan nasabah dari Bank Mandiri, Bank BRI, dan Bank BCA di Kabupaten Lamongan. Alasan pengambilan sampel tersebut dikarenakan jumlah bank di Kabupaten Lamongan sudah cukup banyak, namun selama ini belum ada penelitian tentang pengadopsian *mobile banking* di daerah tersebut. Penelitian sebelumnya baru dilakukan di Kota Surabaya dan Kota Malang serta kota-kota besar lainnya di Indonesia seperti Jakarta, Semarang, Bandung, dan Yogyakarta. Sehingga diharapkan penelitian ini dapat melengkapi penelitian-penelitian yang sudah ada karena meliputi daerah yang masih berkembang, bukan hanya kota-kota besar di Indonesia.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Apakah persepsi kegunaan berpengaruh terhadap sikap penggunaan *mobile banking*? 2) Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap sikap penggunaan *mobile banking*? 3) Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap sikap penggunaan *mobile banking*? 4) apakah sikap penggunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*?

## **Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis**

### **Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Teknologi**

Sistem informasi adalah sebuah kerangka di mana data dikumpulkan, diproses, dikontrol dan dikelola melalui tahapan dalam rangka memberikan informasi kepada pengguna

(Wilkinson, 2000). Menurut Wilkinson (2000) Sistem Informasi Akuntansi adalah struktur terpadu yang mempekerjakan sumber daya fisik dan komponen untuk mengubah data ekonomi menjadi informasi akuntansi bagi pengguna eksternal dan internal. Sehingga sistem informasi akuntansi merupakan suatu sistem terstruktur yang memproses data dan transaksi dengan menggunakan sumber daya dalam penyediaan informasi bagi penggunanya.

Perubahan teknologi informasi juga mempengaruhi Sistem Informasi Akuntansi dalam organisasi bisnis. Pemrosesan transaksi yang dahulu dilakukan secara manual kini telah bergeser menjadi sistem terkomputerisasi. Pemanfaatan teknologi informasi oleh para pemakainya semakin memudahkan mereka dalam melakukan pekerjaannya (Ratanarisza dan Noor, 2013). Sistem akuntansi terkomputerisasi dibagi menjadi dua kelompok besar yakni sistem *batch* dan sistem *real time*. Sistem *batch* mengatur transaksi ke dalam kelompok-kelompok pemrosesan dimana data dikumpulkan terlebih dahulu dan dimasukkan ke dalam komputer secara berkala. Sistem *real time* memproses transaksi secara individual pada saat terjadi peristiwa ekonomi. Sistem akuntansi terkomputerisasi memberikan banyak manfaat bagi organisasi bisnis karena pemrosesan data menjadi lebih cepat sehingga informasi mampu dihasilkan dalam waktu yang lebih singkat pula. Semua informasi dapat diposting dengan segera sehingga akun-akun selalu *update*. Sistem ini sangat fleksibel karena informasi yang dihasilkan lebih cepat dan tepat, dan memudahkan proses pengambilan keputusan (Ratanarisza dan Noor, 2013).

### ***Mobile Banking***

*Mobile banking* atau dikenal dengan *m-banking* merupakan salah satu bagian *e-banking*, yang memanfaatkan *mobile phone* atau telepon seluler untuk layanan perbankan, baik dengan menggunakan menu yang sudah tersedia di *SIM Card*, menggunakan media SMS (*Short Message Service*) atau menggunakan menu aplikasi *Mobile* dan *web browser* dengan menggunakan media jaringan internet pada *mobile phone* ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id), 2012) dalam (Sulistiyarini, 2013). Nasabah bisa melakukan transaksi *non cash* seperti melihat informasi saldo, rincian transaksi, transfer antar rekening, pembayaran kartu kredit, telepon, dan sebagainya. Menurut Shaikh & Karjaluoto (2015) secara umum bank menawarkan empat macam cara untuk mengakses layanan *m-banking* yaitu:

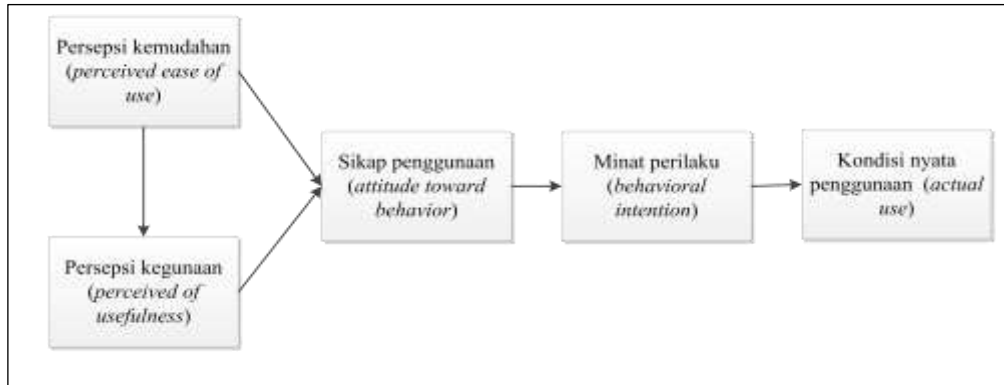
- a. Aplikasi mobile yang bisa didownload melalui *mobile phone*
- b. *Mobile browser* yang dapat digunakan melalui perangkat *mobile* atau *smartphone* yang memiliki *web browser*
- c. Aplikasi yang didownload melalui *tablet*
- d. SMS (*short message services*) yang memberikan informasi perbankan

### ***Technology Acceptance Model (TAM)***

Model penerimaan teknologi atau *Technology Acceptance Model (TAM)* dikembangkan oleh Davis *et al.*, (1989) berdasarkan model *Theory of Reasoned Action (TRA)* oleh Ajzen dan Fishbein (1975) dalam Jogiyanto (2007:111). Davis menambahkan dua konstruk utama ke dalam model TRA dan menghilangkan konstruk norma subjektif (*subjective norm*). Dua konstruk utama yang ditambahkan Davis yaitu adalah persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). TAM berargumentasi bahwa penerimaan individual terhadap sistem teknologi informasi ditentukan oleh dua konstruk tersebut. Model penerimaan teknologi oleh Davis (1989) yang belum dimodifikasi menunjukkan bahwa tingkat penerimaan teknologi informasi ditentukan oleh lima konstruk yaitu, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap pengguna

terhadap penggunaan teknologi (*attitude toward using*), minat perilaku (*behavioral intention*) dan penggunaan teknologi sesungguhnya (*actual usage*) (Jogiyanto, 2007: 10 ).

**Gambar 1**  
**Technology Acceptance Model (TAM)**

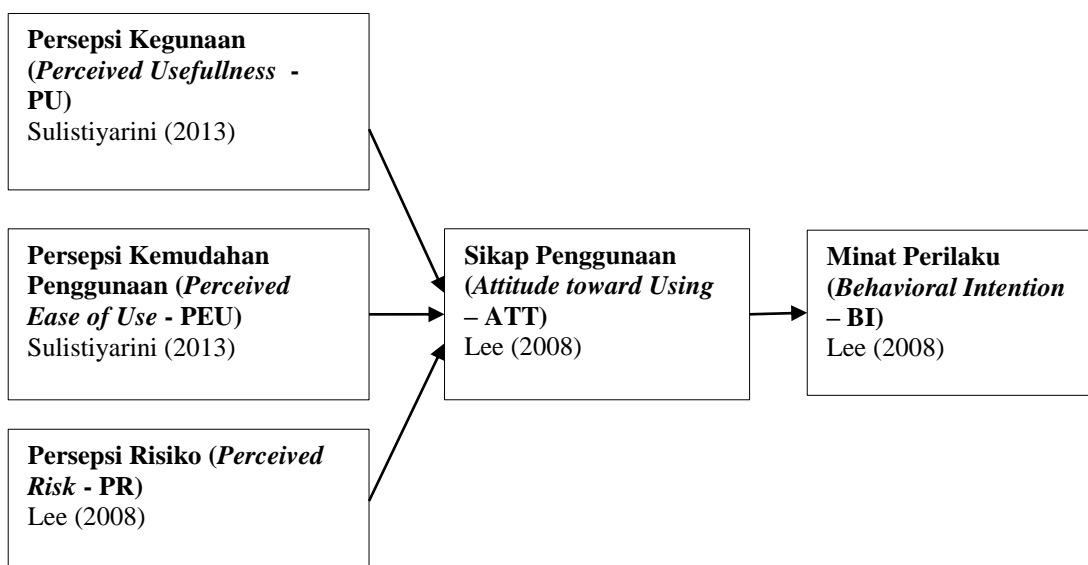


**Sumber: Davis et al., (1989)**

Penelitian ini merupakan penelitian replikasi dari beberapa penelitian sebelumnya yaitu penelitian oleh Lee (2008) serta Sulistiyarini (2013). Lee (2008) meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan *internet banking* dengan menggunakan kombinasi TAM dan TPB. Sulistiyarini (2013) meneliti tentang beberapa persepsi yang mempengaruhi minat penggunaan *mobile banking*. Variabel independen di dalam penelitian tersebut adalah sikap penggunaan (*attitude towards using*), norma subjektif (*subjective norm*), kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*), persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), dan persepsi kegunaan (*perceived of usefulness*). Variabel dependen dalam penelitian tersebut adalah minat penggunaan *mobile banking*.

Penelitian ini akan menggunakan konteks penerimaan teknologi informasi dengan model TAM dengan menambahkan variabel persepsi risiko. Penelitian ini akan menguji lima variabel yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, sikap perilaku dan minat untuk menggunakan *mobile banking* oleh masyarakat. Adapun model penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Gambar 2**  
**Model Penelitian**



## **Konsep Sikap Penggunaan Mobile Banking**

Sikap terhadap penggunaan (*attitude toward behavior*) merupakan perasaan positif atau negatif seseorang untuk melakukan perilaku tertentu (Davis, 1989). Menurut Ajzen (1991) sikap terhadap penggunaan menggambarkan kepercayaan seseorang bahwa suatu perilaku mengarahkan kepada suatu hasil tertentu dan evaluasi individu dari hasil tersebut adalah menguntungkan atau tidak menguntungkan. Semakin menguntungkan sikap terhadap perilaku, semakin kuat pertimbangan niat individu untuk melanjutkan perilaku tersebut. Sehingga semakin positif sikap individu maka semakin besar niat individu dan akhirnya semakin tinggi niat individu untuk melanjutkan perilaku tersebut. Sikap berkembang seiring berjalannya waktu dan pengalaman yang diperoleh individu (Cabanillas *et. al.*, 2015).

## **Hipotesis Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking**

Konstruk persepsi kegunaan didefinisikan sebagai ukuran seseorang mempercayai bahwa dengan menggunakan sistem tertentu akan membantu meningkatkan performa kinerjanya (Davis, 1989). Konsep ini menggambarkan manfaat sistem bagi penggunanya terkait dengan produktivitas, kinerja, efektivitas, pentingnya suatu tugas dan kegunaan secara keseluruhan (*overall usefulness*). Dalam konteks *mobile banking*, konstruk persepsi kegunaan didefinisikan sebagai sejauh mana *mobile banking* mampu memberikan manfaat bagi penggunanya dalam hal meningkatkan produktivitas dan kinerja pada saat memanfaatkan layanan perbankan. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan pengaruh yang signifikan antara persepsi kegunaan dengan sikap penggunaan sistem informasi. Di antaranya penelitian yang dilakukan oleh Lee, 2008; Sulistiyarini, 2013; Aboelmaged dan Gebba, 2013; Cabanillas *et al.* (2014), Hsu dan Chiu, 2004; dan Lawrence dan Baridwan, 2014. Namun hasil penelitian tersebut tidak konsisten dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Mubiyantoro (2014) dan Teo (2009), yakni persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap sikap. Oleh karena itu peneliti tertarik menguji pengaruh persepsi kegunaan terhadap sikap penggunaan *mobile banking*.

Berdasarkan studi yang telah diuraikan tersebut peneliti merumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut:

**H1:** Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) berpengaruh terhadap sikap penggunaan *mobile banking*

## **Hipotesis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking**

Konstruk persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan oleh Davis (1989) sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa tidak dibutuhkan usaha dalam memahami sistem tertentu. Semakin mudah teknologi digunakan maka semakin tinggi manfaat yang diharapkan dari teknologi tersebut terkait dengan peningkatan kinerjanya (Aboelmaged dan Gebba, 2013). Dalam konteks *mobile banking*, persepsi kemudahan penggunaan digambarkan sebagai sejauh mana *mobile banking* memberikan kemudahan bagi penggunanya. Penelitian sebelumnya menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap penggunaan yaitu penelitian yang dilakukan oleh Lee (2008), Puschel *et al.* (2010), Hsu dan Chiu (2004), Sulistiyarini (2013), Mubiyantoro (2014). Namun hasil penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aboelmaged dan Gebba (2013), Crabbe *et al.* (2009), dan Lawrence dan Baridwan (2014) dimana persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap sikap penggunaan.

Berdasarkan studi yang telah diuraikan tersebut peneliti merumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut:

**H2:** Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh terhadap sikap penggunaan *mobile banking*

### **Hipotesis Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Sikap Penggunaan *Mobile Banking***

Persepsi risiko (*perceived risk*) merupakan perkiraan subjektif konsumen akan menderita kerugian dalam mengejar hasil diinginkan (Yiu *et al.*, 2007). Risiko merupakan suatu ketidakpastian atas munculnya efek negatif atau kerugian materi sebagai konsekuensi keputusan individu untuk menggunakan suatu sistem teknologi informasi. Persepsi risiko dahulu berkenaan dengan *fraud* dan kualitas produk. Namun saat ini persepsi risiko menunjuk pada tipe risiko keuangan, sosial, psikologis, fisik, maupun risiko waktu ketika konsumen membuat transaksi online (Ben-Ur & Winfield, 2000; Forsythe & Shi, 2003; Wu & Wang, 2005). Persepsi risiko dalam konteks *mobile banking* adalah suatu ketidakpastian atas munculnya efek negatif atau kerugian materi sebagai konsekuensi keputusan individu untuk menggunakan *mobile banking*. Persepsi risiko memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Lee (2008), Cabanillas *et al.* (2014), Hsu dan Chiu (2004), Yiu *et al.* (2007). Namun hasil tersebut tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Mubiyantoro (2014) dan Lawrence dan Baridwan (2014) yang menemukan tidak ada pengaruh signifikan antara persepsi risiko dengan sikap.

Berdasarkan studi yang telah diuraikan tersebut peneliti merumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut:

**H3:** Persepsi risiko (*perceived risk*) berpengaruh terhadap sikap penggunaan *mobile banking*

### **Konsep Minat Penggunaan *Mobile Banking***

Minat merupakan suatu keinginan untuk melakukan perilaku. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika mempunyai keinginan atau minat (*behavioral intention*) untuk melakukannya (Jogiyanto, 2007). Intensi (*intention*) akan menentukan perilakunya. Dalam penelitian ini intensi (*intention*) mengarah pada minat atau keinginan individu untuk melakukan *mobile banking*. Pada konteks *mobile banking*, jika nasabah merasa bahwa menggunakan fasilitas tersebut akan membantu proses transaksi berkaitan dengan transaksi perbankan maka perasaan nasabah terhadap sistem tersebut dikatakan positif.

### **Hipotesis Pengaruh Sikap Penggunaan terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking***

Sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using*) oleh Davis (1989) dalam didefinisikan sebagai perasaan positif atau negatif dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan (*“an individual’s positive or negative feelings about performing the target behaviour”*). Sikap seseorang terhadap sistem informasi menunjukkan seberapa jauh orang tersebut merasakan bahwa sistem informasi tersebut baik atau buruk. Dalam penelitian ini konstruk sikap didefinisikan sebagai perasaan positif atau negatif pengguna *mobile banking* yang ditunjukkan dengan perasaan suka atau tidak suka terhadap *mobile banking*. Banyak penelitian yang memaparkan adanya hubungan positif antara sikap dan minat perilaku dalam hal penggunaan teknologi informasi (Lee, 2008; Aboelmaged dan Gebba, 2013; Sulistiyarini, 2013; Cabanillas *et al.*, 2014; Crabbe *et al.*, 2009; Puschel *et al.*, 2010, dan Lawrence dan Baridwan (2014).

Berdasarkan studi yang telah diuraikan tersebut, peneliti merumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut:

**H4:** Sikap penggunaan (*attitude toward behavior*) berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*

## **Metodologi Penelitian**

### **Populasi dan Sampel**

Populasi penelitian ini adalah nasabah bank yang pernah menggunakan *mobile banking* baik berdomisili ataupun bekerja di Kabupaten Lamongan. Populasi dilakukan di bank Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang telah *go public* yakni Bank BRI, Bank BNI, dan Bank

Mandiri di Kabupaten Lamongan. Sampel merupakan sebagian dari populasi (Sekaran, 2006:123). Penelitian ini akan mengambil sampel dari populasi nasabah pengguna *mobile banking* bank-bank tersebut di Kabupaten Lamongan.

Penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Metode ini digunakan dalam memilih sampel dari elemen populasi karena besarnya peluang elemen untuk terpilih sebagai subyek sampel tidak diketahui. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini berdasarkan pengambilan sampel bertujuan (*purposive sampling*) berdasarkan pertimbangan tertentu (*judgement sampling*). Penelitian menggunakan *judgement sampling* untuk memastikan bahwa hanya sampel yang memiliki unsur tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti yang akan diambil sebagai sampel. Sebagaimana dalam Sekaran (2006) pengambilan sampel dengan berdasarkan *judgement sampling* melibatkan pemilihan subjek yang berada di tempat yang paling menguntungkan atau dalam posisi terbaik untuk memberikan informasi yang diperlukan. Kriteria dari sampel dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BRI, Bank BNI dan Bank Mandiri di Kabupaten Lamongan yang telah menggunakan fasilitas layanan *mobile banking*.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data merupakan prosedur sistematis yang standar untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Survei menggunakan instrumen kuesioner untuk dapat berkomunikasi dengan para responden. Kuesioner berisi pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan responden jawab (Sekaran, 2006). Peneliti menyebarkan kuesioner dengan menggunakan tiga cara yaitu melalui penyebaran kuesioner secara langsung oleh peneliti sendiri, melalui bantuan rekan serta melalui pengisian secara *online*.

### **Definisi Konstruk, Indikator dan Pengukuran**

Terdapat lima konstruk dalam penelitian ini, yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, sikap penggunaan, dan minat penggunaan. Dari kelima konstruk tersebut, akan diuraikan indikator dari masing-masing konstruk. Item pertanyaan yang tertera dalam kuesioner pada penelitian ini merupakan item-item pertanyaan yang mendasarkan pada penelitian Lee (2008) dan Sulistiyarini (2013). Konstruk persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan mendasarkan pada penelitian Sulistiyarini (2013). Sedangkan konstruk persepsi risiko, sikap penggunaan, dan minat penggunaan mengacu pada penelitian Lee (2008).

Pengukuran yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala *likert*. Cara pengukuran skala ini yaitu dengan menghadapkan seorang responden dengan sebuah pertanyaan kemudian diminta menjawab pertanyaan dengan pilihan: “Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Agak Tidak Setuju (ATS), Netral (N), Agak Setuju (AS), Setuju (S), Sangat Setuju (SS)”. Jawaban ini diberi skor 1 sampai 7 dimulai dari skala 1 yang menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS) hingga skala 7 yang menyatakan Sangat Setuju (SS).

### **Uji Model Pengukuran dan Persamaan Struktural**

Pengujian hipotesis di dalam penelitian ini akan menggunakan analisis *Partial Least Squares (PLS)*. *PLS* adalah teknik statistika multivariat yang melakukan perbandingan antara variabel dependen berganda dan variabel independen. *PLS* adalah salah satu metoda statistika *Structural Equation Modeling (SEM)* berbasis varian yang didesain untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik pada data, seperti ukuran sampel penelitian kecil, adanya data yang hilang, dan multikolinearitas (Jogiyanto dan Abdillah, 2009).



Penelitian ini mempunyai persamaan struktural sebagai berikut:

$$Y_1 = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

$$Y_2 = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 Y_1 + e$$

Keterangan:

$X_1$  = Persepsi Kegunaan

$X_2$  = Persepsi Kemudahan

$X_3$  = Persepsi Risiko

$Y_1$  = Sikap Penggunaan

$Y_2$  = Minat Penggunaan

$\beta_i$  = Koefisien

Untuk menganalisis penelitian ini digunakan beberapa pengujian hipotesis dengan PLS, yaitu:

1. Evaluasi *outer model* (Model Pengukuran)

a. Uji Validitas Konstruk

Validitas konstruk menunjukkan seberapa baik hasil yang diperoleh dari penggunaan suatu pengukuran sesuai teori-teori yang digunakan untuk mendefinisikan suatu konstruk. Validitas konstruk terdiri dari:

- 1) Validitas Konvergen : validitas yang terjadi jika skor yang diperoleh dari dua instrument yang berbeda yang mengukur konstruk yang sama mempunyai korelasi tinggi.
- 2) Validitas Diskriminan : validitas yang terjadi jika dua instrument yang berbeda yang mengukur dua konstruk yang diprediksi tidak berkorelasi menghasilkan skor yang memang tidak berkorelasi (Jogiyanto & Abdillah, 2009).

**Tabel 1**

**Parameter Uji Validitas dalam Model Pengukuran PLS**

Uji Validitas	Parameter	Rule of Thumb
Konvergen	Faktor Loading	Lebih dari 0,7
	Average Variance Extracted (AVE)	Lebih dari 0,5
	Communality	Lebih dari 0,5
Diskriminan	Akar AVE dan Korelasi Variabel Laten	Akar AVE > Korelasi Variabel Laten
	Cross Loading	Lebih dari 0,7 dalam satu variabel

Sumber: Jogiyanto dan Abdillah (2009)

b. Uji Reliabilitas

Uji ini untuk menunjukkan akurasi, konsistensi, dan ketepatan suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran (Jogiyanto & Abdillah, 2009). Dalam PLS uji ini dapat dilakukan dengan menggunakan dua metode, yaitu:

a) Cronbach's alpha

Cronbach's alpha mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk dan dikatakan *reliable* apabila nilainya harus > 0,6.

b) Composite reliability

Composite reliability mengukur nilai sesungguhnya reliabilitas suatu konstruk dan metode ini diyakini lebih baik dalam melakukan pengestimasian konsistensi internal suatu konstruk dan dikatakan *reliable* apabila nilainya harus > 0,7.

## 2. Evaluasi *inner model* (Model Struktural)

Model struktural dalam PLS dievaluasi dengan menggunakan  $R^2$  untuk konstruk dependen, nilai koefisien *path* atau *t-values* tiap *path* untuk uji signifikansi antar konstruk dalam model struktural. Nilai  $R^2$  digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai  $R^2$ , maka semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Namun, nilai  $R^2$  bukan merupakan parameter yang absolut dalam mengukur ketepatan model prediksi karena dasar utama untuk menjelaskan hubungan kausalitas adalah dasar hubungan teoritikal (Jogiyanto & Abdillah, 2009).

### Analisis Hasil dan Pembahasan

Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat Kabupaten Lamongan yang pernah menggunakan fasilitas *mobile banking* dari Bank Mandiri, Bank BNI dan Bank BRI. Peneliti menggunakan metode survey dalam mengumpulkan data penelitian. Hal ini dilakukan dengan 2 tahap, yaitu pertama dengan menyebarkan kuesioner di ketiga bank tersebut di kabupaten Lamongan sebanyak 100 kuesioner, tahap kedua yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner untuk pengisian *online* dengan mengirim alamat *link* kepada 100 orang. Lama pengumpulan data pada penelitian ini yaitu selama 2 minggu. Perhitungan sampel dan tingkat pengembalian ditunjukkan pada tabel 2 berikut ini:

**Tabel 2**

**Data Sampel dan Tingkat Pengembalian**

Jumlah kuesioner disebar	200
Jumlah kuesioner tidak kembali	52
Jumlah kuesioner diterima kembali	148
Kuesioner yang tidak digunakan	26
Kuesioner yang digunakan	122
<b>Tingkat pengembalian (<i>respon rate</i>)</b>	<b>74%</b>
<b>Tingkat pengembalian yang digunakan (<i>usable respon rate</i>)</b>	<b>61%</b>

Sumber : Data primer (diolah), 2015

Statistik deskriptif merupakan statistik yang dapat menggambarkan fenomena dan karakteristik dari data tersebut (Jogiyanto, 2010). Analisis statistik deskriptif telah dilakukan terhadap data dari 122 responden dalam penelitian ini sebelum diolah lebih lanjut. Pengukuran berupa nilai min, max, mean, median, modus dan standar deviasi pada penelitian ini sangat berguna untuk tujuan penarikan kesimpulan sehingga mempermudah pengamatan. Melalui perhitungan ini diperoleh gambaran mengenai sampel secara garis besar.

Tabel 4.2 menjelaskan tentang karakteristik responden. Gambaran umum karakteristik responden diperoleh dari beberapa item pernyataan kuesioner atas informasi khusus yang terdapat dalam kuesioner.

**Tabel 3**  
**Karakteristik Responden**

No.	Karakteristik	Jumlah	Prosentase
1	Jenis Kelamin		
	Laki-laki	44	36%
	Perempuan	78	64%
2	Usia		
	<20 tahun	6	5%
	20-29 tahun	81	66%
	30-39 tahun	23	19%
	40-49 tahun	10	8%
	>49 tahun	2	1%
3	Bidang Profesi		
	Ibu Rumah Tangga	1	1%
	Pendidik/Dosen	5	4%
	Mahasiswa	20	16%
	Manajer Perusahaan	2	2%
	Pemilik Perusahaan	1	1%
	Karyawan	89	73%
Lainnya	8	7%	
4	Pemanfaatan Fitur		
	Transfer uang	66	32%
	Pembelian ( <i>online shop</i> , pulsa, dll)	35	17%
	Penggantian PIN	14	7%
	Informasi saldo dan mutasi rekening	65	32%
	Pembayaran tagihan (telepon, kartu kredit, dll)	25	12%
5	Pengalaman Penggunaan		
	<1 tahun	30	25%
	1-3 tahun	77	63%
	4-6 tahun	12	10%
	>6 tahun	3	2%
6	Intensitas Penggunaan		
	1-4 kali	68	56%
	5-10 kali	51	42%
	>10 kali	3	2%
7	Bank yang Digunakan		
	Bank Mandiri	59	48%
	Bank BNI	27	22%
	Bank BRI	36	30%

**Sumber: Data primer (diolah), 2015**

Dalam penelitian ini peneliti melakukan evaluasi model hingga 2 kali sampai didapatkan hasil evaluasi model yang dapat digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Evaluasi model dilakukan dengan melakukan 3 tahapan pengujian model pengukuran yaitu pengujian validitas konstruk konvergen (faktor loading > 0,7; AVE > 0,5; *communality* > 0,5), pengujian validitas konstruk diskriminan (akar AVE > korelasi variabel laten; *cross loading* > 0,7) dan pengujian reliabilitas (*cronbach's alpha* > 0,6; *composite reliability* > 0,7). Pengujian ini keseluruhan dilakukan dengan menggunakan *Partial Least Squares* (PLS) versi 2.0 M3.

Dalam pengujian validitas dan reliabilitas yang kedua, peneliti telah menghilangkan item-item pernyataan yang tidak lolos uji validitas pertama dan disajikan di dalam tabel 4:

**Tabel 4**  
**Outer Loadings (II)**

	ATT	BI	PEU	PR	PU
ATT1	0,796895				
ATT2	0,873064				
ATT3	0,896080				
BI1		0,897283			
BI2		0,824247			
PEU1			0,872453		
PEU2			0,890026		
PEU3			0,899834		
PR2				0,842583	
PR6				0,863301	
PR7				0,813225	
PU1					0,832080
PU2					0,910068
PU3					0,771986

Sumber: Data primer (diolah), 2015

**Tabel 5**  
**Overview (II)**

	AVE	Composite Reliability	R Square	Cronbachs Alpha	Communality	Redundancy
ATT	0,733414	0,891695	0,438404	0,817461	0,733414	0,103909
BI	0,742250	0,851832	0,532278	0,657373	0,742250	0,389936
PEU	0,787675	0,917542		0,865208	0,787675	
PR	0,705523	0,877799		0,791257	0,705523	
PU	0,705514	0,877371		0,790450	0,705514	

Sumber: Data primer (diolah), 2015

**Keterangan:**

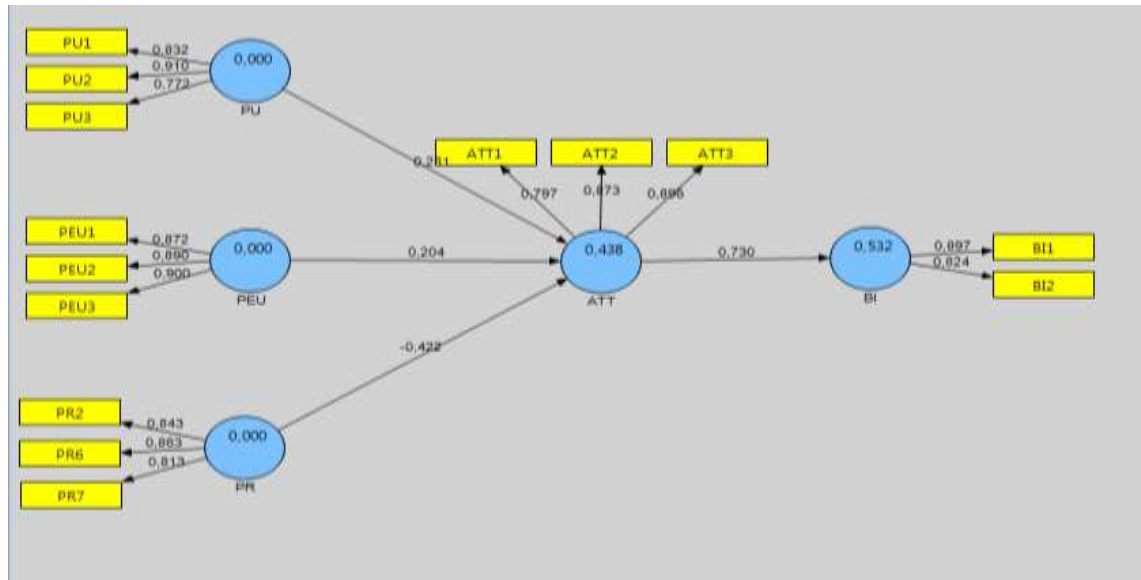
ATT: Sikap Penggunaan; BI: Minat Penggunaan; PEU: Persepsi Kemudahan Penggunaan ; PR: Persepsi Risiko; dan PU: Persepsi Kegunaan

Tabel 4 dan tabel 5 menjelaskan hasil pengujian validitas konvergen dan validitas diskriminan. Pada tabel 4 semua item pernyataan memiliki skor *cross loading* lebih dari 0,7 dalam satu variabel. Pada tabel 5 semua konstruk memiliki skor *Average Variance Extracted* (AVE) dan *Communality* pada nilai lebih dari 0,5. Tabel 5 juga menjelaskan hasil uji

reliabilitas yang ditunjukkan oleh nilai *cronbrach's alpha* lebih dari 0,6 dan *composite reliability* lebih dari 0,7.

Berdasarkan hasil pengujian terhadap validitas dan reliabilitas dapat disimpulkan dengan gambar model di bawah ini:

**Gambar 3**  
**Model Hasil Evaluasi Model**



**Sumber: Data primer (diolah), 2015**

**Keterangan:**

ATT: Sikap Penggunaan; BI: Minat Penggunaan; PEU: Persepsi Kemudahan Penggunaan ; PR: Persepsi Risiko; dan PU: Persepsi Kegunaan

Pada gambar 4.9 terlihat bahwa persepsi kegunaan memiliki nilai koefisien *path* sebesar 0,281 terhadap sikap penggunaan. Persepsi kemudahan penggunaan memiliki nilai koefisien *path* sebesar 0,204 dan persepsi risiko sebesar -0,422 terhadap sikap penggunaan. Nilai koefisien *path* juga merupakan nilai beta variabel tersebut. Persepsi risiko memiliki koefisien *path negatif* yang artinya terdapat hubungan terbalik antara persepsi risiko terhadap sikap penggunaan. Semakin rendah risiko yang dipersepsikan, maka semakin tinggi atau semakin positif sikap individu.

Dari hasil model persamaan diatas diperoleh nilai R<sup>2</sup> untuk variabel sikap penggunaan sebesar 0,438 yang artinya nilai tersebut mengindikasikan bahwa variasi sikap penggunaan dapat dijelaskan oleh variabel konstruk (kegunaan, kemudahan penggunaan, dan risiko) hanya sebesar 43,8 % sedangkan sisanya yaitu sebesar 56,2 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam model penelitian. Nilai R<sup>2</sup> untuk variabel minat penggunaan sebesar 0,532 menunjukkan bahwa variabel sikap mampu menjelaskan 53,2% terhadap variabel minat penggunaan.

Selanjutnya peneliti melakukan tahap pengujian berikutnya yaitu pengujian hipotesis atau pengujian struktural. Hipotesis penelitian akan diuji menggunakan aplikasi SmartPLS versi 2.0 M3 dalam tahap *bootstrapping*. Hasil *bootstrapping* atas model penelitian ditampilkan dalam tabel 6:

**Tabel 6**  
**Path Coefficient (Mean, STDEV, T Statistic)**

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics ((O/STERR))	Keterangan
ATT -> BI	0,729574	0,738383	0,051258	0,051258	14,233244	Didukung
PEU -> ATT	0,204044	0,207737	0,098424	0,098424	2,073107	Didukung
PR -> ATT	-0,421662	-0,426397	0,071433	0,071433	5,902903	Didukung
PU -> ATT	0,281289	0,285482	0,095470	0,095470	2,946345	Didukung

**Sumber: Data primer (diolah), 2015**

**Keterangan:**

ATT: Sikap Penggunaan; BI: Minat Penggunaan; PEU: Persepsi Kemudahan Penggunaan ; PR: Persepsi Risiko; dan PU: Persepsi Kegunaan

Nilai statistik T (T-statistics) pada masing-masing konstruk menunjukkan didukung atau tidaknya hipotesis adalah sebagai berikut:

a. Hipotesis 1

Hipotesis 1 menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh terhadap sikap penggunaan *mobile banking*. Dari tabel 4.16, dapat diketahui bahwa nilai *t-statistics* persepsi kegunaan terhadap sikap penggunaan *mobile banking* adalah  $2,946345 \geq 1,96$ . Hal ini menunjukkan bahwa **hipotesis 1 didukung**. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Lee (2008), Aboelmaged dan Gebba (2013), Cabanillas *et al.* (2014), dan Lawrence dan Baridwan (2014).

Lee (2008) melakukan penelitian terhadap penggunaan *internet banking* dengan subyek penelitian adalah 446 nasabah sebuah bank swasta di Taiwan. Penelitian tersebut menggunakan metode survey yang menggunakan instrumen kuesioner dan dilakukan secara *online*. Menurut Lee (2008) terdapat pengaruh yang langsung maupun tidak langsung antara persepsi kegunaan pada minat untuk menggunakan *internet banking*. Persepsi kegunaan memiliki pengaruh secara tidak langsung terhadap minat penggunaan (*intention to use*) melalui sikap penggunaan (*attitude toward behavior*). Persepsi kegunaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap sikap penggunaan.

Cabanillas *et al.* (2014) melakukan penelitian tentang mengembangkan sebuah kerangka untuk mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi tentang *mobile payment* dalam *Virtual Social Network (VSN)* oleh pengguna yang berpengalaman dan bukan pengguna. Hasilnya menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap kedua kelompok tersebut..

Hasil serupa juga diperoleh dari penelitian yang dilakukan oleh Aboelmaged dan Gebba (2013) terhadap mahasiswa pengguna *mobile banking* di Uni Emirat Arab. Mereka menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap individu untuk menggunakan *mobile banking*, meskipun tidak ada dampak signifikan secara langsung pada minat pengadopsian *mobile banking*. Artinya, persepsi kegunaan memiliki dampak secara tidak langsung pada minat pengadopsian *mobile banking* melalui sikap penggunaan.

Lawrence dan Baridwan (2014) meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi sikap dan minat untuk menggunakan layanan *internet stock trading*. Model penelitian yang digunakan adalah TAM, TPB, dan *Decomposed Theory of Planned Behavior (DPTB)*. Hasilnya menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh terhadap sikap untuk menggunakan *internet stock trading*.

Namun hasil ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mubiyantoro (2014) dan Teo (2009) yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap sikap penggunaan. Mubiyantoro (2014) melakukan penelitian terhadap pengguna *mobile banking* bank BRI di Kota Malang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara persepsi kegunaan dengan sikap untuk menggunakan *mobile banking*. Menurut Mubiyantoro (2014) kemungkinan tidak adanya manfaat yang optimal yang akan diperoleh nasabah, seperti adanya beberapa kesalahan yang dilakukan oleh pihak bank dan kompleksnya proses transaksi, yang hanya menghambat pekerjaan atau aktifitas nasabah sehingga menyebabkan nasabah tidak merasakan manfaatnya sehingga nasabah kurang tertarik atau berniat terhadap penggunaan layanan *mobile banking* tersebut. Hasil penelitian Teo (2009) mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan teknologi oleh mahasiswa di Singapura menunjukkan bahwa persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap sikap.

Persepsi kegunaan atas teknologi yang digunakan bisa mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan teknologi tersebut. Dalam persepsi kemanfaatan nasabah sebagai pengguna akan menggunakan *mobile banking* apabila terdapat nilai manfaat dalam penggunaan *mobile banking*, apabila nilai manfaat sudah didapatkan Semakin besar manfaat yang dirasakan semakin besar sikap semakin positif sikap seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut.

#### b. Hipotesis 2

Hipotesis 2 menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap sikap penggunaan *mobile banking*. Dari tabel 4.16, dapat diketahui bahwa nilai *t-statistics* persepsi kegunaan terhadap sikap penggunaan *mobile banking* adalah  $2,073107 \geq 1,96$ . Hal ini menunjukkan bahwa **hipotesis 2 didukung**. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Lee (2008), Sulistiyarini (2013), Mubiyantoro (2014).

Hasil penelitian Lee (2008) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh terhadap sikap penggunaan meskipun tidak berpengaruh secara langsung pada minat untuk menggunakan sistem. Hasil penelitian Sulistiyarini (2013) yang dilakukan pada nasabah bank Mandiri di Kota Malang juga menunjukkan adanya pengaruh antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap pengguna *mobile banking*. Dalam penelitian tersebut, persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan dengan persepsi kegunaan pada sikap individu dalam menggunakan *mobile banking*.

Dalam temuan lainnya Mubiyantoro (2014) memaparkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi sikap pengguna *mobile banking* di Kota Malang. Semakin mudah suatu sistem dioperasikan maka semakin tinggi penerimaan individu untuk menggunakan sistem tersebut. Mubiyantoro (2014) menyatakan bahwa peningkatan kemudahan penggunaan dan kesesuaian pada transaksi *mobile banking* dalam sektor bisnis dapat berpengaruh pada sikap individu yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap meningkatnya penggunaan *mobile banking*.

Namun hasil ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aboelmaged dan Gebba (2013), dan Lawrence dan Baridwan (2014). Hasil penelitian Aboelmaged dan Gebba (2013) menunjukkan bahwa konstruk persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap sikap penggunaan *mobile banking*. Menurut penelitian Aboelmaged dan Gebba (2013) persepsi kemudahan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan karena responden merasa sudah familiar dengan *mobile phone* yang meningkatkan harapan dari manfaat layanan daripada sikap mereka terhadap layanan tersebut.

Hasil penelitian Lawrence dan Baridwan (2014) juga menunjukkan tidak ada pengaruh yang signifikan antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap untuk menggunakan *internet stock trading*. Hal ini disebabkan karena kemudahan penggunaan bukan faktor utama

yang mendorong responden untuk menggunakan fasilitas *online trading*, responden sudah terbiasa untuk menggunakan aplikasi-aplikasi teknologi berbasis internet, serta adanya *account demo* atau versi *trial* sebelum mereka menggunakan *account* nyata.

Penelitian ini mengindikasikan bahwa semakin tingginya kemudahan penggunaan *mobile banking* menyebabkan semakin besar keinginan pengguna untuk memakainya dan akhirnya bersikap positif terhadap fasilitas tersebut. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tingkat persepsi nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking* dipengaruhi oleh tingkat kemudahan pemanfaatan sistem tersebut.

c. Hipotesis alternatif 3

Hipotesis alternatif 3 menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh terhadap sikap penggunaan *mobile banking*. Dari tabel 4.16, dapat diketahui bahwa nilai *t-statistics* persepsi risiko terhadap sikap penggunaan *mobile banking* adalah  $5,902903 \geq 1,96$ . Hal ini menunjukkan bahwa **hipotesis 3 didukung**. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Lee (2008), Cabanillas *et al.* (2014), Hsu dan Chiu (2004) dan Yiu *et al.* (2007).

Lee (2008) melakukan penelitian terhadap penggunaan *internet banking*. Lee (2008) mengklasifikasikan risiko menjadi risiko sosial, risiko waku, risiko keuangan, risiko keamanan, dan risiko kinerja. Hasilnya menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap sikap penggunaan. Persepsi risiko memiliki pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap minat untuk mengadopsi *online banking*. Risiko keamanan menjadi prediktor paling penting dalam pengadopsian *online banking*.

Hasil di atas sejalan dengan penelitian Hsu dan Chiu (2004) yang melakukan penelitian terhadap penggunaan *e-service*. Sampel dalam penelitian tersebut adalah mahasiswa pasca sarjana sebuah universitas di Taiwan. Hasilnya menunjukkan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap sikap penggunaan *e-services*.

Penelitian oleh Yiu *et al.* (2007) menggunakan persepsi risiko dalam memprediksi penggunaan *internet banking* di negara Hongkong. Sampel yang digunakan adalah masyarakat yang memiliki akun bank dan memiliki *personal computer* (PC atau komputer pribadi) baik di rumah maupun di kantor. Responden diklasifikasikan menjadi dua yakni pengguna dan bukan pengguna *internet banking*. Hasil penelitian Yiu *et al.* (2007) menunjukkan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh langsung terhadap pemakaian *internet banking*.

Hasil penelitian di atas sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cabanillas *et al.* (2014). Cabanillas *et al.* (2014) menemukan bahwa persepsi risiko berpengaruh terhadap *mobile payment* dalam *Virtual Social Network* (VSN) oleh pengguna yang berpengalaman dan bukan pengguna. Cabanillas *et al.* (2014) mengemukakan bahwa kecenderungan untuk menggunakan ditentukan oleh persepsi risiko terhadap sistem. Persepsi risiko berpengaruh pada sikap penggunaan karena kurangnya pengetahuan dan pengalaman atas sistem tersebut. Persepsi risiko terkait dengan tingkat pengalaman penggunaannya.

Namun hasil ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mubiyantoro (2014) dan Lawrence dan Baridwan (2014) yang menemukan bahwa persepsi risiko tidak memiliki pengaruh terhadap sikap penggunaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Mubiyantoro (2014) terhadap pengguna *mobile banking* bank BRI di Kota Malang menemukan bahwa tidak ada pengaruh signifikan persepsi risiko terhadap sikap penggunaan *mobile banking*. Alasan pernyataan tersebut adalah persepsi risiko hanya pembantu dalam membentuk sikap konsumen dibandingkan minat mereka. Mubiyantoro (2014) memaparkan alasan dari tidak berpengaruhnya persepsi risiko terhadap sikap penggunaan yaitu persepsi risiko hanya membantu membentuk sikap konsumen dibandingkan minat mereka. Konsumen *mobile banking* merasa bahwa sistem yang mereka



gunakan saat ini sudah aman dan walaupun ada risiko yang mungkin muncul, namun risiko tersebut dirasa tidak signifikan terhadap keamanan *mobile banking*.

Hasil penelitian Mubiyantoro (2014) konsisten dengan penelitian Lawrence dan Baridwan (2014) yang melakukan penelitian terhadap penggunaan *internet stock trading*. Hasilnya menunjukkan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap sikap penggunaan. Menurut Lawrence dan Baridwan (2014) risiko tidak berpengaruh terhadap sikap menggunakan *internet stock trading* karena investor tersebut telah mengenal dengan baik perusahaan sekuritas penyedia sistem tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seberapa pun besarnya risiko yang dapat ditimbulkan oleh transaksi saham dengan sistem *online trading* tidak akan mempengaruhi sikap responden dalam melakukan transaksi.

Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini masih sangat memperhatikan faktor risiko atas penggunaan sistem *mobile banking*. Persepsi risiko menunjukkan hasil yang signifikan, sehingga rasa ketidakpastian yang dialami oleh pengguna cukup tinggi saat memutuskan untuk melakukan transaksi melalui *mobile banking*. Oleh karena itu dengan menurunkan tingkat risiko *mobile banking*, maka diharapkan jumlah pengguna *mobile banking* di Kabupaten Lamongan akan semakin meningkat.

#### d. Hipotesis alternatif 4

Hipotesis alternatif 4 menyatakan bahwa sikap penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Dari tabel 4.16, dapat diketahui bahwa *nilai t-statistics* sikap penggunaan terhadap minat penggunaan *mobile banking* adalah  $14,233244 \geq 1,96$ . Hal ini menunjukkan bahwa **hipotesis 4 didukung**. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Lee (2008), Sulistiyarini (2013), Aboelmaged dan Gebba (2013), dan Lawrence dan Baridwan (2014).

Penelitian Lee (2008) tentang penggunaan *internet banking* di Taiwan memaparkan bahwa sikap penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat untuk menggunakan *internet banking*. *Path coefficients* sikap penggunaan terhadap minat penggunaan adalah sebesar 0,25 sehingga konstruk sikap penggunaan merupakan determinan positif kedua yang mempengaruhi minat untuk menggunakan *internet banking*.

Hasil serupa juga diperoleh dari penelitian Sulistiyarini (2013) yang memaparkan bahwa terdapat pengaruh positif antara sikap penggunaan terhadap minat untuk menggunakan *mobile banking*. Sikap memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan dengan norma subjektif pada minat individu dalam menggunakan *mobile banking*. Sikap mempengaruhi individu dalam penggunaan *mobile banking* dikarenakan sikap merupakan perasaan positif atau negatif pengguna *mobile banking* yang ditunjukkan oleh perasaan suka atau tidak suka seseorang terhadap *mobile banking*.

Aboelmaged dan Gebba (2013) dan hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Bila dibandingkan *path coefficients* dari variabel-variabel dalam penelitian tersebut, sikap menjadi prediktor yang paling kuat terhadap minat untuk mengadopsi *mobile banking*. Oleh karena itu sangat penting untuk mengembangkan dan mengatur sikap pengguna agar implementasi sistem *mobile banking* dapat dijalankan dengan baik.

Lawrence dan Baridwan (2014) juga menemukan bahwa sikap penggunaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap sikap menggunakan *internet stock trading*. Munculnya minat menggunakan sistem *internet stock trading* sangat dipengaruhi oleh munculnya sikap terhadap sistem tersebut. Sebelum memutuskan untuk menerima penggunaan *internet stock trading*, pembentukan positif terhadap sikap awal terhadap sistem tersebut harus dilakukan.

Sehingga dapat disimpulkan di dalam penelitian ini bahwa sikap mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*. Semakin banyak informasi dan pemikiran

positif yang diperoleh mengenai ide untuk menggunakan *mobile banking* akan menimbulkan sikap yang baik bagi nasabah, maka semakin besar kemungkinan mereka untuk melakukan transaksi perbankan melalui *mobile banking*. Sikap awal yang positif akan dapat mendorong minat yang semakin besar untuk menggunakan layanan tersebut, namun apabila sikap awal yang terbentuk adalah negatif akan dapat mengurangi minat dan niatan seseorang untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Penelitian ini juga menemukan bahwa sikap dapat menjadi variabel intervening terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko berpengaruh secara tidak langsung melalui variabel sikap penggunaan terhadap variabel minat penggunaan.

### **Kesimpulan dan Saran**

Dalam penelitian ini, persepsi kegunaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap penggunaan. Terdapat tiga indikator untuk mengukur persepsi kegunaan yaitu efektivitas, kinerja, dan secara keseluruhan bermanfaat. Persepsi kemudahan manfaat juga berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan. Indikator yang digunakan untuk mengukur persepsi kemudahan penggunaan adalah kemudahan mempelajari, kemudahan menggunakan, dan secara keseluruhan mudah digunakan. Persepsi risiko memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan *mobile banking*. Persepsi risiko memiliki koefisien *path* negatif, yang artinya semakin rendah risiko maka akan semakin tinggi sikap individu terhadap teknologi *mobile banking*. Terdapat tiga indikator yang digunakan untuk mengukur persepsi risiko. Indikator tersebut adalah kehilangan sejumlah uang (risiko finansial), merasa tidak aman memberikan informasi pribadi dan kekhawatiran orang lain mengakses akunnya (risiko keamanan). Sikap memengaruhi minat individu dalam penggunaan *mobile banking*. Indikator yang digunakan untuk mengukur konstruk sikap adalah ide yang baik, menyenangkan, dan keputusan yang bijak. Sikap dapat menjadi variabel intervening yang menghubungkan variabel independen yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap minat sebagai variabel dependen. Minat adalah suatu keinginan untuk melakukan perilaku. Minat perilaku dipengaruhi oleh sikap individu terhadap suatu sistem teknologi tertentu. Dalam hal ini individu memiliki ketertarikan untuk menggunakan sistem teknologi informasi *mobile banking* jika mereka memiliki sikap yang positif yang ditunjukkan dengan perasaan suka terhadap sistem tersebut.

keterbatasan dari penelitian ini adalah metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *non-probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel bertujuan (*purpose sampling*) berdasarkan pertimbangan tertentu (*judgment sampling*) sehingga semua anggota populasi tidak mempunyai kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai objek penelitian. Metode ini memiliki kelemahan bahwa hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang rendah. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya diharapkan melakukan penelitian dengan menggunakan metode *probability sampling* karena memiliki tingkat generalisasi yang tinggi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aboelmaged, M. G., & Gebba, T. R. (2013). Mobile Banking Adoption: An Examination of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior. *International Journal of Business Research Development Vol. 2 No. 1*, 35-50.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior . *Organizational Behavior and Human Decision Process Vol 50*, 179-211.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2015. Profil Pengguna Internet 2014. (<http://www.apjii.or.id/v2/read/content/info-terkini/301/pengguna-internet-indonesia-tahun-2014-sebanyak-88.html>). Diakses tanggal 5 April 2015.
- Cabanillas, F. L., Fernandez, J. S., & Leiva, F. M. (2014). The Moderating Effect of Experience in the Adoption of Mobile Payment Tools in Virtual Social Networks: the m-Payment in Virtual Social Networks (MePAM-VSN). *International Journal of Information Management*, 151-166.
- Crabbe, M., Standing, C., Standing, S., & Karjaluoto, H. (2009). An Adoption Model for Mobile Banking in Ghana. *International Journal of Mobile Communications Vol. 7, No. 5*, 515-542.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly Vol. 13 (3)*, 319-340.
- Hall, J. A. (2007). *Sistem Informasi Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hsu, M.-H., & Chiu, C.-M. (2004). Internet Self Efficacy and Electronic Service Acceptance. *Decision Support System 28*, 369-381.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Bisnis*. Yogyakarta: BPFE .
- Jogiyanto. (2003). *Sistem Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: ANDI.
- Jogiyanto, & Abdillah, W. (2009). *Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk Penelitian Empiris*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Krismiaji. (2002). *Sistem Informasi Akuntansi*. Yogyakarta: APM YKPN.
- Lawrence, S. M. & Baridwan, Z. (2014). Determinan Sikap dan Minat Keperilakuan Individu Menggunakan Internet Stock Trading. *Skripsi*. Malang: Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya.
- Lee, M.-C. (2008). Factors influencing the adoption of internet banking: An integration of TAM and TPB with Perceived Risk and Perceived Benefit. *Electronic Commerce Research and Application* .
- Mubiyantoro, A. (2014). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kesesuaian dan Persepsi Risiko Terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking (Studi Kasus Bank BRI Kota Malang). *Skripsi*. Malang: Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya.

- Ranatarisza, M. M., & Noor, M. A. (2013). *Sistem Informasi Akuntansi : Aplikasi pada Administrasi Bisnis*. Malang: UB Press.
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods for Business: Metodologi Penelitian Bisnis Edisi 4 Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shaikh, A. A., & Karjaluoto, H. (2015). Mobile Banking Adoption: A Literature Review. *Telematics and Informatics* 32, 129-142.
- Sulistiyaning, S. (2013). Pengaruh Minat Individu terhadap Penggunaan Mobile Banking: Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory Planned Behavior (TPB). *Skripsi*. Malang: Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya.
- Teo, T. (2009). Evaluating the Intention to Use Technology among Student Teachers: A Structural Equation Modeling Approach. *International Journal of Technology in Teaching and Learning* 5(2), 106-118.
- Wilkinson, W. J., Cerullo, J. M., Raval, V., Wong-on-Wing, B. 2000. *Accounting Information Systems Fourth Edition: Essential Concepts and Applications*. New Jersey: John Wiley and Sons. Inc.
- Yiu, C. S., Grant, K., & Edgar, D. (2007). Factors Affecting the Adoption of Internet Banking in Hongkong - Implications for the Banking Sector. *International Journal of Information Management* 27, 336–351.