

**ANALISIS SIKAP NASABAH DAN PENGARUHNYA
TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING PADA
NASABAH BANK BUKOPIN, Tbk CABANG BANDAR LAMPUNG**

Tesis

Oleh
Agus Zakaria



PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG

2019

**ANALISIS SIKAP NASABAH DAN PENGARUHNYA
TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING PADA
NASABAH BANK BUKOPIN, Tbk CABANG BANDAR LAMPUNG**

**Tesis
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
MAGISTER MANAJEMEN**

Oleh
Agus Zakaria



**PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG**

2019

ABSTRAK

ANALISIS SIKAP NASABAH DAN PENGARUHNYA TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING PADA NASABAH BANK BUKOPIN, Tbk CABANG BANDAR LAMPUNG

Oleh :

Agus Zakaria

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat persepsi risiko, sikap terhadap niat menggunakan *mobile banking*. Penelitian ini merupakan replikasi dan pengembangan model Technology Acceptance Model (TAM) dari penelitian sebelumnya. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen untuk mengambil sampel sebanyak 205 orang responden, yang merupakan nasabah Bank Bukopin Cabang Bandar Lampung.

Analisis dilakukan dengan menggunakan software Smart PLS. Hasil analisis untuk model ini menunjukkan bahwa konstruk niat menggunakan *mobile banking* dipengaruhi secara signifikan oleh sikap menggunakan *mobile banking*, sedangkan sikap menggunakan *mobile banking* dipengaruhi secara signifikan oleh konstruk persepsi kemudahan serta persepsi manfaat, dan sebaliknya konstruk variabel persepsi risiko tidak berpengaruh secara signifikan.

Kata Kunci: Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko, Sikap, Niat, TAM, PLS, *Mobile banking*, PT. Bank Bukopin, Tbk

ABSTRACT

ANALYSIS OF CUSTOMER ATTITUDE AND ITS EFFECT TOWARD INTENTION USING MOBILE BANKING ON BANK BUKOPIN, Tbk CUSTOMERS, BANDAR LAMPUNG BRANCH

by :

Agus Zakaria

This purpose of this study was to determine the effect of perceived of ease to use, perceived benefits, perceived risk, attitudes towards the intention of using mobile banking. This research is a replication and development of the Technology Acceptance Model (TAM) model from previous research. This study uses a questionnaire as an instrument to take a sample of 205 respondents, who are customers of Bank Bukopin, Bandar Lampung Branch.

The analysis was carried out using Smart PLS software. The results of the analysis for this model show that the intention construct using mobile banking is significantly influenced by the attitude of using mobile banking, while the attitude of using mobile banking is significantly influenced , perceived of ease to use and perceived benefits, and conversely the risk perception variable does not significantly influence.

Keywords: Perception of convenience, perception of benefits, risk perception, attitude, intention, TAM, PLS, Mobile banking, PT. Bank Bukopin, Tbk

Judul Tesis : **ANALISIS SIKAP NASABAH DAN
PENGARUHNYA TERHADAP NIAT
MENGUNAKAN MOBILE BANKING
PADA NASABAH BANK BUKOPIN, TBK
CABANG BANDAR LAMPUNG**


Nama Mahasiswa : **Agus Zakaria**


Nomor Pokok Mahasiswa : 1621011022

Program Studi : Magister Manajemen

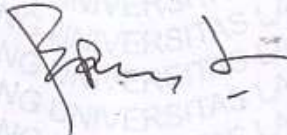
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis




Dr. Mahrinasari, S.E., M.Sc.
NIP 19661027 199003 2 002


Dr. Dorothy Rouly H. Pandjaitan, S.E., M.Si.
NIP 19810126 200801 2 011

Program Studi Magister Manajemen
Program Pascasarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Lampung
Ketua Program Studi,


Dr. Ernie Hendrawaty, S.E., M.Si.
NIP 19691128 200012 2 001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Dr. Mahrinasari, S.E., M.Sc.**

Sekretaris : **Dr. Dorothy Rouly H. Pandjaitan, S.E., M.Si.**

Penguji Utama I : **Prof. Dr. Satria Bangsawan, S.E., M.Si.**

Penguji Utama II : **Dr. Irham Liham S.E., M.Si.**

2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung

Prof. Dr. Hi. Satria Bangsawan, S.E., M.Si.
NIP 19610904 198703 1 011

3. Direktur Program Pasca Sarjana

Prof. Dr. Mustafa, MA., Ph.D.
NIP 19570101 198403 1 020

Tanggal Lulus Ujian Tesis: **12 Juli 2019**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tesis dengan judul “ANALISIS SIKAP NASABAH DAN PENGARUHNYA TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING* PADA NASABAH BANK BUKOPIN, TBK CABANG BANDAR LAMPUNG” adalah karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan atas karya penulis lain dengan cara yang tidak sesuai dengan tata etika ilmiah yang berlaku dalam masyarakat akademik atau yang disebut **plagiarisme**.
2. Hak intelektual atas karya ilmiah ini diserahkan sepenuhnya kepada Universitas Lampung.

Atas pernyataan ini, apabila di kemudian hari ternyata ditemukan adanya ketidakbenaran, saya bersedia menanggung akibat dan sanksi yang diberikan kepada saya. Saya bersedia dan sanggup dituntut sesuai dengan hukum yang berlaku.

Bandar Lampung, 12 Juli 2019

Pembuat Pernyataan,



Agus Zakaria
1621011022

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Tanjungkarang pada tanggal 22 Agustus 1986. Anak Kedua dari pasangan Bpk. Sutan Syarif dan Siti Talsiah.

Pada tahun 1998, penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SDN 6 Penengahan Bandar Lampung. Pada tahun 2001 penulis berhasil menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Muhammadiyah 3 Bandar Lampung dan pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) diselesaikan pada tahun 2004 di SMAN 1 Bandar Lampung.

Penulis lulus sebagai Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung pada tahun 2011 dengan gelar Sarjana Ekonomi (S.E). Pada tahun 2016 penulis melanjutkan pendidikan sebagai mahasiswa Program Pascasarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung dengan konsentrasi Manajemen Pemasaran.

MOTTO

“Maka, nikmat Tuhan manakah yang kamu dustakan ?” (QS. ArRahman:55)

"Kebanyakan dari kita tidak mensyukuri apa yang sudah kita miliki, tetapi kita selalu menyesali apa yang belum kita capai."

(Schopenhauer)

"Perbuatan-perbuatan salah adalah biasa bagi manusia, tetapi perbuatan pura-pura itulah sebenarnya yang menimbulkan permusuhan dan pengkhianatan." (Johan Wolfgang Goethe)

“Be Water My Friend” (Bruce Lee)

“Don’t just count everything you have lost, what is gone is gone !! but count what you still have left to fight for because no matter how dark is the night, it will always turn to day eventually”

(Oda Eiichiro)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.”

(QS. Al-Insyirah,6-8)

PERSEMBAHAN

Di atas segalanya ucap syukur kepada ALLAH SWT kupersembahkan karya sederhana ini kepada:

Bapak yang menjadi alasan dan motivasiku untuk segera menyelesaikan pendidikanku dan menjadi manusia yang berhasil.

Mama atas setiap pengorbanannya baik moril maupun materil, kasih sayang yang tidak terhingga, serta sujud dan doanya yang selalu diucapkan demi keberhasilanku. Saudara-saudaraku yang selalu memberikan dukungan baik secara moril maupun materil serta mengharapkan keberhasilanku.

Istriku Yoana Sukmanegara, S.E serta kedua Putriku Khayla Almeera Geraldine dan Khansa Alesha Ghassani terima kasih telah hadir di hidupku dan yang selalu memberikan semangat dan terus saling mendukung, semoga kita bisa bersama-sama mencapai kesuksesan dunia dan akhirat.

Sahabat-sahabatku dan teman-teman semuanya yang telah saling mendukung dan membantu untuk menyelesaikan pendidikan.

Almamaterku Tercinta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

KATA PENGANTAR

Puji syukur Penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya tesis ini dapat diselesaikan. Tesis dengan judul “**PENERAPAN MODEL PENERIMAAN TEKNOLOGI :PERSEPSI NIAT PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* PADA BANK BUKOPIN, Tbk CABANG BANDAR LAMPUNG**” adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen di Universitas Lampung.

Penulis mengakui banyak hambatan dan kesulitan dalam menyelesaikan tesis ini. Tetapi dengan ikhtiar, kerja keras, semangat, dorongan, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, akhirnya penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Maka dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Satria Bangsawan, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung sekaligus Penguji Utama atas kesediaannya memberikan bimbingan, berbagai macam ilmu pengetahuan, nasihat yang membangun dan juga membimbing dalam proses penyelesaian tesis ini.
2. Ibu Dr. Ernie Hendrawaty, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Pascasarjana Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung sekaligus pembimbing akademik atas bimbingan, motivasi, saran dan pengarahan yang diberikan dalam proses penyusunan tesis ini.
3. Ibu Dr. Mahrinasari MS., S. E, M.Sc., selaku Pembimbing I dalam penyusunan tesis ini atas bimbingan, motivasi, saran dan pengarahan yang diberikan dalam proses penyusunan tesis ini.

4. Ibu Dr. Dorothy Rouly Haratua Pandjaitan, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan, motivasi, saran, nasihat dan pengarahan yang sangat membantu dari awal hingga akhir proses penyusunan tesis ini.
5. Bapak Dr. Irham Liham, S.E., M.Si selaku Penguji dalam penyusunan tesis ini atas bimbingan, motivasi, saran dan pengarahan yang diberikan dalam proses penyusunan tesis ini.
6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Magister Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan memperluas wawasan selama mengikuti pendidikan pada Program Pascasarjana Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
7. Mbak Wanti atas kesediaan dan kesabaran dalam membantu proses perkuliahan hingga penyelesaian tesis ini.
8. Seluruh staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
9. Kedua orangtuaku, terimakasih atas kasih sayang, pengorbanan, perhatian, cinta kasih, dan doa yang telah diberikan demi kesuksesan peneliti.
10. Yoana Sukmanegara yang tak lelah memberikan dukungan dan semangat sehingga peneliti bisa menyelesaikan penelitian.
11. Khayla Almeera Geraldine dan Khansa Alesha Ghassani yang selalu menjadi motivasi tersendiri bagi peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian.
12. Merdinasari dan Rina Meidiasari yang selalu memberikan arahan dan wejangan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan studinya.
13. Seluruh Pimpinan dan Staff Bank Bukopin Cabang Bandar Lampung, terima kasih atas segala kerjasamanya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian.

14. Sahabat Magister Manajemen , Ghia Subagja, Fazri, Ikram, Panji, Sandro, Amel, Rama dewi, Ciko, Nadia,Aji Paribowo yang selalu memberikan motivasi serta dukungan dan selalu menemani peneliti selama ini.
15. Seluruh rekan-rekan Magister Manajemen Bisnis 2016, semoga dilancarkan dalam proses penyusunan tesis dan kita dapat bersama-sama mencapai kesuksesan.
16. Semua pihak yang terlibat dan berperan penting dalam penyelesaian tesis ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu, semoga amal perbuatan mendapat balasan dari ALLAH SWT.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan tesis ini, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan penelitian yang akan datang. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih.

Bandar Lampung, 12 Juli 2019

Agus Zakaria

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	vi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 <i>Mobile Banking</i>	10
2.2 Teori <i>Tecnology Acceptance Model</i>	13
2.3 Generasi Muda (Milenial)	20
2.4 Persepsi Kemudahan Penggunaan	24
2.5 Persepsi Keamanan	24
2.6 Ketersediaan Fitur	25
2.7 Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i>	25
2.8 Persepsi Manfaat	27
2.9 Persepsi Risiko	27
2.10 Kerangka Penelitian	28
2.11 Penelitian Terdahulu	29
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	31
3.1 Pendekatan Penelitian	31
3.2 Lokasi Penelitian	31
3.3 Populasi dan Sampel.....	32

3.4	Definisi Operasional	32
3.5	Pengujian kuisioner	36
3.5.1	Data Primer	36
3.5.2	Tehnik Pengumpulan Data	36
3.6	Metode Analisis	36
3.7	Uji Hipotesis	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		39
4.1	Deskriptif Data	39
4.2	Deskriptif Statistik	39
4.3	Tanggapan Responden Dalam Penelitian	41
4.4	Pengujian Data dan Model Penelitian	41
4.4.1	Pengujian Model Pengukuran	44
4.4.2	Pengujian validitas konstruk	45
4.4.3	Pengujian Model structural (<i>inner model</i>)	46
4.5	Pengujian Hipotesis	47
4.6	Pembahasan	47
4.6.1	Pengujian H1 (Persepsi kemudahan terhadap sikap nasabah dalam transaksi <i>mobile banking</i>).....	47
4.6.2	Pengujian H2 (persepsi manfaat terhadap sikap nasabah dalam transaksi perbankan dengan menggunakan <i>mobile banking</i>).....	49
4.6.3	Pengujian H3 (persepsi resiko terhadap sikap nasabah dalam transaksi dengan <i>mobile banking</i>)	49
4.6.4	Pengujian H4 (Sikap terhadap Niat menggunakan <i>mobile banking</i>).....	51
4.7	Implikasi Manajerial	51
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		53
5.1	Simpulan	53
5.2	Keterbatasan Penelitian	54
5.3	Saran	54

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN.....

DAFTAR TABEL

No Tabel	Halaman
1.1 Fitur <i>B-Mobile</i>	3
1.2 Pengguna <i>Mobile Banking</i>	4
1.2 User <i>B-Mobile</i>	5
2.1 Penelitian terdahulu	30
3.1 Definisi Operasional	33
4.1 Karakteristik Responden	40
4.2 Tanggapan Responden Menurut Umur	41
4.3 Tanggapan Responden Berdasarkan latar Belakang Pendidikan	41
4.4 Konstruk Penelitian	45
4.5 Karakteristik Respondek Nilai Variabel Penelitian	46
4.6 R Square	46
4.7 Inner Model T-Statistik	47

DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Halaman
1.1 <i>B-Mobile</i>	4
1.2 Pengguna <i>Mobile Banking</i> Asia Tenggara	7
2.1 Kerangka Penelitian	30
4.1 Hasil Model Struktural	42
4.2 Pengolahan Data Menggunakan <i>PLS Algorithmn</i> 2018	43
4.3 Pengolahan Data dengan <i>Bootsrapping</i> 2018	44

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi saat ini semakin berkembang seiring dengan berkembangnya zaman. Tidak dapat dipungkiri lagi, dengan adanya teknologi informasi yang serba canggih akses informasi menjadi mudah dan cepat. Perkembangan sistem teknologi informasi tersebut mendorong munculnya peluang bisnis yang memanfaatkan layanan internet karena dirasa lebih efisien dan efektif terutama jika dilihat dari segi penghematan waktu. Perkembangan sistem teknologi informasi ini pun berpengaruh dalam dunia perbankan, salah satunya ialah munculnya layanan *Mobile Banking*.

Layanan *Mobile Banking*, memungkinkan masyarakat untuk melakukan transaksi perbankan melalui media jaringan komputer global yaitu internet. *Mobile Banking* merupakan layanan yang ditawarkan oleh perbankan salah satunya Bank Bukopin, Tbk untuk melakukan transaksi *non cash* melalui sambungan internet yang dapat diakses melalui laptop, *smartphone*, dan *personal computer*.

Bank Bukopin didirikan pada tanggal 10 Juli 1970, sebelumnya dikenal sebagai Bank Umum Koperasi Indonesia. Dan telah mengukuhkan sebagai perusahaan terbuka (*go public*) pada bulan Juli 2006, Bank Bukopin terus mengembangkan program operasionalnya dengan menerapkan skala prioritas sesuai strategi yang telah disusun dengan matang

Bank Bukopin menfokuskan diri pada segmen UKMK, saat ini telah tumbuh dan berkembang menjadi bank yang masuk ke kelompok 20 bank dengan aset terbesar

di Indonesia. Seiring dengan terbukanya kesempatan dan peningkatan kemampuan melayani kebutuhan masyarakat yang lebih luas, Bank Bukopin telah mengembangkan usahanya ke segmen usaha besar (komersial) dan ritel.

Ketiga segmen tersebut merupakan pilar bisnis Bank Bukopin, dengan pelayanan secara konvensional maupun syariah, yang didukung oleh sistem pengelolaan dana yang optimal, kehandalan teknologi informasi, kompetensi sumber daya manusia dan praktik tata kelola perusahaan yang baik. Landasan ini memungkinkan Bank Bukopin melangkah maju dan menempatkannya sebagai suatu bank yang kredibel.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK), selaku regulator industri jasa keuangan di Indonesia, mengumumkan bahwa jumlah nasabah pengguna *e-banking* (*SMS banking, phone banking, mobile banking, dan internet banking*) meningkat sebesar 270 persen, dari 13,6 juta nasabah menjadi 50,4 juta nasabah pada 2018. Sementara frekuensi transaksi pengguna *e-banking* meningkat 169 persen, dari 150,8 juta transaksi pada tahun 2014 menjadi 405,4 juta transaksi pada tahun 2018. Data tersebut menunjukkan bahwa tren perubahan menuju era *digital banking* sedang terjadi di Indonesia.

Bukopin Mobile yang *dilaunching* pada pertengahan tahun 2017 adalah sebuah aplikasi yang membantu nasabah secara individual untuk melakukan transaksi finansial dan non finansial perbankan serta informasi umum berupa informasi produk dan layanan dari Bank Bukopin. Melalui aplikasi *Bukopin Mobile* (B-Mobile), maka kegiatan transaksi dan laporan mutasi keuangan rekening Nasabah individu yang seharusnya dilakukan di Kantor Bank Bukopin, dapat dilakukan

dimanapun selama nasabah memiliki Telepon seluler / perangkat elektronik yang mendukung terhadap aplikasi *Bukopin Mobile* (B-Mobile). Beberapa keuntungan dalam menggunakan *B-Mobile* adalah:

1. Bisa Multi Transaksi Keuangan
2. Hemat Biaya (Tidak dikenakan biaya SMS)
3. Praktis dan mudah digunakan
4. Transaksi menggunakan jalur Internet

Fitur Layanan dalam B-Mobile adalah:

Tabel 1.1:Fitur *B-Mobile*

No	Fitur Layanan					
	Informasi Rekening	Transfer Dana	Pembayaran	Pembelian	Informasi	Preferensi
1	Informasi Saldo	Pemindahbukuan	Telekomunikasi	Pulsa	Kurs	Informasi pribadi
2	Mutasi rekening	Transfer ke Bank Lain	Pendidikan	Token Listrik	Suku Bunga	Ubah password
3			Kartu Kredit		Transaksi	Help desk
4			Listrik		Batas waktu transaksi	Otentifikasi
5			Air			
6			Multifinance			

Sumber: PT. Bank Bukopin, Tbk 2018

Dalam menggunakan *B-Mobile* nasabah diharuskan memiliki rekening Tabungan atau Giro nasabah aktif menggunakan Kartu ATM Bukopin nasabah melakukan pendaftaran *Bukopin Mobile* melalui *Customer Service*, ATM Bukopin atau Internet Banking Nasabah harus memiliki *Internet Banking* sebagai media untuk pendaftaran Bukopin Mobile Nasabah melakukan unduh aplikasi *Bukopin Mobile* di Google Playstore / App Store menggunakan Smartphone-nya Menggunakan layanan data 3G/GPRS/Wifi (internet). Nasabah memiliki alamat email yang aktif seperti gambar berikut:



Gambar 1.1 *B-Mobile*

Saat ini pengguna *mobile banking* di Indonesia masih belum maksimal. Pengguna *mobile banking* di Indonesia didominasi oleh 4 bank yaitu Bank Mandiri, BCA, BNI 46, dan BRI. Dari 4 bank tersebut total pengguna *mobile banking* mencapai angka 50.4 juta jiwa.

Tabel 1.2 Pengguna *mobile banking*

No.	Tahun	Jumlah User
1	2014	5,3 Jt
2	2015	7,3 Jt
3	2016	10 Jt
4	2017	13,3 Jt
5	September 2018	50.4 Jt

Sumber: <https://www.google.com/> Tahun 2018

B-Mobile Bank Bukopin Cabang Lampung masih belum maksimal. Ini terlihat dari jumlah pengguna *B-Mobile* Bank Bukopin Cabang Lampung berjumlah 1.896 user dibanding dengan jumlah nasabah yang memiliki tabungan yang berjumlah 25.091. Berikut jumlah pengguna user *B-Mobile* Bank Bukopin Cabang Bandar Lampung:

Tabel 1.3 User B-Mobile

No	Bulan	Jumlah User
1	Oktober 2017	1.141
2	November 2017	1.152
3	Desember 2017	1.154
4	Januari 2018	1.167
5	Februari 2018	1.175
6	Maret 2018	1.184
7	April 2018	1.193
8	Mei 2018	1.203
9	Juni 2018	1.207
10	Juli 2018	1.212
11	Agustus 2018	1.222
12	September 2018	1.233
13	Oktober 2018	1.238

Sumber: Bank Bukopin, Tbk 2018

Salah satu pendekatan yang digunakan untuk melihat kemudahan suatu teknologi adalah TAM (*Technology Acceptance Model*) yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989. TAM bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan (*acceptance*) pengguna dan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan terhadap suatu teknologi dalam suatu organisasi. TAM juga menjelaskan hubungan sebab akibat antara keyakinan dan perilaku, tujuan atau keperluan, serta penggunaan aktual dari pengguna suatu sistem informasi. Menurut Davis (1989), ada dua konsep utama yang dipercaya dalam penerimaan pengguna yaitu *perceived ease of use* (persepsi kemudahan) dan *perceived usefulness* (persepsi kebermanfaatan). (Istiarni, 2014).

Davis et al. (1989) dalam Hapsara (2015) mendefinisikan persepsi atas kemanfaatan (*perceived usefulness*) sebagai “suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut dapat meningkatkan kinerjanya dalam bekerja”. Dengan demikian maka dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi kegunaan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan.

Davis et al. (1989) dalam Farizi dan Syaefullah (2014) mendefinisikan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi adalah mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya untuk dapat melakukannya. Berdasarkan definisinya maka dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) ini juga merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang percaya bahwa sistem informasi tersebut mudah untuk digunakan maka orang tersebut akan berniat untuk menggunakannya .

Niat perilaku merupakan suatu keinginan seseorang dalam melakukan suatu perilaku. Perilaku adalah tindakan atau kegiatan nyata yang dilakukan karena individual memiliki niat atau keinginan untuk melakukannya sehingga niat perilaku akan menentukan perilakunya. Ada beberapa alasan mengapa nasabah berniat atau tidak berniat untuk menggunakan *Mobile Banking*. Alasan-alasan tersebut terbagi menjadi dua bagian pokok, yaitu berdasarkan niat yang didasarkan sikap (Suprpto,2014).

Penelitian mengenai analisis pengaruh kegunaan, kemudahan, keamanan dan kepercayaan terhadap niat penggunaan *Mobile Banking* ini telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu, diantaranya yaitu: Ulun Akturan dan Nuray Tezcan (2012) dan Farizi dan Syaefullah (2014) serta Larasati (2014). Penelitian ini merupakan modifikasi dari penelitian tersebut.

Perubahan perilaku pengguna menuju era digitalisasi membuat peranan layanan fisik semakin berkurang dimana nasabah dapat melakukan transaksi perbankan

menggunakan *smartphone* tanpa harus datang langsung ke bank. Generasi muda di Indonesia saat ini lebih suka menggunakan mobile device untuk segala keperluan dari menelpon, mendengarkan musik, membaca dan membalas email, bertransaksi jual beli hingga bertansaksi perbankan.



Gambar.1.2 Penggunaan M-Banking Asia Tenggara
 Sumber: <https://www.google.co.id/> Tahun 2018

Hal inilah yang mendorong perbankan untuk mengembangkan aplikasi *mobile banking* untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Apalagi tren penggunaan aplikasi *mobile banking* di Indonesia meningkat tajam. Apalagi Indonesia akan mendapat bonus demografi dimana generasi ini sudah terbiasa akan perangkat mobile.

Penelitian mengenai analisis pengaruh kegunaan, kemudahan, dan keamanan terhadap sikap menggunakan *Mobile Banking* ini telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu, diantaranya yaitu: Ulun Akturan & Nuray Tezcan (2012), Chen (2013) serta Alalwan; Dwivedi; dan Rana (2016). Penelitian ini merupakan modifikasi dari penelitian tersebut.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji adanya pengaruh manfaat, kemudahan, keamanan dan sikap terhadap niat penggunaan *Mobile Banking*.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini diidentifikasi pada studi kasus *mobile banking* pada nasabah generasi muda PT.Bank Bukopin, Tbk sebagai alat transaksi seperti hal sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap sikap untuk menggunakan *mobile banking*?
2. Apakah persepsi manfaat yang dirasakan secara signifikan mempengaruhi sikap perilaku untuk menggunakan *mobile banking*?
3. Apakah persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap sikap untuk menggunakan *mobile banking*?
4. Apakah sikap berpengaruh signifikan terhadap niat untuk menggunakan *mobile banking*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian yang dikhususkan kepada nasabah generasi muda PT. Bank Bukopin Tbk, bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap sikap dalam menggunakan *mobile banking*.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat yang dirasakan terhadap sikap untuk menggunakan *mobile banking*.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap sikap dalam menggunakan *mobile banking*.
4. Untuk mengetahui pengaruh sikap terhadap niat untuk menggunakan *mobile banking*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan dalam mengetahui perkembangan *mobile banking* dan perkembangan perilaku konsumen terhadap niat atau ketertarikan dan tanggapan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.
- Hasil penelitian ini juga memungkinkan bank untuk lebih mengetahui aspek-aspek yang dapat meningkatkan dan memperbaiki dalam mempromosikan atau menerapkan *mobile banking* sebagai alat transaksi yang tepat untuk meningkatkan ketertarikan dan niat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* sebagai media transaksi.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Mobile Banking

Menurut Thulani *et al.*, dalam Safeena *et al.*, (2010:3) *Mobile Banking* mengacu pada sistem yang memungkinkan nasabah bank untuk mendapatkan akses ke *account* mereka dan informasi umum mengenai produk dan jasa bank melalui penggunaan situs bank, tanpa intervensi atau ketidaknyamanan mengirim surat, faks, tanda tangan asli dan konfirmasi telepon. Jun dan Cai dalam Wang (2006:6) mengemukakan bahwa *Mobile Banking* adalah penggunaan fasilitas internet untuk layanan perbankan, yang meliputi layanan perbankan tradisional seperti membuka rekening deposit atau menstransfer dana antar rekening yang berbeda, dan pelayanan perbankan yang baru, seperti penyajian tagihan elektronik dan pembayaran.

Pengertian *m-banking* menurut Riswandi, Budi Agus(2005,83) *m-banking* suatu layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan pengguna kegiatan transaksi perbankan melalui *smartphone*. *m-banking* merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti *handphone*, dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui aplikasi pada *handphone*. Melalui adanya *handphone* dan layanan *m-banking*, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual, artinya kegiatan yang sebelumnya dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, kini dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi outlet bank, hanya dengan menggunakan *handphone* nasabah dapat menghemat waktu dan biaya, selain menghemat waktu *mobile banking*

juga bertujuan agar nasabah tidak ketinggalan jaman dalam menggunakan media elektronik yang sudah modern dan juga bisa lebih memanfaatkan media *handphone* yang biasanya digunakan untuk berkomunikasi tetapi juga dapat digunakan untuk berbisnis atau bertransaksi. Layanan *m-banking* memberikan kemudahan kepada para nasabah untuk melakukan transaksi perbankan seperti cek saldo, transfer antar rekening, dan lain-lain. Dengan fasilitas ini semua orang yang memiliki ponsel dapat dengan mudah bertransaksi dimana saja dan kapan saja. Pada akhirnya bank beramai-ramai menyediakan fasilitas *m-banking* demi mendapatkan kepuasan dan peningkatan jumlah nasabah. *m-banking* merupakan suatu layanan perbankan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui *handphone* dengan menggunakan menu yang sudah tersedia di *Subscriber Identity Module Card (SIM Card)* atau biasa dikenal dengan Menu Layanan Data atau SIM Toolkit. Beberapa faktor yang mempengaruhi sikap nasabah terhadap mobile banking adalah

1. Keamanan system *M - Banking*.

Keamanan dalam sistem transaksi keuangan melalui sistem *online* merupakan faktor utama yang menjadi prioritas bagi nasabah untuk menggunakan jasa layanan *mobile banking*. Nasabah menuntut kepada pihak penyedia jasa layanan *mobile banking* untuk dapat memberikan atau menjamin keamanan transaksi keuangan melalui media *mobile banking*.

2. Kemudahan suatu website untuk diakses.

Kemudahan untuk mengakses sistem layanan secara online melalui media *mobile banking* merupakan salah satu faktor yang menentukan kesediaan nasabah untuk

menggunakan jasa layanan *mobile banking*. Semakin mudah konsumen dalam mengakses situs atau website perusahaan jasa layanan perbankan secara *online* akan meningkatkan sikap konsumen pada jasa layanan perusahaan serta jasa perusahaan akan menunjang sikap konsumen.

3. Privasi pengguna.

Dalam sistem layanan perbankan / transaksi keuangan secara *online*, nasabah menginginkan privasi yang tinggi. Nasabah tidak mau data dirinya diketahui atau disebarluaskan dengan sengaja oleh perusahaan. Oleh sebab itu, privasi pengguna merupakan salah satu faktor yang menentukan bagi nasabah untuk menggunakan jasa layanan *mobile banking*.

4. Keandalan layanan (layanan 24 jam).

Transaksi keuangan secara *online* memiliki keunggulan tanpa batas waktu. Perusahaan yang mampu memberikan layanan tanpa batas waktu (24 jam sehari) akan lebih diminati nasabah.

5. Kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan.

Salah satu faktor yang menentukan nasabah untuk menggunakan jasa layanan perbankan (*m-Banking*) adalah kredibilitas perusahaan penyedia jasa layanan *mobile banking*. Perusahaan dengan tingkat kredibilitas yang tinggi lebih diminati nasabah untuk digunakan jasa layanan *mobile banking*.

6. Kecepatan koneksi jaringan.

Konsumen atau nasabah dewasa ini memiliki kebutuhan/tuntutan yang lebih kompleks pada penyedia jasa layanan perbankan secara *online*. Salah satu

aspek yang harus dipenuhi adalah kecepatan koneksi dalam sistem perbankan secara *online*. Meskipun kesalahan ini tidak terdapat pada sistem perbankan saja melainkan pada provider yang dipakai oleh nasabah tersebut. Provider jaringan tergantung pada sinyal yang ada pada jaringan, kesalahan pada koneksi sering terjadi pada tempat yang jauh dari jangkauan signal.

2.2 Technology Acceptance Model (TAM)

Salah satu teori mengenai penggunaan sistem informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem informasi adalah model penerimaan teknologi informasi atau *Technology Acceptance Model (TAM)*.

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan suatu model penerimaan sistem informasi yang akan digunakan oleh pemakai (*user*) (Jogiyanto, 2007:111). Menurut Davis, (1986) TAM menganggap bahwa pengadopsian teknologi oleh pengguna ditentukan oleh dua persepsi, yaitu persepsi manfaat (*Perceived of Usefulness*) dan persepsi kemudahan (*Perceived of Ease*).

Technology Acceptance Model (TAM) pertama kali diperkenalkan oleh Davis yang dikembangkan berdasarkan teori tindakan beralasan (*theory of reasoned action*) yang diperkenalkan oleh Ajzen dan Fishbein dalam Jogiyanto (2007:111). Gefen dan Straub dalam Almuntha (2008:12) menyatakan bahwa peranan persepsi kemudahan penggunaan sebenarnya lebih kompleks karena persepsi kemudahan penggunaan mengukur penilaian kemudahan penggunaan (*perceived easy of use*) dan kemudahan untuk dipelajari (*easy of learning*) dari pengguna

teknologi informasi. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi persepsi manfaat.

Pengguna teknologi akan memiliki persepsi signifikan terhadap teknologi yang disediakan. Persepsi signifikan akan muncul sebagai dampak dari penggunaan teknologi tersebut. Artinya persepsi signifikan berkembang setelah pengguna pernah mencoba teknologi tersebut atau pengguna memiliki pengalaman buruk terhadap penggunaan teknologi tersebut. Sehingga model TAM dapat digunakan sebagai dasar untuk menentukan upaya-upaya yang diperlukan untuk mendorong kemauan untuk menggunakan teknologi.

TAM memberikan dasar untuk mengetahui pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap, dan tujuan dari penggunanya. Disamping dibangun oleh dasar teori yang kuat, salah satu kelebihan dari model TAM lainnya adalah dapat menjawab kegalauan pertanyaan dari banyaknya sistem teknologi yang ternyata gagal diterapkan. Hal ini disebabkan oleh penggunanya yang tidak mempunyai niat (*intention*) untuk menggunakannya. Sesuai dengan istilah TAM, bahwa “A” singkatan dari “Acceptance” artinya penerimaan. Sehingga bisa dikatakan bahwa TAM merupakan suatu model analisis untuk mengetahui perilaku pengguna akan penerimaan teknologi.

Melalui TAM, asumsinya pada saat pengguna akan menggunakan sistem informasi yang baru maka ada 2 (dua) faktor yang mempengaruhinya, yaitu:

1. Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Ease of Use Perceived*)

Dalam Davis (1989) disebutkan bahwa “ease” artinya “freedom from difficulty or great effort”. Selanjutnya “ease to use perceived” didefinisikan “*the degree to which a person believes that using a particular system would be free of effort*”.

Jika diaplikasikan untuk sistem informasi perpustakaan, maka maksudnya pengguna meyakini kalau sistem informasi perpustakaan tersebut mudah dalam penggunaannya sehingga tidak memerlukan usaha keras dan akan terbebas dari kesulitan. Hal ini mencakup kemudahan penggunaan sistem informasi sesuai dengan keinginan penggunanya. Hasil penelitian Davis (1989) menunjukkan jika persepsi kemudahan dapat menjelaskan alasan pengguna untuk menggunakan sistem dan dapat menjelaskan kalau sistem yang baru dapat diterima oleh pengguna.

2. Persepsi Kebermanfaatan (*Usefulness Perceived*)

Dalam Davis (1989) disebutkan bahwa *“the degree to which a person believes that using a particular system would enhance his or her job performance.”* Hal ini dimaksudkan bahwa pengguna percaya bahwa dengan menggunakan sistem informasi perpustakaan tersebut akan meningkatkan kinerjanya. Hal ini menggambarkan manfaat sistem dari penggunanya yang berkaitan dengan berbagai aspek. Jadi dalam persepsi kebermanfaatan ini membentuk suatu kepercayaan untuk pengambilan keputusan apakah jadi menggunakan sistem informasi atau tidak. Asumsinya jika pengguna mempercayai kalau sistem tersebut berguna maka tentu akan menggunakannya, tetapi sebaliknya jika tidak percaya kalau berguna maka jawabannya pasti tidak akan menggunakannya.

Faktor penerimaan suatu teknologi bisa berasal dari pengguna maupun sistem itu sendiri. Dari pengguna bisa berupa aspek kognitif, karakter individu, kepribadian, kekhawatiran individu akan dampak teknologi. Sementara itu, dari sistem bisa berupa jaringan computer dan keadaan komputernya. Menurut Davis, et. al.(1989), tujuan dasar dari TAM adalah untuk memberikan penjelasan tentang

faktor apa saja yang menentukan penerimaan teknologi yang mampu menjelaskan perilaku penggunanya.

Model TAM mengkonsepkan bagaimana pengguna menerima dan menggunakan teknologi baru. Asalnya dari pendekatan teori psikologis untuk menjelaskan pengguna yang mengacu pada kepercayaan, sikap, minat, dan hubungan perilaku pengguna. Ciri khas dari Model TAM adalah sederhana namun bisa memprediksi penerimaan maupun penggunaan teknologi.

Variabel eksternal dapat diganti dan disesuaikan dengan obyek dan topik penelitian. Dari berbagai hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan model TAM contohnya adalah: kompleksitas, kepercayaan, efikasi diri, faktor sosial, jaminan layanan, kualitas koneksi internet, dan lain sebagainya.

Venkatesh, et. al. (2002) mengintegrasikan model TAM dengan memasukkan faktor intrinsik dan ekstrinsik sebagai variabel eksternal yang mempengaruhi penggunaan sistem. Faktor intrinsik berarti muncul dari dalam individu pengguna, sedangkan faktor ekstrinsik berarti karena faktor lingkungan yang mendorong pengguna menggunakan sistem informasi. Adanya variabel eksternal (misalnya dalam tulisan ini: Sistem Informasi Perpustakaan) akan dianalisis dengan persepsi kemudahan penggunaan dan kebermanfaatan, kemudian dari persepsi kemudahan diprediksi akan mempengaruhi persepsi kebermanfaatan.

Jadi untuk menganalisis lebih jauh mengenai penerimaan sistem informasi dengan model TAM, maka beberapa variabel yang digunakan, antara lain:

1. Persepsi Kemudahan Penggunaan.

Merupakan pernyataan mengenai persepsi pengguna akan kemudahan ataupun kesulitan dari penggunaan sistem informasi perpustakaan. Hal ini bisa diketahui dari berbagai indikator, antara lain: mudah untuk dipelajari, mudah mencapai tujuan, jelas operasionalnya, mudah dipahami, sistem informasi yang fleksibel, bebas dari kesulitan, mudah diakses, mudah mengontrol, kejelasan pada sistem informasi, mahir bagi pengguna, adanya penilaian bahwa secara umum sistem informasi perpustakaan tersebut mudah digunakan.

2. Persepsi Kebermanfaatan.

Merupakan pernyataan mengenai persepsi pengguna terhadap kegunaan sistem informasi perpustakaan. Indikatornya antara lain: mempercepat pekerjaan, meningkatkan produktifitas kerja, meningkatkan kinerja, meningkatkan efektifitas tugas, mendapatkan informasi yang dibutuhkan pengguna, adanya kebermanfaatan secara keseluruhan, mempermudah pekerjaan, adanya penilaian kalau sistem informasi yang digunakan bermanfaat bagi perpustakaan dan pengguna.

3. Sikap Terhadap Penggunaan Sistem Informasi.

Merupakan sikap pengguna terhadap penggunaan sistem informasi perpustakaan yang berbentuk penerimaan ataupun penolakan. Jadi dalam konteks sikap ini, pengguna akan menunjukkan sikapnya apakah ia menerima ataupun menolak terhadap sistem informasi perpustakaan tersebut.

4. Intensitas Perilaku Penggunaan Sistem Informasi

Merupakan niat perilaku pengguna untuk menggunakan sistem informasi, sehingga menjadi kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan sistem informasi perpustakaan tersebut. Inilah yang disebut fase penerimaan, karena pengguna menunjukkan sikap penerimaan terhadap penggunaan sistem informasi perpustakaan. Adanya niat positif pengguna untuk menggunakan sistem informasi diyakini akan mampu menggerakkan pengguna dalam menggunakan sistem informasi perpustakaan. Tingkat penggunaan sistem informasi pada pengguna dapat diprediksi dari sikap perhatiannya terhadap sistem informasi tersebut. Jadi ada semacam motivasi untuk menggunakan dan keinginan untuk memotivasi pengguna lainnya. Hal ini meliputi aspek, antara lain: kognitif/cara pandang adanya ketertarikan terhadap sistem informasi, afektif dengan pernyataan pengguna untuk menggunakan sistem informasi, komponen yang berkaitan dengan perilaku yaitu adanya keinginan untuk tetap menggunakan sistem informasi yang ada.

5. Penggunaan Sistem Informasi Secara Aktual

Dalam Davis (1986) disebutkan bahwa "*actual use*" diartikan sebagai "*a person's performance of specific behaviour*", artinya kinerja seseorang dari perilaku tertentu. Hal ini dapat diketahui melalui kondisi secara nyata penggunaan sistem informasi tersebut, antara lain: intensitas penggunaan sistem informasi, frekuensi penggunaan menggunakan sistem informasi, maupun penggunaan sistem informasi yang sebenarnya secara terus menerus

6. Penerimaan

Penerimaan (*acceptance*) ini sebenarnya meliputi variabel intensitas perilaku penggunaan sistem informasi dan penggunaan sistem informasi secara aktual. Untuk mengetahui kalau teknologi yang dimaksud yaitu sistem informasi benar-benar diterima oleh pengguna, maka dapat diketahui dari indikator manakala pengguna selalu menggunakan, selalu mengakses, maupun tercipta kepuasan penggunaannya.

Model TAM dapat menjelaskan bahwa persepsi pengguna terhadap suatu sistem akan mempengaruhi sikap penggunaannya. Menurut Davis dalam Portner dan Donthu (2006), bahwa TAM menunjukkan persepsi kemudahan penggunaan dan kebermanfaatan merupakan suatu kepercayaan terhadap adanya teknologi baru yang mempengaruhi sikap pengguna terhadap penggunaan teknologi. Intinya TAM sudah teruji sebagai tolok ukur dalam tujuan dan perilaku pengguna dalam memanfaatkan teknologi.

Menurut Jogiyanto (2007:134) teori *Technology Acceptance Model (TAM)* memiliki beberapa kelebihan yaitu:

1. TAM merupakan model perilaku (*behavior*) yang bermanfaat untuk menjawab pertanyaan mengapa banyak sistem teknologi informasi yang gagal diterapkan karena pemakainya tidak mempunyai Niat (*intention*) untuk menggunakannya.
2. TAM dibangun dengan dasar teori yang kuat.
3. TAM telah diuji dengan banyak penelitian dan hasilnya sebagian besar mendukung dan menyimpulkan bahwa TAM merupakan model yang baik.

4. TAM merupakan model yang persimoni (*parsimonious*) yaitu model yang sederhana namun valid.

2.3 Generasi Muda (Milennial)

Milennial (juga dikenal sebagai Generasi Y) adalah kelompok demografi setelah Generasi X (Gen-X). Tidak ada batas waktu yang pasti untuk awal dan akhir dari kelompok ini. Para ahli dan peneliti biasanya menggunakan awal 1980-an sebagai awal kelahiran kelompok ini dan pertengahan tahun 1990-an hingga awal 2000-an sebagai akhir kelahiran. Milennial pada umumnya adalah anak-anak dari generasi *Baby Boomers* dan Gen-X yang tua. Milennial kadang-kadang disebut sebagai "*Echo Boomers*" karena adanya '*booming*' (peningkatan besar) tingkat kelahiran di tahun 1980-an dan 1990-an. Untungnya di abad ke 20 tren menuju keluarga yang lebih kecil di negara-negara maju terus berkembang, sehingga dampak relatif dari "*baby boom echo*" umumnya tidak sebesar dari masa ledakan populasi pasca Perang Dunia II. Karakteristik Milennial berbeda-beda berdasarkan wilayah dan kondisi sosial-ekonomi. Namun, generasi ini umumnya ditandai oleh peningkatan penggunaan dan keakraban dengan komunikasi, media, dan teknologi digital. Di sebagian besar belahan dunia, pengaruh mereka ditandai dengan peningkatan liberalisasi politik dan ekonomi; meskipun pengaruhnya masih diperdebatkan. Masa Resesi Besar (*The Great Recession*) memiliki dampak yang besar pada generasi ini yang mengakibatkan tingkat pengangguran yang tinggi di kalangan anak muda, dan menimbulkan spekulasi tentang kemungkinan krisis sosial-ekonomi jangka panjang yang merusak generasi ini. Di Indonesia sendiri dari

jumlah 255 juta penduduk yang telah tercatat, terdapat 81 juta merupakan generasi millenials atau berusia 17- 37 tahun.

Laporan Ericsson lahir berdasarkan wawancara kepada 4.000 responden yang tersebar di 24 negara dunia. Dari 10 tren tersebut beberapa di antaranya, adalah adanya perhatian khusus terhadap perilaku generasi millennial. Dalam laporan tersebut Ericsson mencatat, produk teknologi akan mengikuti gaya hidup masyarakat millennial. Sebab, pergeseran perilaku turut berubah beriringan dengan teknologi. "Produk teknologi baru akan muncul sebagai akomodasi perubahan teknologi,".

Sepanjang tahun ini, perilaku Streaming Native yang kini kian populer. Jumlah remaja yang mengonsumsi layanan streaming video kian tak terbendung. Pada tahun 2011 silam hanya ada sekitar tujuh persen remaja berusia 16 - 19 tahun yang menonton video melalui *Youtube*. Rata-rata mereka menghabiskan waktu di depan layar perangkat mobile sekitar tiga jam sehari. Angka tersebut melambung empat tahun kemudian menjadi 20 persen. Waktu yang dialokasikan untuk menonton *streaming* juga meningkat tiga kali lipat. Fakta tersebut membuktikan, perilaku generasi millennial sudah tak bisa dilepaskan dari menonton video secara *online*.

Teknologi juga membuat para generasi internet tersebut mengandalkan media sosial sebagai tempat mendapatkan informasi. Saat ini, media sosial telah menjadi platform pelaporan dan sumber berita utama bagi masyarakat. Tren tersebut sudah terbukti disepanjang 2016 melalui beberapa peristiwa penting, seperti aksi teror bom. Masyarakat benar-benar mengandalkan media sosial untuk

mendapatkan informasi terkini dari sebuah peristiwa. The Nielsen Global Survey of E-commerce juga melakukan penelitian terhadap pergeseran perilaku belanja para generasi internet. Penelitian dilakukan berdasar penetrasi internet di beberapa negara. Nielsen melakukan riset terhadap 30 ribu responden yang memiliki akses internet memadai. Responden tersebut berasal dari 60 negara di Asia Pasifik, Eropa, Amerika Latin dan Utara, serta Timur Tengah.

Studi tersebut menggambarkan perilaku generasi akrab internet ini memilih jalur daring untuk meneliti dan membeli beragam produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Nielsen mencatat, pertumbuhan penetrasi perangkat *mobile* di kota-kota besar Indonesia mencapai 88 persen. Kepemilikan perangkat *mobile* menjadi salah satu faktor paling signifikan terhadap perilaku belanja daring. Berdasarkan riset Nielsen tersebut, Indonesia memiliki peringkat teratas secara global dalam hal penggunaan ponsel pintar untuk belanja daring. Sebanyak 61 persen konsumen memilih berbelanja menggunakan ponsel pintar, dan 38 persen lainnya memilih tablet atau perangkat *mobile* lain. Sementara, 58 persen konsumen lebih memilih menggunakan komputer.

Lekat dengan dunia maya, memiliki pengetahuan tinggi dalam menggunakan platform dan perangkat *mobile*, ternyata melahirkan titik lemah bagi para generasi internet. Titik lemah tersebut berdampak buruk terhadap keamanan generasi *millennial* di dunia maya. Salah satunya ancaman siber yang siap menerkam para pengguna. *Norton Cyber Security* mengeluarkan Insight Report November 2016. Penelitian yang dilakukan secara daring tersebut melibatkan 20.907 responden dari 21 negara dunia.

Tiga negara Asia Tenggara, di antaranya Malaysia, Singapura, dan Indonesia. Penelitian berlangsung pada 14 September sampai 6 Oktober 2016. Sampel di Indonesia melibatkan lebih dari seribu pengguna berusia 18 tahun ke atas yang dipilih secara random. "Generasi millennial secara mengejutkan menunjukkan kebiasaan keamanan daring yang mengendur,".

2.4 Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)

Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) Menurut Widjana (2010:33) persepsi kemudahan penggunaan berarti keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan (*free of effort*). Amin *et al.*, (2012:4). Davis memberikan beberapa indikator kemudahan penggunaan terhadap suatu sistem informasi yang meliputi: (1) mudah untuk dipelajari dan dioperasikan; (2) pengguna dapat melakukan pekerjaan dengan lebih mudah, dan (3) menambah keterampilan para pengguna (Almuntaha, 2008:19).

Dalam TAM, faktor persepsi terhadap kemudahan untuk menggunakan teknologi dan persepsi terhadap daya guna sebuah teknologi informasi berhubungan dengan sikap seseorang pada penggunaan teknologi tersebut. Sikap pada penggunaan sesuatu adalah sikap suka atau tidak suka terhadap penggunaan suatu produk atau layanan. Sikap suka atau tidak suka terhadap suatu produk atau layanan ini dapat digunakan untuk memprediksi perilaku dan Niat seseorang untuk menggunakan atau tidak suatu produk atau layanan.

2.5 Keamanan (*Secure*)

Menurut Simons dalam Rahardjo (2005:2) keamanan informasi adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau paling tidak, mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik. Hasil penelitian Sathye dalam Almuntaha (2008:17) menyatakan bahwa keamanan merupakan isu yang paling penting dan seringkali dengan publikasi mengenai keamanan di media membuat kepercayaan nasabah terhadap keamanan *internet banking* berkurang. Menurut Casalo *et al.*, dalam Zahid *et al.*, (2010:47) dari sudut pandang konsumen, keamanan adalah kemampuan untuk melindungi informasi atau data konsumen dari tindak penipuan dan pencurian dalam bisnis perbankan *online*.

2.6 Ketersediaan Fitur (*Feature Availability*)

Menurut Ainscough dan Lockett dalam Pranidana (2001:21) fitur merupakan perlengkapan untuk interaktivitas nasabah adalah kriteria penting yang menarik perhatian para nasabah di dalam penyampaian jasa *Mobile Banking*. Gerrad dan Cunningham dalam Pranidana (2011: 21-22)

Menurut Poon dalam Pranidana (2011:22) terdapat beberapa konstruk yang menjadi indikator ketersediaan fitur (*feature availability*) suatu sistem *Mobile Banking*, yaitu: (1) kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa; (2) keberagaman layanan transaksi; (3) keberagaman fitur, dan (4) inovasi produk. Inovasi produk berhubungan dengan ketersediaan teknologi yang sesuai, pengenalan produk yang tepat, dan pengembangan atas jasa.

2.7 Niat Menggunakan *Mobile Banking*

Berhasil atau tidaknya suatu teknologi yang dikembangkan untuk meningkatkan pelayanan akan bergantung dari para penggunanya. Suatu teknologi akan berhasil jika penggunanya (*user*) semakin banyak jumlahnya serta terus digunakan. Maka oleh karenanya, Niat seseorang untuk menggunakan teknologi menjadi faktor penting.

Niat perilaku (*behavioral intention*) menurut Jogiyanto (2007:29) adalah suatu keinginan atau Niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Niat berhubungan dengan perilaku-perilaku atau tindakan-tindakan, akan tetapi Niat dapat berubah menurut waktu, semakin lebar interval waktu, semakin dimungkinkan terjadi perubahan-perubahan Niat seseorang. Menurut Amijaya (2010:16) Menurut Setyanto (2011:12) Niat ulang menggunakan *Mobile Banking* secara *online* dapat diartikan frekuensi (seberapa sering) nasabah menggunakan fasilitas-fasilitas yang disediakan pihak bank dalam bertransaksi secara *online* melalui layanan *electronic banking* atau *Mobile Banking*.

Persepsi kemudahan mengacu pada "sejauh mana calon pengguna mengharapkan sistem memberikan kemudahan "(Davis et al., 1989, hal 985). Dalam model tersebut, keduanya, persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan memprediksi sikap yang didefinisikan sebagai evaluasi pengguna terhadap keinginan untuk menggunakan sistem. Niat perilaku individu secara langsung dipengaruhi oleh sikap dan persepsi kegunaan. TAM mampu memberikan penggambaran Niat pengguna untuk menggunakan teknologi (Legris et al., 2003). Dan sudah banyak digunakan dalam penelitian untuk mengetahui probabilitas mengadopsi sistem

online dan persepsi pengguna tentang penggunaan sistem (Alsajjan dan Dennis, 2010; Teo et al., 1999; Gefen dan Straub, 2000; Moon dan Kim, 2001). Atas dasar ini, dihipotesiskan :

H1 Persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap sikap untuk menggunakan *mobile banking*

2.8 Persepsi Manfaat

Jauh sebelum internet diketahui bahwa konsumen umumnya terlibat Analisis "biaya-manfaat" saat memilih prosedur pengambilan keputusan (Wright, 1975). Di situasi pembelian, konsumen mencari keuntungan tertentu dari solusi produk, dan lihat produk sebagai kumpulan atribut yang memberikan manfaat (Kotler dan Armstrong, 2003). Baru-baru ini, dalam mempelajari mobile banking, telah disarankan pelanggannya Pembelian produk meliputi evaluasi kognitif dan afektif utilitarian dan manfaat hedonistik (Kim et al., 2007). Selain itu, konsumen menilai nilainya terhadap produk dengan membandingkan manfaat yang dirasakan dan pengorbanan yang dirasakan.

Manfaat yang dirasakan ditemukan sebagai faktor penting dalam memahami perbankan online. Lee (2009) mengetahui bahwa Niat untuk menggunakan perbankan online terutama dan signifikan terpengaruh oleh manfaat yang dirasakan. Dan Laforet dan Li (2005) menemukan kekurangannya Mencapai manfaat ini merupakan hambatan penting untuk adopsi. Oleh karena itu, itu berhipotesis bahwa:

H2. Persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap sikap untuk menggunakan *mobile banking*.

2.9 Persepsi Risiko

Konsep *perceived risk* telah banyak digunakan dalam riset perilaku konsumen (Ha, 2002; Cunningham et al., 2004; Prez Cabaero, 2007). Riset-riset perilaku konsumen telah dikategorikan ke dalam 6 bidang, yaitu: sifat *perceived risk*, jenis *perceived risk*, hubungan antara risiko yang dipersepsikan dengan kelas produk atau karakteristik produk, pengaruh perbedaan individu terhadap persepsi risiko, dan pengukuran risiko yang dipersepsikan. enam aspek kunci persepsi risiko adalah:

- (1) risiko keuangan;
- (2) risiko kinerja;
- (3) risiko sosial;
- (4) risiko fisik;
- (5) risiko psikologis;
- (6) risiko waktu.

Selain dimensi risiko klasik yang dirasakan ini, kemunculan internet dan *hyperspace* telah menciptakan bentuk persepsi risiko baru, risiko privasi (Kasus, 2002, Pikkarainen et al., 2004) dan risiko keamanan (Pikkarainen et al., 2004).

Lee et al. (2003) mendefinisikan bahwa dimensi risiko yang dirasakan, kecuali pengecualian Risiko psikologis, bisa menjelaskan mengapa konsumen tidak mau mengadopsi ponsel layanan perbankan. Lee et al. (2003) menemukan risiko psikologis tidak didukung dengan masalah ini terhadap adopsi *mobile banking*. Selain itu, penelitian terdahulu berpendapat bahwa dirasakan biaya keuangan (Luarn dan Lin, 2005), masalah keamanan (Brown et al., 2003; Luarn dan Lin, 2005), risiko yang terkait dengan kinerja (Featherman dan Pavlou, 2003) adalah

hal yang penting variabel dalam menentukan adopsi layanan *mobile banking*. Walker dan Johnson (2006) mengemukakan kemauan untuk menggunakan internet dan telepon untuk keuangan dan Layanan belanja dipengaruhi oleh:

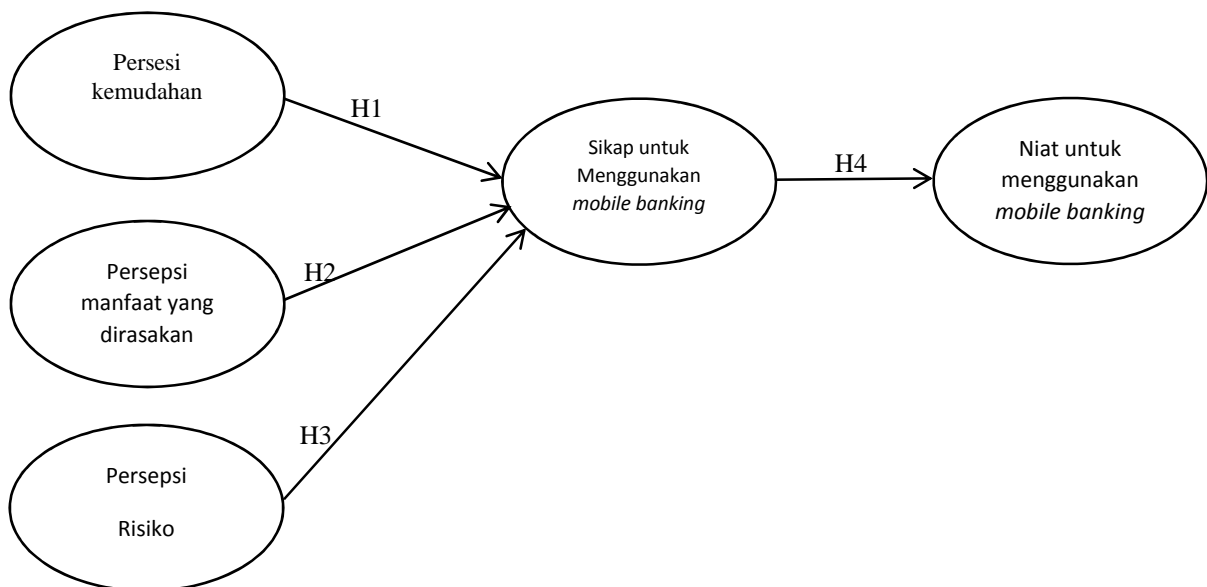
- (1) kemampuan individu pribadi atau kemampuan;
- (2) risiko yang dirasakan dan keuntungan relatif; dan
- (3) sejauh mana kontak dengan personil layanan lebih diutamakan atau dianggap perlu. Atas dasar itu, dihipotesiskan bahwa:

H3. Persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap sikap untuk menggunakan *mobile banking*.

2.10 Kerangka Penelitian

Berdasarkan hipotesis tersebut, maka kerangka dalam penelitian ini adalah :

Gambar 2.1 kerangka penelitian



Sumber: Ulun AkturanNuray TezcanVol.30No.4,2012

2.11 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul	Peneliti	Metode penelitian	Hasil penelitian	Tahun
1	<i>Mobile banking adoption of the youth market Perceptions and intentions</i>	Ulun Akturan Nuray Tezcan Vol.30No.4,2012 Faculty of Management, Halic University, Istanbul, Turkey.	Data dikumpulkan dari 435 mahasiswa yang ada yaitu non-pengguna dan dianalisis dengan pemodelan persamaan struktural (SEM).	Dalam adopsi <i>mobile banking</i> , sikap yang ditemukan menjadi determinan Bila konsumen berpikir bahwa menggunakan <i>mobile banking</i> itu menyenangkan dan bagus Ide, bijaksana untuk digunakan untuk transaksi keuangan dan menganggapnya sebagai hal yang diinginkan, mereka cenderung melakukannya mengadopsi aplikasi <i>mobile banking</i> Sikap ini dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan risiko sosial dan kinerja.	2012

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

No	Judul	Peneliti	Metode penelitian	Hasil penelitian	Tahun
2	<i>Consumer adoption of mobile banking in Jordan</i>	Ali Abdallah Alalwan Yogesh K. Dwivedi Nripendra P. P. Rana Michael D. Williams , (2016) Vol. 29 Iss 1 pp. 118 – 139	Data dikumpulkan dari 500 mahasiswa di kota Amman dan kota Al Balqa dianalisis dengan pemodelan persamaan struktural (SEM).	Model konseptual yang diusulkan didasarkan pada Teknologi Model Penerimaan (TAM). Ini diperpanjang dengan menambahkan risiko yang dirasakan dan <i>self-efficacy</i> sebagai eksternal faktor-faktor. Pemodelan persamaan struktural (SEM) dilakukan untuk menganalisis data yang dikumpulkan dari lapangan kuesioner survei dikelola untuk sampel kenyamanan pelanggan perbankan Yordania. Hasil penelitian menunjukkan bahwa niat perilaku dipengaruhi secara signifikan oleh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan risiko yang dirasakan.	2016

3	<i>Behavioural intention to adopt mobile banking among the millennial generation</i>	Evon Tan Jasmine Leby Lau (2016), Vol. 17 Iss 1 pp	Data dikumpulkan dari 347 mahasiswa di kota Kuala Lumpur dianalisis dengan pemodelan regresi linear berganda	Ekspektasi kinerja merupakan faktor utama memengaruhi adopsi pengguna perbankan seluler, diikuti oleh harapan upaya, risiko yang dirasakan dan pengaruh sosial. Selain itu, harapan kinerja ditemukan memiliki parsial efek mediasi pada hubungan antara harapan usaha dan niat pengguna untuk mengadopsi <i>mobile banking</i> .	2016
4	<i>User satisfaction with mobile websites: the impact of perceived usefulness (PU), perceived ease of use (PEOU) and trust</i>	Muslim Amin, Sajad Rezaei, Maryam Abolghasemi , Vol. 5 No. 3, 2014 Management Department College of Business Administration, King Saud University, Riyadh, Kingdom of Saudi Arabia	Sebanyak 302 kuesioner yang valid dikumpulkan secara empiris uji model penelitian. Pemodelan persamaan struktural (SEM)	menunjukkan bahwa PU memiliki Hubungan signifikan dengan kepuasan dan kepercayaan pengguna ponsel, didukung hubungan signifikan antara PU, dan kepercayaan dan kepuasan.	2014

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

No	Judul	Peneliti	Metode penelitian	Hasil penelitian	Tahun
5	<i>Perceived risk, usage frequency of mobile banking services</i>	ChauShen Chen Department of Information Management, China University of Science and Technology, Taipei City, Taiwan, R.O.C	Data dari 610 kuesioner valid yang dikumpulkan di Taiwan adalah dianalisis oleh SPSS dan LISREL.	Pengguna <i>mobile banking</i> dengan perilaku yang berbeda pola memiliki persepsi yang berbeda tentang manfaat dan risiko inovasi. Apalagi, kesadaran merek dan citra merek penyedia MBS adalah faktor eksogen penting yang terkait dengan sikap dan niat untuk menggunakan MBS. Akhirnya, penelitian ini menyajikan beberapa saran untuk para peneliti, bankir, dan pemasar.	2013

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metodologi Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dikarenakan penelitian ini memerlukan pengujian dengan statistik. Penelitian kuantitatif menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisa data dengan statistik (Indriantoro dan Supomo, 2002). Serta tergolong dalam jenis penelitian *explanatory* (penjelasan). Dapat dikatakan demikian karena penelitian ini menjelaskan hubungan kausal antara beberapa variabel dan menjelaskan melalui pengujian hipotesis. Menurut Singarimbun (2008) adalah penelitian penjelasan yang menyoroti hubungan antara variabel-variabel penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti adopsi *mobile banking* pada nasabah generasi muda melalui integrasi dari model penerimaan teknologi (TAM) dengan manfaat yang dirasakan dan risiko yang dirasakan

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Bank Bukopin Kantor Cabang Bandar Lampung. Alasan peneliti melakukan penelitian di lokasi tersebut adalah karena keterbatasan waktu dan biaya yang dimiliki oleh peneliti.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Nasabah Bank Bukopin Cabang Bandar Lampung pengguna *mobile banking*. Sampel penelitian ini adalah 205 responden menggunakan kuesioner. Jumlah sesuai dengan pendapat penentuan jumlah sampel yang dikembangkan oleh Roscoe dalam Sugiyono (2010: 131)

3.4 Definisi Operasional

Peneliti tertarik dengan kemauan dan kemampuan pengguna melakukan transaksi secara online, dianggap masuk akal untuk mengumpulkan data dari pengguna yang memiliki pengalaman sebelumnya dalam melakukan transaksi secara online sesuai dengan teknik informan kunci (Ndubisi, 2011). metode informan kunci yang digunakan dan hanya pelanggan dengan pengalaman bertransaksi secara online diminta untuk menanggapi pertanyaan tersebut.

Informan kunci dipandang sebagai responden yang tepat jika sesuai seleksi prosedur digunakan. Jadi, dengan menggunakan panduan memilih responden dari penelitian sebelumnya, informan kunci disaring dan dipilih berdasarkan pengetahuan pengguna tentang masalah penelitian, pengalaman mereka dengan transaksi online, dan kemauan untuk merespon. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini memungkinkan peneliti untuk mencapai tujuan penelitian yang lebih luas dan merupakan sampling Metode yang banyak digunakan dalam penelitian berbasis internet.

Berikut ini adalah variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini beserta dengan indikatornya :

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Dimensi Risiko	English	Indonesia
1	Persepsi Kemudahan	I think that learning to use mobile banking would be easy	Menurut saya, belajar menggunakan <i>mobile banking</i> akan mudah
		I think that learning to use mobile banking does not require	Menurut saya belajar menggunakan <i>mobile banking</i> tidak akan sulit
		I think that it is easy to use mobile banking to accomplish my banking tasks	Menurut saya dengan menggunakan <i>mobile banking</i> akan memudahkan transaksi perbankan
2	Persepsi Manfaat	I think that using mobile banking can save my time in performing banking transactions	Menurut saya menggunakan <i>mobile banking</i> dapat menghemat waktu untuk melakukan transaksi perbankan
		I think that using mobile banking can offer me a wider range of banking products, services and investment opportunities	Menurut saya menggunakan <i>mobile banking</i> dapat menawarkan saya berbagai produk, layanan, dan peluang investasi perbankan
		I think that using mobile banking can save the transaction handling fees in performing banking transactions	Menurut saya menggunakan <i>mobile banking</i> dapat menyelamatkan transaksi menangani biaya dalam melakukan transaksi perbankan
3	Sikap	I think that using mobile banking is a good idea	Menurut saya menggunakan <i>mobile banking</i> adalah ide yang bagus
		I think that using mobile banking for financial transactions would be a wise idea	Menurut saya menggunakan <i>mobile banking</i> untuk transaksi keuangan akan menjadi ide yang bijaksana
		I think that using mobile banking is pleasant	Menurut saya menggunakan <i>mobile banking</i> itu menyenangkan
		In my opinion, it is desirable to use mobile banking	Menurut saya, ini adalah keinginan untuk menggunakan <i>mobile banking</i>
4	Niat Menggunakan	I plan to use M-internet in the future	Saya berencana menggunakan <i>mobile banking</i> di masa depan
		I intend to use M-internet in the	Saya bermaksud menggunakan

No	Dimensi Risiko	English	Indonesia
		future	<i>mobile banking</i> di masa depan
		I predict I would use M-internet in the future	Saya memprediksi saya akan menggunakan <i>mobile banking</i> di masa depan
5	Risiko Sosial	If I used mobile banking, I think I would be held in higher esteem by my associates at work	Jika saya menggunakan mobile banking, saya pikir saya akan berada di posisi yang lebih tinggi penghargaan oleh rekan saya di tempat kerja
		The thought of using mobile banking causes me concern because some friends would think I was just being showy	Pemikiran menggunakan mobile banking membuat saya khawatir karena beberapa teman akan mengira aku hanya bersikap mencolok
		I think that using mobile banking would provide me with a higher social status	Saya pikir menggunakan mobile banking akan memberi saya sebuah status sosial yang lebih tinggi
6	Risiko Performa	I worry about whether mobile banking will really perform as well as it is supposed to	Saya khawatir apakah mobile banking akan benar-benar berfungsi sebagaimana seharusnya
		I am concerned that the mobile banking will not provide the level of benefits that I would be expecting	Saya khawatir bahwa mobile banking tidak akan menyediakan tingkat manfaat yang saya harapkan
7	Risiko Keuangan	I think that the operating system of mobile banking would not function well	Saya pikir bahwa sistem operasi <i>mobile banking</i> perbankan tidak akan berfungsi dengan baik
		I think that there would be problems with my financial transactions while using mobile banking	Saya pikir akan ada masalah dengan keuangan saya transaksi saat menggunakan mobile banking
		When using mobile banking, I am afraid that I will lose money due to careless mistakes	Saat menggunakan mobile banking, saya takut saya akan kalah uang karena kesalahan yang ceroboh
		When using mobile banking, I may lose money because my account information is hacked	Ketika menggunakan mobile banking, saya mungkin kehilangan uang karena saya informasi akun diretas
		I think that using mobile banking is financially risky	Saya pikir menggunakan mobile banking secara finansial berisiko

No	Dimensi Risiko	English	Indonesia
8	Risiko Waktu	I think I would spend too much time learning how to use mobile banking	Saya pikir saya akan menghabiskan terlalu banyak waktu untuk belajar cara menggunakannya mobile banking
		Using a mobile banking service would lead to a loss of convenience for me because I would have to waste a lot of time fixing payment errors	Menggunakan layanan perbankan seluler akan menyebabkan hilangnya kenyamanan bagi saya karena saya harus membuang banyak waktu memperbaiki kesalahan pembayaran
		Because of some problems in the operating system, I think that mobile banking would not run fast and cause time loss	Karena beberapa masalah dalam sistem operasi, saya pikir bahwa mobile banking tidak akan berjalan cepat dan menyebabkan kehilangan waktu
9	Risiko Keamanan	I trust in an online bank as a bank	Saya percaya pada bank online sebagai bank
		I am not worried about the security of an online bank	Saya tidak khawatir tentang keamanan bank online
		Matters of security have no influence on using an online bank	Masalah keamanan tidak memengaruhi penggunaan online bank
10	Risiko Privasi	Using an online bank is financially secure	Menggunakan bank online aman secara finansial
		I trust in the ability of an online bank to protect my privacy	Saya percaya pada kemampuan bank online untuk melindungi privasi saya
		I trust in the technology an online bank is using	Saya percaya pada teknologi yang digunakan bank online

Sumber : Nelson Oly Ndubisi, et al 2011, Nuray Tezcan, Ulun Akturan, 2012

3.5 Pengujian Kuisoner

3.5.1 Data Primer

Penelitian ini menggunakan data yang diperoleh dari sumber-sumber asli, sumber pertama darimana data tersebut diperoleh. Dalam penelitian ini data diperoleh dengan menyebarkan kuisoner secara *online* kepada pengguna yang pernah melakukan transaksi perbankan secara *online*.

3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan melalui penyebaran kuisoner. Kuisoner merupakan instrumen penting dalam penelitian oleh karenanya merancang kuisoner merupakan langkah penting (Pandjaitan dan Ahmad, 2017:43). Sumber informasi dalam teknik ini adalah orang-orang yang biasa disebut responden. Peneliti mengajukan pertanyaan-pertanyaan tertulis yang bertujuan menggali informasi. Kuisoner dibuat dengan kategori *multiplechoice* dengan menggunakan skala *likert*.

3.6 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis data dengan menggunakan (*PLS*) *Partial Least Square* yang dapat melakukan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian model struktural. Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan reabilitas, sedangkan model struktural digunakan untuk uji kausalitas (pengujian hipotesis dengan model prediksi). Lebih lanjut (Ghozali, 2011:20) menjelaskan bahwa *PLS* adalah metode analisis yang bersifat *soft modeling* karena tidak mengasumsikan data harus dengan pengukuran skala tertentu, yang berarti jumlah sampel dapat kecil (dibawah 300 sampel).

Terdapat beberapa alasan yang menjadi penyebab digunakan *PLS* dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini alasan-alasan tersebut yaitu: pertama *PLS (Partial Least Square)* merupakan metode analisis data yang didasarkan asumsi sampel tidak harus besar, yaitu jumlah sampel kurang dari 300 bisa dilakukan analisis, dan residual distribution. Kedua, *PLS (Partial Least Square)* dapat digunakan untuk menganalisis teori yang masih dikatakan lemah, karena *PLS (Partial Least Square)* dapat digunakan untuk prediksi. Ketiga, *PLS (Partial Least Square)* memungkinkan algoritma dengan menggunakan analisis *series ordinary least square (OLS)* sehingga diperoleh efisiensi perhitungan logaritma (Ghozali, 2011: 21). Keempat, Pada pendekatan *PLS*, diasumsikan bahwa semua ukuran *variance* dapat digunakan untuk menjelaskan.

Metode analisis data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu :

1. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2013:147).

2. Analisis Inferensial

Statistik inferensial seringkali disebut juga sebagai statistik induktif atau statistik probabilitas adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi (Sugiyono, 2013:148).

3.7 Uji Hipotesis

Pengujian Hipotesis Menurut Jogiyanto (2009: 87) ukuran signifikansi keterdukungan hipotesis dapat digunakan perbandingan nilai *T-table* dan *T-*

statistic. Jika *T statistic* lebih tinggi disbanding nilai *T-table*, berarti hipotesis terdukung atau diterima. Dalam penelitian ini untuk tingkat keyakinan 95% (alpha 95 persen), maka nilai *T-table* untuk hipotesis satu ekor (*one tailed*) adalah >1,66140. Analisis *PLS* (*Partial least square*) yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program *SmartPLS* versi 3 yang dijalankan dengan media computer.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis data yang sudah dilakukan pada bab IV maka dapat ditarik beberapa simpulan, keterbatasan dan saran untuk penelitian selanjutnya seperti diuraikan di bawah ini.

5.1 Simpulan

Berdasarkan bukti-bukti empiris yang diperoleh maka didapati bahwa niat menggunakan *mobile banking* dipengaruhi secara signifikan oleh sikap menggunakan *mobile banking*, selain itu sikap menggunakan *mobile banking* dipengaruhi secara signifikan oleh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat, sedangkan untuk persepsi risiko tidak berpengaruh secara signifikan terhadap sikap. Dengan kata lain dari 4 (empat) hipotesis yang ada dalam penelitian ini, maka terdapat 3 (tiga) hipotesis yang didukung secara signifikan sebagai berikut:

- a) Variabel persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap sikap dalam penggunaan *mobile banking*, artinya semakin tinggi tingkat kemudahan dalam produk *mobile banking* maka sikap nasabah terhadap *mobile banking* akan semakin baik.
- b) Variabel persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap sikap dalam penggunaan *mobile banking*, artinya semakin tinggi tingkat manfaat dalam produk *mobile banking* maka sikap nasabah terhadap *mobile banking* akan semakin baik.

- c) Variabel persepsi risiko performa tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap dalam penggunaan *mobile banking*, artinya semakin rendah potensi adanya kerusakan aplikasi *mobile banking* maka sikap nasabah terhadap *mobile banking* akan semakin baik
- d) Variabel sikap berpengaruh signifikan terhadap niat dalam penggunaan *mobile banking*, artinya semakin baik sikap dalam produk *mobile banking* maka niat nasabah terhadap *mobile banking* juga akan semakin baik.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang kemungkinan dapat mempengaruhi hasil penelitian. Penyebaran kuesioner yang dilakukan menggunakan media sosial dan email yang menyebabkan tidak adanya komunikasi secara langsung sehingga kemungkinan adanya perbedaan persepsi antara responden dan maksud pernyataan di kuesioner.

5.3 Saran.

Meningkatnya nilai manfaat perlu juga kiranya pihak Bank Bukopin terus berupaya untuk terus meningkatkan keamanan dan kenyamanan produk *mobile banking*, hal ini diperlukan karena perkembangan teknologi yang terus meningkat serta dibarengi dengan peningkatan modus-modus kejahatan di dunia maya (*Cyber Crime*). Seiring perkembangan dalam dunia perbankan, terutama dari sisi transaksi perbankan secara elektronik (*e-banking*) maka diperlukan penyempurnaan fitur dan penambahan fitur-fitur baru layanan *internet banking* yang dapat mendukung proses transaksi elektronik. Sekiranya juga diperlukan

penyempurnaan tampilan *mobile banking* yang disertai penambahan informasi mengenai fitur yang ada serta tata cara penggunaan, sehingga faktor kemudahan juga akan menghemat waktu selama mengakses layanan tersebut dan lebih menyosialisasikan kepada nasabah sehingga seluruh nasabah terinformasikan serta dapat diberikan promo atau hadiah bagi yang menggunakan *mobile banking* sehingga dapat menarik minat nasabah dalam bertransaksi dengan menggunakan *mobile banking*. . Kemudahan dalam bertransaksi juga perlu terus dikembangkan sehingga tidak hanya nasabah millennials yang tertarik untuk menggunakan *mobile banking*, tetapi seluruh nasabah dapat bertransaksi dengan menggunakan *mobile banking*.

Terlepas dari keterbatasan yang dimiliki oleh penelitian ini, untuk penelitian selanjutnya masih dimungkinkan adanya penambahan variable-variabel bebas yang lain untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi niat Generasi Millennials dalam menggunakan *mobile banking*. Salah satunya dapat diteliti apakah citra suatu perbankan memberikan pengaruh secara langsung terhadap keinginan menggunakan *mobile banking*.

DAFTAR PUSTAKA

- Alalwan, A.A., Dwivedi, Y.K., Rana, N.P., Lal, B. and Williams, M.D. (2015), “*Consumer adoption of internet banking in Jordan: examining the role of hedonic motivation, habit, self-efficacy and trust*”, *Journal of Financial Services Marketing*, Vol. 20 No. 2, pp. 145-157.
- Alalwan, A.A., Dwivedi, Y.K., Rana, N.P., Lal, B. and Williams, M.D. (2016), “*Consumer adoption of mobile banking in Jordan Examining the role of usefulness, ease of use, perceived risk and self-efficacy*”, *Journal of Financial Services Marketing*, Vol. 29 No. 1.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Arvidsson, N. (2014). *Consumer attitudes on mobile payment services - Results from a proof of concept test*. *International Journal of Bank Marketing*, 32(2), 150-170.
- Basu, Swastha dan Irawan, 2001, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty. Yogyakarta.
- Davis, FD. 1986. *Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-user Information Systems Theory and Results*. Unpublished Doctoral Dissertation, MIT.
- Engel, James f., Roger D. Blackwell dan Paul W. Miniard, (2001), *Perilaku Konsumen*, Terjemahan : Budijanto. Edisi Kedelapan, Jilid I. Binarupa Aksara, Jakarta.
- Gefen, D., Karahanna, E. and Straub, D.W. (2003), “*Trust and TAM in online shopping: an integrated model*”, *MIS Quarterly*, Vol. 27 No. 1, pp. 51-90.
- Griffin. 2004. *Manajemen jilid1. Edisi ke-7*. Erlangga : Jakarta.
- Hasan, M. Iqbal. 2002. *Pokok – pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Jogiyanto. (2008). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Edisi Revisi. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2010), *Principles of Marketing*, 10th ed., Pearson Education International, Upper Saddle River, NJ.

- Lee al. 2010. *Investigating the on-line shopping intentions of Vietnamese students: an extension of the theory of planned behaviour*. World Transactions on Engineering and Technology Education Vol.8, No.4.
- Malhotra, Naresh K. 2009. *Basic Marketing Research : A Decision Making Approach*. New Jersey : Pearson
- Mohammadi, H. (2015). *A study of mobile banking usage in Iran*. International Journal of Bank Marketing, 33(6), 733-759.
- Pearson, A., 2010, *Understanding the Key Mobile Advertising Options*, Classic Guide to Mobile Advertising pp:11-13 .
- Pearson, J.M., Pearson, A. and Green, D. (2007), “*Determining the importance of key criteria in web usability*”, Management Research News, Vol. 30 No. 11, pp. 816-28.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- Swastha dan Handoko. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta.
- Pandjaitan, D dan Ahmad, . 2017. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*, Pusaka Media, Bandar Lampung
- Phonthanakitithaworn, C., Sellitto, C., & Fong, M. (2015). *User intentions to adopt mobile payment services: A study of early adopters in Thailand*. Journal of Internet Banking & Commerce, 20(1), 1-29.
- Shiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Indeks
- Rakhi, T., & Mala, S. (2014). *Adoption readiness, personal innovativeness, perceived risk and usage intention across customer groups for mobile payment services in India*. Internet Research, 24(3), 369-392.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen*. Ghalia Indonesia : Bogor
- Umar, Hussein. 2003. *Metode Riset Bisnis*. Edisi kedua. PT. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). *A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies*. Management Science, 46(2), 186-204.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). *User acceptance of information technology: Toward a unified view*. MIS Quarterly, 27(3), 425-478.

Yang, Y., Liu, H., & Yu, B. (2015). *Understanding perceived risks in mobile payment acceptance*. *Industrial Management and Data Systems*, 115(2), 253-269.