

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENGGUNAKAN  
APLIKASI *MOBILE BANKING* BNI 46 DI *SMARTPHONE* PADA  
MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI  
UNIVERSITAS LAMPUNG**

(Skripsi)

Oleh  
**DINO SIWA RAMADHAN**  
NPM 1813031053



**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2025**

## ABSTRAK

### FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENGGUNAKAN APLIKASI *MOBILE BANKING* BNI 46 DI *SMARTPHONE* PADA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS LAMPUNG

Oleh

DINO SIWA RAMADHAN

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat di era digital saat ini telah mempengaruhi pola perilaku manusia dalam mengakses sistem informasi layanan elektronik. Teknologi informasi pada industri perbankan dilakukan untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah, tindakan ini dilakukan oleh sebagian besar bank yang ada di dunia, termasuk bank yang ada di Indonesia. Peningkatan pelayanan yang berbasis teknologi informasi pada perbankan antara lain *sms banking*, *internet banking*, *mobile banking* dan lainnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, ketersediaan fitur terhadap minat menggunakan Aplikasi *Mobile Banking* BNI 46 di *Smartphone* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung. Metode penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian adalah mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung. Jumlah sampel pada penelitian ini berjumlah 79 mahasiswa dengan teknik pengambilan sampel *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan angket/kuesioner. Pengujian hipotesis dengan melakukan uji t dan f dan diolah dengan program SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, ketersediaan fitur pada minat menggunakan aplikasi *mobile banking* BNI 46 di *smartphone* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung dengan kadar determinasi 30,3% minat menggunakan *mobile banking* BNI 46 dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, ketersediaan fitur, sisanya sekitar 69,3% dipengaruhi oleh faktor lain diluar yang diteliti oleh peneliti.

**Kata Kunci :** Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Kelengkapan Fitur, Minat Menggunakan Aplikasi *Mobile Banking* BNI di *Smartphone*

## ***ABSTRACT***

### **FACTORS THAT INFLUENCE INTEREST IN USING BNI 46 MOBILE BANKING APPLICATION ON SMARTPHONES OF STUDENTS OF ECONOMIC EDUCATION UNIVERSITY OF LAMPUNG**

***By***

**DINO SIWA RAMADHAN**

*The rapid development of science and technology in the current digital era has influenced human behavior patterns in accessing various information systems and electronic service features. Information technology in the banking industry is implemented to improve services to customers, and this action is taken by the majority of banks worldwide, including banks in Indonesia, both government and private banks. The improvement of services based on information technology in banking includes SMS banking, internet banking, mobile banking, and others. This research aims to determine the effect of ease of use, perceived usefulness, and availability of features on the interest in using the BNI 46 Mobile Banking Application on smartphones among students of Economic Education at the University of Lampung. This research method uses descriptive verifiable research with a quantitative approach. The population in this study is the students of Economic Education at the University of Lampung. The sample in this study consists of 79 students with probability sampling technique using simple random sampling. Data collection was conducted using a questionnaire. Hypothesis testing was performed by conducting t and f tests and processed using SPSS software. The results of this study indicate that there is an influence of ease of use, perceived usefulness, and availability of features on the interest in using the BNI 46 mobile banking application on smartphones among students of Economic Education at the University of Lampung, with a determination coefficient of 30.3%. The interest in using BNI 46 mobile banking is influenced by ease of use, perceived usefulness, and availability of features, while the remaining 69.3% is influenced by other factors not examined by the researcher.*

***Keywords :*** *Ease of Use, Perceived Benefits, Completeness of Features, Interest in Using the BNI Mobile Banking Application on Smartphones.*

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENGGUNAKAN  
APLIKASI *MOBILE BANKING* BNI 46 DI *SMARTPHONE*  
PADA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI  
UNIVERSITAS LAMPUNG**

**Oleh**

**DINO SIWA RAMADHAN**

**Skripsi**

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar  
**SARJANA PENDIDIKAN**

**Pada**

Program Studi Pendidikan Ekonomi  
Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2025**

Judul Skripsi

**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Aplikasi *Mobile Banking* BNI 46 Di *Smartphone* Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung**

Nama Mahasiswa

**Dino Siwa Ramadhan**

NPM

**1813031053**

Program Studi

**Pendidikan Ekonomi**

Jurusan

**Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial**

Fakultas

**Keguruan dan Ilmu Pendidikan**

**MENYETUJUI**

**1. Komisi Pembimbing**

**Pembimbing Utama**

**Pembimbing Pembantu**



**Prof. Dr. Erlina Rufaidah, S.E., M.Si**  
NIP. 19580828 198601 2 001

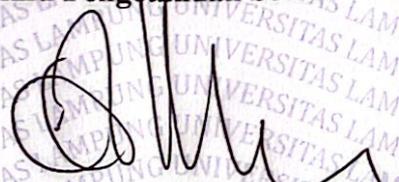


**Drs. Tedi Rusman, M.Si**  
NIP. 19600826 198603 1 001

**2. Mengetahui**

**Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial**

**Koordinator Program Studi Pendidikan Ekonomi**



**Dr. Dedy Miswar, S.Si., M.Pd.**  
NIP 19741108 200501 1 003

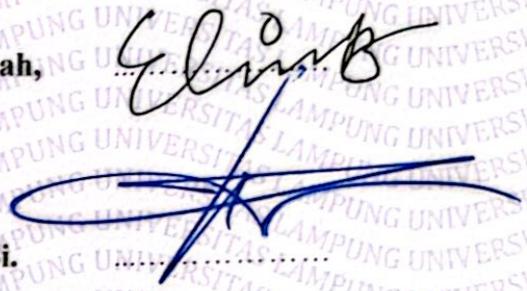


**Suroto, S.Pd., M.Pd.**  
NIP 19930713 201903 1 016

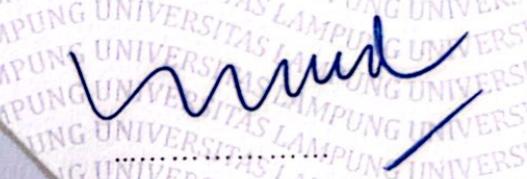
**MENGESAHKAN**

**1. Tim Penguji**

**Ketua : Prof. Dr. Erlina Rufaidah,  
S.E., M.Si.**



**Sekretaris : Drs. Tedi Rusman, M.Si.**



**Penguji  
Bukan Pembimbing : Drs. Nurdin, M.Si.**

**2. Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan**



**Dr. Albet Maydiantoro, M.Pd.  
NIP 19870504 201404 1 001**

**Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 6 Mei 2025**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, TINGGI, SAINS, DAN  
TEKNOLOGI**



**UNIVERSITAS LAMPUNG  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
JURUSAN PENDIDIKAN IPS**

Jl. Prof. Dr. Sumantri Brojonegoro No.1 Gedong Meneng - Bandar Lampung

Telp./Fax: (0721) 70462

e-mail: fkip@unila.ac.id, laman: <http://fkip.unila.ac.id>

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Dino Siwa Ramadhan  
NPM : 1813031053  
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Jurusan/Program Studi : Pendidikan IPS/Pendidikan Ekonomi

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali disebutkan di dalam daftar pustaka.

Bandar Lampung, 11 Juni 2025



**Dino Siwa Ramadhan**

**1813031053**

## RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Dino Siwa Ramadhan yang selama masa perkuliahan biasa dikenal sebagai Dino. Penulis lahir di Bandar Lampung pada tanggal 5 Desember 2000 sebagai anak kedua dari tiga bersaudara dan juga sebagai anak laki-laki satu-satunya dari pasangan Bapak Sartono dan Ibu Sarniyati.

Pendidikan formal yang telah ditempuh oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. SD Negeri 2 Bumi Waras tahun 2007-2012.
2. SMP Negeri 16 Bandar Lampung pada tahun 2012-2015.
3. SMK Negeri 4 Bandar Lampung pada tahun 2015-2018.
4. Pada tahun 2018 penulis diterima sebagai mahasiswa Pendidikan Ekonomi Jurusan Pendidikan IPS FKIP Universitas Lampung melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi (SBMPTN).

Selama perkuliahan, penulis aktif dalam kegiatan akademik maupun non akademik. Kegiatan akademik yang pernah dilakukan penulis adalah Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kelurahan Sukaraja, Bandar Lampung dan Pengenalan Lapangan Persekolahan (PLP) di SMP Negeri 16 Bandar Lampung. Pencapaian terbaik penulis semasa kuliah adalah mendapatkan Program Beasiswa GenBi (Generasi Baru Indonesia) yang diselenggarakan oleh Bank Indonesia pada masa periode 2020-2021. Kegiatan non akademik yang pernah dilakukan penulis adalah menjadi Kepala Departemen PHDD di organisasi *Association of Economic Education Students (Assets)* pada masa periode 2019-2020. Selama mengikuti organisasi, penulis berkontribusi aktif dalam berbagai kepanitiaan, beberapa diantaranya adalah menjadi ketua pelaksana pada acara seminar pendidikan yang diadakan oleh Assets.

## **PERSEMBAHAN**

### ***Bismillahirrahmanirrahim***

Puji syukur kepada Allah SWT, Rabb semesta alam sang maha segalanya, yang telah memberikan limpahan rahmat serta ridho-Nya, sehingga penulis sampai pada tahap ini. Dengan bangga dan penuh rasa syukur, penulis mempersembahkan karya sederhana ini kepada:

#### **Kedua Orang Tua hebat ku, Bapak Sartono dan Ibu Sarniyati**

Terima kasih telah membesarkan dan mendidik anak laki-laki ini dengan penuh kesabaran serta penuh rasa kasih sayang. Terima kasih atas setiap doa, nasihat, dan kepercayaan yang selalu diberikan sebagai bekal mencapai kesuksesan. Segala pengorbanan tidak akan dapat ku balas dengan setimpal. Semoga Allah selalu memberikan kemuliaan kepada Bapak Ibu di dunia dan akhirat.

#### **Kakak dan Adik ku tersayang, Agtifah Sari dan Marlinda Tri Utami**

Terima kasih sudah percaya kepadaku dan selalu berusaha membuatku bangga. Terima kasih sudah menjadi motivasi untukku menyelesaikan perkuliahan dan selalu memberi dukungan kepadaku. Terima Kasih atas segala bentuk dukungan kepadaku sehingga akhirnya bisa menyelesaikan perkuliahan ini

#### **Keluarga Besarku**

Terima kasih atas dukungan dan doa yang senantiasa diberikan.

#### **Bapak Ibu Guru dan Dosen Pengajar**

Terima kasih untuk semua ilmu, arahan, dan nasihat yang disampaikan dengan sabar. Semoga ilmu yang Bapak Ibu berikan dapat menjadi keberkahan dan dapat ku sampaikan kembali kepada siapapun nanti.

#### **Almamater Tercinta**

Universitas Lampung

## MOTTO

*“Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. Apabila engkau telah selesai (dengan sesuai kebajikan), teruslah bekerja keras (untuk kebajikan yang lain) Dan hanya kepada Tuhanmu lah engkau berharap”*  
(Q.S. Al-Insyirah : 5-8)

*“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”*  
(Q.S. Al-Baqarah : 286)

*“Kalau dikabulkan berarti baik, kalau tidak berarti ada yang lebih baik”*  
(Q.S. Al-Baqarah : 216)

*“Tidak masalah apabila anda berjalan lambat, asalkan anda tidak pernah berhenti berusaha”*  
(Confucius)

*“From Zero To Hero”*  
(Dino Siwa Ramadhan)

*“Jangan pernah menyalahkan diri sendiri atas segala hal yang terjadi di kehidupan kita, semua sudah diatur oleh Allah sedemikian rupa baiknya. Kalau kita belum bisa mewujudkannya hari ini mungkin Allah punya gantinya 100x lebih baik di hari lainnya”*  
(Dino Siwa Ramadhan)

*“Skripsi pasti akan selesai dan kamu akan lulus ya, jangan bandingkan prosesmu dengan orang lain karena setiap orang mempunyai kemampuan masing-masing.”*  
(Dino Siwa Ramadhan)

## SANWACANA

*Bismillahirrahmanirrahim*, puji syukur kehadiran Allah SWT yang maha segalanya, atas limpahan rahmat, ridho, serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program strata satu dan untuk meraih gelar sarjana pendidikan dengan judul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Aplikasi *Mobile Banking* BNI 46 di *Smartphone* Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung”**.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini tidak lepas dari doa, arahan, bimbingan, motivasi, nasihat, serta dukungan yang berikan dari berbagai pihak. Dalam hal ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih terkhusus kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., I.P.M. selaku Rektor Universitas Lampung, Wakil Rektor, beserta seluruh jajaran pimpinan Universitas Lampung, yang telah memberikan dukungan dalam setiap aspek Pendidikan di kampus ini.
2. Bapak Dr. Albet Maydiantoro, S.Pd., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
3. Bapak Drs. Riswandi, M.Pd. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerjasama Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
4. Bapak Dr. Hermi Yanzi, S.Pd., M.Pd. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
5. Bapak Dr. Dedy Miswar, S.Si., M.Pd. selaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
6. Bapak Suroto, S.Pd., M.Pd. selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.

7. Ibu Prof. Dr. Erlina Rufaidah, S.E., M.Si. selaku Pembimbing I sekaligus sebagai Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi. Terima kasih atas bimbingan dan arahnya selama ini. Semoga ibu selalu diberikan kesehatan dan keberkahan oleh Allah SWT.
8. Bapak Drs. Tedi Rusman, M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi. Terima kasih atas bimbingan dan arahnya selama ini. Semoga bapak selalu diberikan kesehatan dan keberkahan oleh Allah SWT.
9. Bapak Drs. Nurdin. M.Si. selaku Dosen Pembahas yang telah memberikan saran, kritikan, arahan, dan masukannya kepada penulis yang berguna dalam penyempurnaan skripsi. Terima kasih bapak atas semua arahan dan masukannya selama ini. Semoga bapak selalu diberikan kesehatan dan keberkahan oleh Allah SWT.
10. Terima kasih kepada Bapak dan Ibu Dosen Pendidikan Ekonomi Bapak Drs. I Komang Winatha, M.Si., Bapak Drs. Yon Rizal, M.Si., Ibu Dr. Pujiati, M.Pd., Ibu Widya Hestiningtyas, S.Pd., M.Pd., Ibu Rahmah Dianti Putri, S.E., M.Pd., Ibu Fanni Rahmawati, S.Pd., M.Pd., Ibu Rahmawati, S.Pd.,M.Pd., dan Ibu Dr. Atik Rusdiani, M.Pd.I. Terima kasih kepada Bapak/Ibu yang telah memberikan ilmu, pengalaman, nasihat, dan arahnya selama masa perkuliahan.
11. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta Staf Karyawan Universitas Lampung yang telah membantu dalam mengurus segala persyaratan selama menyelesaikan studi ini.
12. Teristimewa untuk kedua orang tuaku Bapak Sartono dan Ibu Sarniyati. S.Pd. Terima kasih bapak dan ibu atas nasihat dan doa-doa yang senantiasa mengiringi perjalanan dan prosesku selama ini, terima kasih atas rasa cinta dan kasih sayangnya, didikannya, bimbingannya, terima kasih selalu ada, terima kasih atas pengorbanan dan perjuangannya, terima kasih yang selalu memberikan perhatian, semangat, dan kekuatan yang luar biasa. Semoga bapak dan ibu selalu diberikan kesehatan, diberkahkan umurnya,

dipanjangkan umurnya, dan dilindungi oleh Allah SWT. Insya Allah kelak penulis bisa membanggakan bapak dan ibu.

13. Teruntuk Kakakku Agtifah Sari, S.Pd. dan Adikku Marlinda Triutami terima kasih telah memberikan semangat, dukungan, nasihat, dan doannya selama proses perjalananku. Semoga kita selalu kompak untuk bisa membahagiakan kedua orang tua dan juga selalu rukun sebagai seorang adik kakak.
14. Teruntuk Keponakanku Muhammad Alwi Perdana dan Janesha Vikha Itsnaini terima kasih sudah memberikan kebahagiaan di dalam keluarga besar ini sekaligus sebagai penyemangat penulis menyelesaikan skripsi.
15. Teruntuk Nabila Aumi yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, membantu penulis dalam kesusahan, putus asa, sedih, dan juga keterpurukan karena lamanya masa studi. Penulis sangat berterima kasih atas bantuannya baik dalam bentuk apapun. Semoga Allah senantiasa membalas kebaikanmu dan mempermudah segala urusanmu.
16. Teruntuk tiga teman baik penulis yaitu Stephen Suryo Widjoyo, Sunandar dan Muhammad Helmi yang telah membantu dalam hal nasihat, saran, masukan dan motivasi sebagai sesama mahasiswa.
17. Terima kasih kepada GenBi (Generasi Baru Indonesia) yang telah memberikan dukungan berupa materi melalui beasiswa yang penulis dapatkan, sehingga membantu penulis dalam masa perkuliahan hingga dapat menyelesaikan studi.
18. Seluruh teman-teman seperjuangan Pendidikan Ekonomi 2018 Universitas Lampung, terima kasih sudah berbagi pengalaman, melewati banyak hal kebersamaan, dukungan, dan doa-doannya.
19. Keluarga Assets (*Association of Economic Education Students*) Kabinet Inspirator Perubahan, terima kasih telah membantu keberjalanan kabinet ini selama satu tahun masa jabatan. Semoga Allah mudahkan langkah dan proses kalian semua untuk masa depan yang lebih baik.
20. Teruntuk teman-teman baikku di grup BBQ yaitu Ammar Naufal, Amaradina, Bambang Heriadi, Ardelia Putri, Melinda, Angginie, Hanny Ferdianti, Isma Trie Afdita, Salsabila, Rani, Fikri, Yuzril, Aliza dan Fatwa Dewi. Terima kasih telah memberikan pengalaman, berbagi cerita, canda

tawa, suka duka, meberikan nasihat, doa, serta dukungan. Semoga Allah selalu mempererat hubungan pertemanan kita.

21. Kakak tingkat angkatan 2017 dan 2016 yang tidak dapat disebutkan satu per satu terima kasih atas arahan, motivasi dan bantuannya. Semoga Allah senantiasa mempermudah segala urusan kalian.
22. Teman-teman kerja di Ramses Pictures terima kasih telah membantu untuk selalu mengingatkan penulis agar dapat menyelesaikan masa studinya serta memberikan sebuah semangat, dukungan, saran, dan motivasi yang sangat berguna bagi penulis sehingga sampai di tahap ini.
23. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
24. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days of, I wanna thank me for fornever quitting, I wanna thank me for always being a giver and try give more than I receive, I wanna thank me for try and do more right than wrong, I wanna thank me for just being me at all times”.*

Semoga Allah memberikan keberkahan, rahmat, dan ridho-Nya atas kebaikan yang telah kalian berikan. Penulis menyadari bahwasannya dalam penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, terima kasih atas segala bentuk saran, arahan, motivasi, dan kritikan yang bersifat membangun yang sangat membantu penulis menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat terkhusus untuk penulis dan bagi pembaca pada umumnya.

Bandar Lampung, 1 Mei 2025  
Penulis,

Dino Siwa Ramadhan

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR DIAGRAM</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xx</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xxi</b>
<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	12
C. Batasan Masalah.....	13
D. Rumusan Masalah .....	13
E. Tujuan Penelitian.....	14
F. Manfaat Penelitian .....	14
G. Ruang Lingkup Penelitian.....	15
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>16</b>
A. Konsep Teori.....	16
1. Bank Nasional Indonesia (BNI) .....	16
a. Sejarah BNI .....	16
b. Visi dan Misi BNI.....	18
c. Fitur Layanan BNI.....	18
2. <i>Mobile Banking</i> .....	21
a. Pengertian <i>Mobile Banking</i> .....	21
b. Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i> .....	23
c. Kelebihan BNI <i>Mobile Banking</i> .....	24
d. Kekurangan BNI <i>Mobile Banking</i> .....	25
e. Fitur-fitur <i>Mobile Banking</i> .....	27
3. <i>Technology Acceptance Modem (TAM)</i> .....	30
a. Pengertian TAM .....	30
b. Tujuan TAM .....	32
c. Manfaat dan Kemudahan TAM.....	32
4. Minat Menggunakan.....	33
a. Pengertian Minat Menggunakan.....	33
b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat .....	34
5. Kemudahan Penggunaan .....	35
a. Pengertian Kemudahan Penggunaan .....	35
b. Indikator Kemudahan Penggunaan.....	36
c. Hubungan Pengaruh Kemudahan Penggunaan.....	38
6. Persepsi Manfaat.....	38
a. Pengertian Persepsi Manfaat.....	38

b.	Indikator Persepsi Manfaat.....	40
c.	Hubungan Pengaruh Persepsi Manfaat.....	40
7.	Ketersediaan Fitur.....	41
a.	Pengertian Ketersediaan Fitur.....	41
b.	Indikator Ketersediaan Fitur.....	43
c.	Hubungan Ketersediaan Fitur.....	44
B.	Penelitian Yang Relevan.....	44
C.	Kerangka Berfikir.....	51
D.	Hipotesis.....	53
<b>III.</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>55</b>
A.	Metode Penelitian.....	55
B.	Teknik Pengumpulan Data.....	55
1.	Kuesioner.....	55
2.	Observasi.....	56
3.	Dokumentasi.....	56
C.	Populasi dan Sampel.....	56
1.	Populasi.....	56
2.	Sampel.....	57
3.	Teknik Pengambilan Sampel.....	58
D.	Variabel Penelitian.....	59
1.	Variabel Bebas ( <i>Independent Variable</i> ).....	59
2.	Variabel Terikat ( <i>Dependent Variable</i> ).....	59
E.	Definisi Konseptual Variabel.....	59
1.	Kemudahan Penggunaan ( $X_1$ ).....	59
2.	Persepsi Manfaat ( $X_2$ ).....	59
3.	Ketersediaan Fitur ( $X_3$ ).....	60
F.	Definisi Operasional Variabel.....	60
G.	Uji Persyaratan Instrumen.....	61
1.	Uji Validitas Instrumen.....	61
2.	Uji Reliabilitas Instrumen.....	65
H.	Uji Persyaratan Analisis.....	66
1.	Uji Normalitas.....	66
2.	Uji Homogenitas.....	67
I.	Uji Asumsi Klasik.....	68
1.	Uji Kolinieritas Regresi.....	68
2.	Uji Multikolinieritas.....	68
3.	Uji Autokorelasi.....	69
4.	Uji Heteroskedastisitas.....	70
J.	Pengujian Hipotesis.....	71
1.	Uji Linier Sederhana.....	71
2.	Uji Linier Multiple.....	72
<b>IV.</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>74</b>
A.	Deskripsi Lokasi Penelitian.....	74
B.	Gambaran Umum penelitian.....	78
C.	Deskripsi Data.....	78

1. Kemudahan Penggunaan ( $X_1$ ).....	79
2. Persepsi Manfaat ( $X_2$ ).....	81
3. Ketersediaan Fitur ( $X_3$ ).....	83
4. Minat Menggunakan ( $X_4$ ).....	85
D. Uji Persyaratan Statistik Parametrik.....	87
1. Uji Normalitas.....	87
2. Uji Homogenitas.....	88
E. Uji Asumsi Klasik.....	88
1. Uji Linieritas.....	88
2. Uji Multikolonieritas.....	89
3. Uji Autokorelasi.....	90
4. Uji Heteroskedastisitas.....	90
F. Uji Hipotesis.....	91
1. Uji T (Parsial).....	92
2. Uji F (Simultan).....	98
G. Pembahasan.....	99
H. Keterbatasan Penelitian.....	108
<b>V. SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>109</b>
A. Simpulan.....	109
B. Saran.....	110
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>111</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>115</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Hasil Penelitian Yang Relevan .....	44
2. Jumlah Populasi .....	57
3. Perhitungan Jumlah Sampel Untuk Responden.....	58
4. Definisi Operasional Variabel .....	60
5. Perhitungan Uji Validitas Variabel Kemudahan Penggunaan.....	63
6. Perhitungan Uji Validitas Persepsi Manfaat.....	63
7. Perhitungan Uji Validitas Ketersediaan Fitur.....	64
8. Perhitungan Uji Validitas Variabel Minat Menggunakan .....	64
9. Perhitungan Uji Reliabilitas.....	66
10. Daftar Interpretasi Koefisien Reliabilitas .....	66
11. Nama Kaprodi Pendidikan Ekonomi.....	75
12. Distribusi Frekuensi Variabel Kemudahan Penggunaan .....	80
13. Kategori Variabel Kemudahan Penggunaan.....	80
14. Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Manfaat .....	82
15. Kategori Variabel Persepsi Manfaat.....	82
16. Distribusi Frekuensi Variabel Ketersediaan Fitur .....	84
17. Kategori Variabel Ketersediaan Fitur.....	84
18. Distribusi Frekuensi Minat Menggunakan .....	86
19. Kategori Variabel Minat Menggunakan .....	86
20. Hasil Uji Normalitas .....	87
21. Hasil Uji Homogenitas .....	88
22. Hasil Uji Linieritas .....	89
23. Hasil Uji Multikolinieritas .....	89
24. Uji Autokorelasi .....	90
25. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	91
26. Uji Variabel Kemudahan Penggunaan.....	92
27. Koefisien Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan .....	93
28. Hasil Uji Variabel Persepsi Manfaat .....	94
29. Koefisien Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan.....	95
30. Hasil Uji Variabel Ketersediaan Fitur .....	96
31. Koefisien Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Menggunakan.....	97
32. Hasil Uji Linier Berganda.....	98
33. Regresi Berganda.....	99

## DAFTAR DIAGRAM

Diagram	Halaman
1. Hasil Kuesioner Penggunaan Layanan <i>Mobile Banking</i> BNI .....	7
2. Hasil Kuesioner Variabel Kemudahan Penggunaan.....	8
3. Hasil Kuesioner Variabel Persepsi Manfaat.....	9
4. Hasil Kuesioner Variabel Ketersediaan Fitur.....	10
5. Hasil Kuesioner Variabel Minat Menggunakan.....	11

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Gambar Pertumbuhan <i>FinTech</i> di Indonesia 2018-2022 .....	2
2. Gambar Jumlah Pengguna <i>Mobile Banking</i> BNI .....	4
3. Gambar fitur-fitur <i>Mobile Banking</i> BNI .....	27
4. Gambar Kerangka Berfikir .....	53

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner Hasil Pra Penelitian.....	116
2. Surat Izin Penelitian .....	117
3. Surat Balasan Izin Penelitian .....	118
4. Kisi-Kisi Angket Penelitian .....	119
5. Angket Penelitian .....	122
6. Bukti Penyebaran Angket .....	128
7. Data Tabulasi .....	130
8. Uji Validitas .....	132
9. Uji Reliabilitas .....	133
10. Uji Normalitas.....	135
11. Uji Homogenitas .....	135
12. Uji Linieritas .....	136
13. Uji Multikolinearitas .....	137
14. Uji Auto Korelasi .....	137
15. Uji Heteroskedastisitas.....	138
16. Pengujian Hipotesis.....	138

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat di era digital saat ini telah mempengaruhi pola perilaku manusia dalam mengakses beragam informasi dan berbagai fitur layanan elektronik. Salah satu perkembangan teknologi yang menjadi bahan kajian terkini di Indonesia adalah *Financial Technology* atau (*FinTech*) dalam lembaga perbankan. Menurut definisi yang dijabarkan oleh *National Digital Research Centre* (NDRC), teknologi finansial adalah istilah yang digunakan untuk menyebut suatu inovasi di bidang jasa finansial, di mana istilah tersebut berasal dari kata “*financial*” dan “*technology*” (*FinTech*) yang mengacu pada inovasi finansial dengan sentuhan teknologi modern (Sukma, 2016).

Bank Indonesia mendefinisikan *Financial Technology (FinTech)* merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, yang awalnya dalam membayar harus bertatap-muka dan membawa sejumlah uang kas, kini dapat melakukan transaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam hitungan detik saja. Teknologi keuangan atau *Financial Technology (FinTech)*, melahirkan berbagai modal baru yang lebih praktis bagi konsumen dalam mengakses produk dan layanan keuangan. Keberadaan *Financial Technology (FinTech)* pun menggugah status quo dan revolusi cara kerja institusi keuangan tradisional (Rahardjo, 2017).

Konsep *FinTech* tersebut mengadaptasi perkembangan teknologi yang dipadukan dengan bidang finansial pada lembaga perbankan, sehingga diharapkan bisa memfasilitasi proses transaksi keuangan yang lebih praktis,

aman serta modern, meliputi layanan keuangan berbasis digital yang saat ini telah berkembang di Indonesia, yaitu *payment channel system*, *digital banking*, *online digital insurance*, *Peer to Peer (P2P) Lending*, serta *crowdfunding* (Siregar 2016).

Salah satu perkembangan teknologi yang menjadi bahan kajian saat ini di Indonesia adalah Teknologi Finansial atau *Financial Technology (FinTech)* dalam lembaga perbankan. Menurut definisi yang dikemukakan oleh *National Digital Research Centre (NDRC)*, *Financial Technology (FinTech)* adalah istilah yang digunakan untuk menyebut suatu inovasi di bidang jasa finansial, di mana istilah tersebut berasal dari kata “*financial*” dan “*technology*” (*FinTech*) yang mengacu pada inovasi finansial dengan sentuhan teknologi modern. (Sukma, 2020). Sedangkan menurut (Dofeitner, G., Hornuf, L., Schmitt, M. & Weber, 2020), *FinTech* merupakan industri yang bergerak dengan sangat cepat dan dinamis dimana terdapat banyak model bisnis yang berbeda.



**Gambar 1. Pertumbuhan *FinTech* di Indonesia 2018-2024**

Sumber: Statista (Diolah oleh: Litbang Kompas)

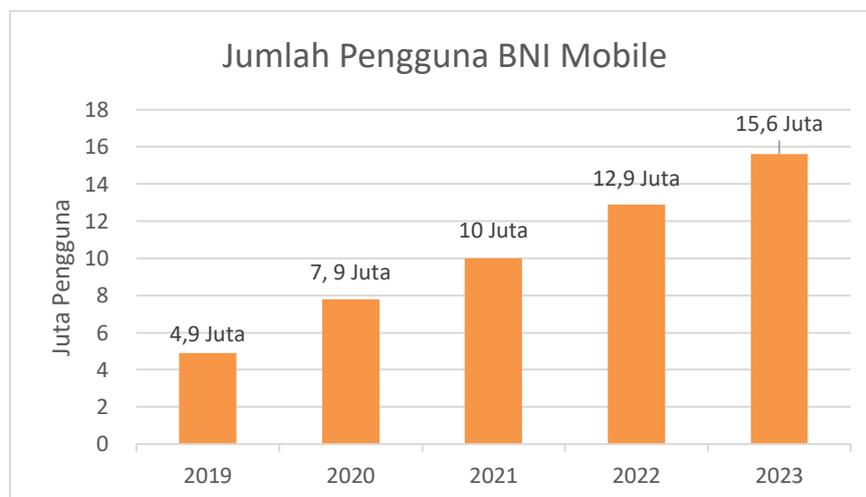
Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) terhadap pengguna internet di Indonesia mencapai 215.63 juta orang pada periode 2022-2023. Jumlah tersebut terus meningkat sebanyak 2.67 persen dibandingkan periode sebelumnya sebanyak 210.03 juta pengguna. Jumlah pengguna ini setara dengan 78.19 persen dari total populasi di Indonesia yang berkisar 275.77 juta jiwa. Perusahaan yang mampu mengembangkan *fintech* juga akan terus menjadi incaran investor modal ventura pada jangka panjang. Inovasi tersebut akan terus menjadi penggerak utama jenis layanan digital.

Semua perusahaan teknologi diperkirakan pada akhirnya akan terjun ke dunia *fintech*. Banyak perusahaan teknologi raksasa sampai *start up* internasional yang sudah melakukannya. Indonesia akan menjadi pemain besar di bidang ekonomi dan keuangan digital. Berdasarkan data World Economic Forum (WEF) 2022, ekonomi digital pada tahun 2025 akan berkontribusi mencapai Rp 2.167 triliun atau setara dengan 10 persen dari total Produk Domestik Bruto (PDB). Diperkirakan di tahun 2030, kontribusi akan tumbuh 2 kali lipat mencapai Rp 4.531 triliun atau setara dengan 16 persen dari total PDB. Meskipun *fintech* sudah mulai berkembang pesat di Indonesia, tetapi hal tersebut tidak diimbangi dengan literasi keuangan masyarakat yang masih tergolong rendah. Di zaman sekarang ini, perkembangan industri menjadi bagian yang tidak dapat terpisahkan dalam keseharian masyarakat. Pesatnya inovasi dalam *fintech* membuat masyarakat rentan menjadi korban penipuan maupun tindak kriminal.

Dana kelolaan *fintech* yang terus meningkat tersebut cukup membanggakan, sebab dana kelolaan industri yang mayoritas memiliki nasabah ritel dari generasi milenial dan Z tersebut terus naik di tengah industri yang sedang tertekan. Hal ini terlihat dari dana kelolaan industri reksadana Tanah Air, di mana sepanjang tahun berjalan hingga Juli 2022 terus menurun 7 kali atau 7 bulan beruntun. Baru pada Agustus 2022, dana kelolaan industri mulai naik secara bulanan. Meski begitu secara *year to*

*date* (YTD) masih minus. Adanya pandemi *Covid-19* ini sangat berdampak pada perekonomian dunia serta berbagai sektor lainnya baik pendidikan, kesehatan, transportasi, budaya dan pariwisata serta bisnis. Di Indonesia sejak menyebar luasnya *Covid-19* dunia pendidikan mulai beralih pada pendidikan digital yaitu pembelajaran dengan media online atau biasa disebut daring.

Pertumbuhan perekonomian mulai bangkit kembali setelah berakhirnya *Covid-19*, yang dimana beberapa sektor perekonomian mulai bangkit kembali dari keterpurukan begitu pula dengan dunia perbankan di Indonesia salah satunya adalah Bank Nasional Indonesia (BNI). Selain itu dunia pendidikan juga mulai berlangsung seperti sebelumnya yaitu dengan tatap muka yang dimana selama masa pandemi berlangsung secara online, tentu hal ini dapat menjadi titik balik bagi dunia pendidikan agar dapat berlangsung lebih baik lagi.



Sumber: bni.co.id (via katadata)

**Gambar 2. Jumlah Pengguna *Mobile Banking* BNI 46**

Berdasarkan gambar di atas diketahui bahwa jumlah pengguna *Mobile Banking* BNI 46 dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Hal ini tentu secara tidak langsung didorong oleh perkembangan teknologi digital yang semakin pesat yaitu dimana dunia perbankan harus dapat berinovasi dalam hal pembayaran yang lebih praktis dan cepat. PT

Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. atau BNI 46 terus memperkuat layanan *mobile banking* sebagai salah satu sarana perseroan untuk memacu transformasi digital.

BNI 46 Mobile Banking mencatatkan pertumbuhan pengguna hingga 23,9% secara tahunan (YoY) pada lima bulan pertama tahun 2023. Jumlah pengguna BNI Mobile Banking bertambah dari yang sebelumnya 11,8 juta pada Mei 2022 menjadi 14,7 juta pengguna. Di sisi lain, jumlah transaksi BNI Mobile Banking pada Mei 2023 juga meningkat hingga 374,1 juta transaksi. Angka tersebut melonjak 69,2% dibandingkan dengan Mei 2022 yang mencapai 221,2 juta transaksi. Wakil Direktur Utama BNI Adi Sulistyowati mengatakan jumlah pengguna BNI 46 Mobile Banking hingga September 2023 yang meningkat 20,9% YoY dari sebelumnya 12,9 juta user menjadi 15,6 juta user. Hal ini diikuti juga dengan peningkatan jumlah transaksi sebesar 75,3% YoY mencapai 738 juta transaksi, dan nilai transaksi yang tumbuh 53,6% YoY menjadi Rp874 triliun.

Aplikasi pembayaran digital yang sekarang sedang marak di masyarakat, yang diakibatkan oleh pesatnya perkembangan teknologi memberikan pengaruh terhadap perkembangan sistem pembayaran dalam transaksi bisnis terutama dalam menjaga kesinambungan hubungan bisnis para pihak. Sistem pembayaran yang merupakan salah satu pilar penopang stabilitas sistem keuangan telah berkembang, yang semula hanya menggunakan uang tunai, kini sudah merambah pada sistem pembayaran digital atau bisa disebut sebagai *electronic money (e-money)*. Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran menggeser peranan uang tunai (*currency*) sebagai alat pembayaran kedalam bentuk pembayaran non tunai yang lebih efisien dan ekonomis.

Pembayaran non tunai umumnya dilakukan tidak dengan menggunakan uang sebagai alat pembayaran melainkan dengan cara transfer antar bank ataupun transfer antar bank melalui jaringan internal bank sendiri. Selain itu pembayaran non tunai juga dapat dilakukan dengan menggunakan kartu sebagai alat pembayaran, misalnya dengan menggunakan kartu ATM, kartu

debit, dan kartu kredit. Teknologi informasi pada industri perbankan dilakukan untuk meningkatkan pelayan kepada nasabah. Tindakan ini dilakukan oleh sebagian besar bank yang ada di dunia, termasuk bank yang ada di Indonesia bank pemerintah maupun bank swasta. Peningkatan pelayan yang berbasis teknologi informasi pada perbankan antara lain *sms banking, internet banking, mobile banking* dan lainnya.

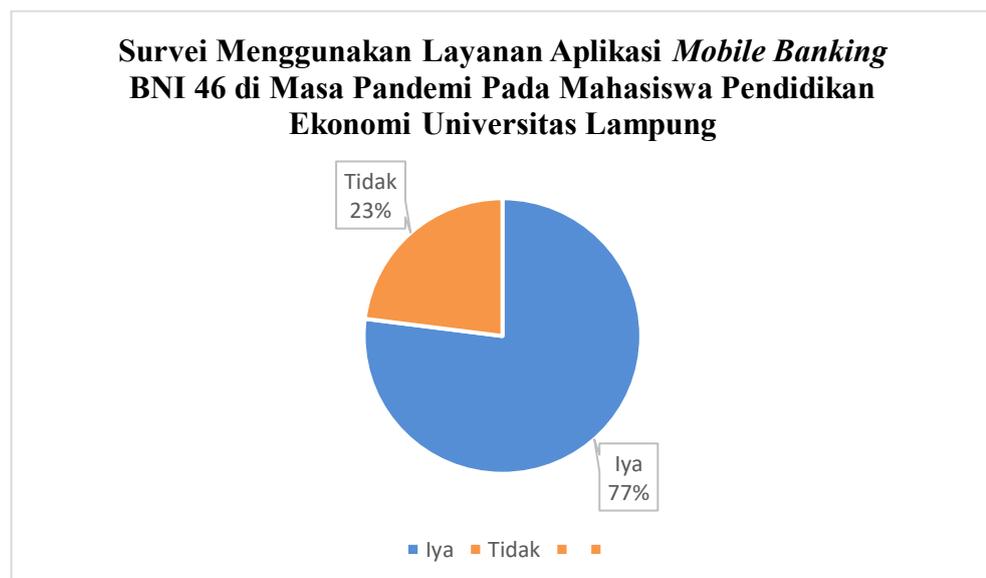
Saat ini *mobile banking* menjadi prioritas dalam pengembangan. Proses transaksi *non-cash* bisa dilakukan dimana saja dan kapanpun dengan menggunakan *smartphone* dengan dihubungkan pada jaringan internet nasabah dapat melakukan transaksi perbankan dengan cepat. Terobosan aplikasi *mobile banking* ini diharap dapat meningkatkan pelayan terhadap nasabah. *Mobile Banking* merupakan suatu aplikasi yang mendukung nasabah dalam mewujudkan keinginannya untuk dapat melakukan kegiatan transaksi perbankan melalui *smartphone*. Masuknya *mobile banking* dalam dunia perbankan ini memberikan dampak positif bagi konsumen (nasabah) dalam melakukan kegiatan transaksi perbankan. Konsumen (nasabah) tidak lagi harus melakukan transaksi perbankan dengan cara datang ke bank. Konsumen (nasabah) hanya perlu menggunakan *smartphone* miliknya, baik *handphone* maupun TAB, dengan dihubungkan ke jaringan internet untuk dapat menjalankan aplikasi *mobile banking*, (Laksana, Astuti dan Dewantara, 2019).

Sebagai generasi milenial di zaman modern seperti saat ini, mahasiswa harus mampu menguasai perkembangan teknologi tersebut sekaligus mengaplikasikan Aplikasi *Mobile Banking* BNI 46. Terlebih lagi di Universitas Lampung yaitu dimana Bank Nasional Indonesia (BNI) bekerja sama dengan Universitas Lampung dalam dunia perbankan, terkhususnya pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung sebagai populasi pada penelitian ini. Penggunaan ATM BNI 46 menjadi satu dengan KTM para mahasiswa yang ada di Universitas Lampung sehingga hal ini membuat para mahasiswa lebih mudah dalam memiliki sebuah rekening tabungan ATM. Dari keseluruhan jumlah mahasiswa Pendidikan

Ekonomi yang ada di Universitas Lampung bisa dikatakan hampir sebanyak 77 persen mengaktifkan ATM BNI 46 dan menggunakan Aplikasi *Mobile Banking* untuk pembayaran yang lebih mudah diakses atau dipergunakan dimana saja dan kapan saja.

Berdasarkan hasil pra penelitian terhadap 60 orang mahasiswa Pendidikan Ekonomi, berikut disajikan data terkait Faktor- faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *Mobile Banking* BNI 46 pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung. Berikut persentasenya pengguna layanan *M-Banking* BNI 46 pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.

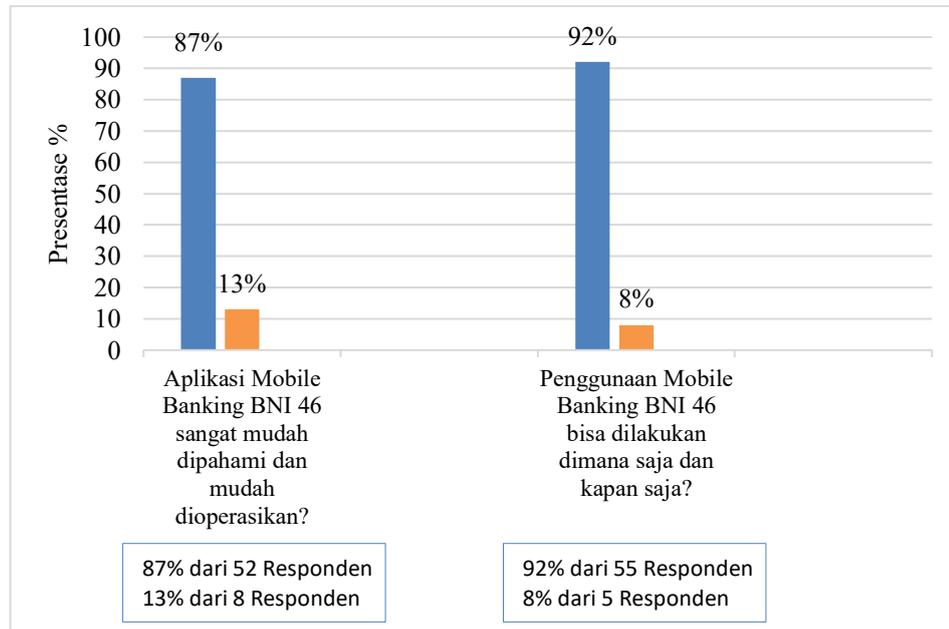
**Diagram 1. Hasil Kuesioner Penggunaan Layanan Aplikasi *Mobile Banking* BNI 46**



*Sumber :Hasil Kuesioner*

Berdasarkan diagram di atas diketahui bahwa mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung yang menggunakan layanan *Mobile Banking* BNI 46 yaitu sebanyak 77 persen. Kemudian, sebanyak 23 persen responden tidak menggunakan layanan *Mobile Banking* BNI 46. Selanjutnya masuk ke dalam persentase faktor pengaruh penggunaan *Mobile Banking* BNI pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung, persentasenya sebagai berikut :

**Diagram 2. Hasil Kuesioner Variabel Kemudahan Penggunaan**



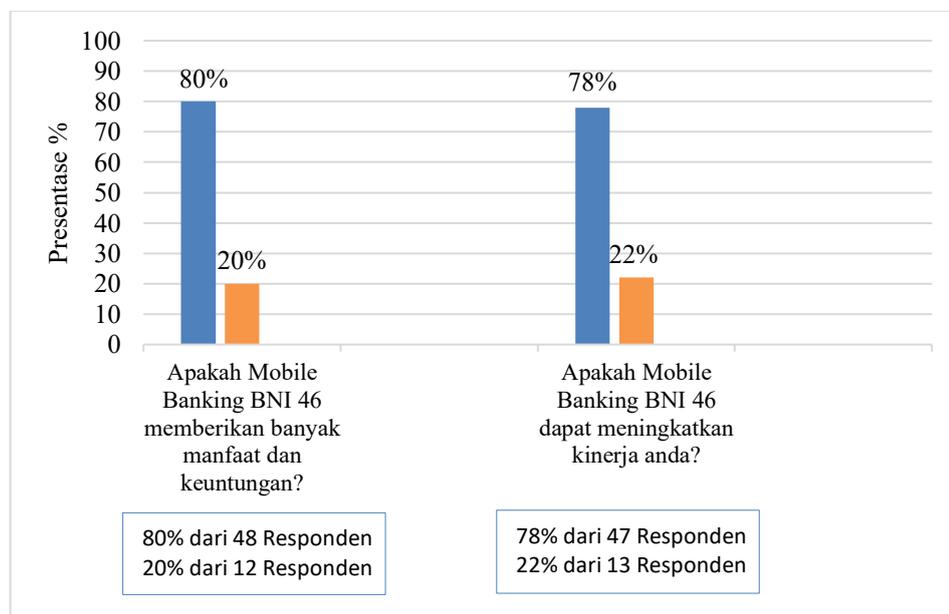
*Sumber : Hasil Kuesioner*

Kemudahan penggunaan merupakan sebuah tingkatan dimana seseorang percaya bahwasanya penggunaan sistem tertentu, mampu mengurangi usaha seseorang dalam mengerjakan sesuatu. Frekuensi penggunaan dan interaksi antara pengguna (user) dengan sistem juga mampu menunjukkan kemudahan penggunaan. Berdasarkan grafik di atas dapat diketahui bahwa mayoritas pengguna layanan *Mobile Banking* BNI 46 di Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung mengatakan sangat Fleksibel dan Mudah Digunakan karena dapat membantu mengontrol pekerjaan dan dalam penggunaannya bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja, dengan persentase sebesar 87% atau setara dengan 52 responden yang menyatakan aplikasi *Mobile Banking* BNI 46 sangat mudah dipahami dan dioperasikan, dan sisanya sebesar 13% atau setara 8 responden yang menyatakan tidak mudah dipahami dan dioperasikan. Kemudian, sebesar 92% atau setara dengan 55 responden menyatakan bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja, dan sisanya sebesar 8% atau setara 5 responden yang menyatakan tidak bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja.

Penggunaan aplikasi *Mobile Banking* BNI 46 dalam transaksi memberikan berbagai manfaat banyak pihak. Apalagi pada situasi pandemi

saat ini kita dianjurkan untuk dirumah saja tidak boleh keluar rumah, untuk itu karena adanya aplikasi *Mobile Banking* tidak perlu lagi keluar rumah untuk mengantri ke Bank atau ATM terdekat kalau ingin melakukan transaksi seperti transfer, *Top-Up e-money*, dan lain sebagainya cukup gunakan aplikasi *Mobile Banking* BNI 46 segala transaksi yang ingin digunakan jadi terselesaikan dengan mudah. Faktor kemanfaatan tersebut yang mendorong pengguna layanan aplikasi *Mobile Banking* di Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung yang dapat disajikan melalui diagram di bawah ini:

**Diagram 3. Hasil Kuesioner Variabel Persepsi Manfaat**



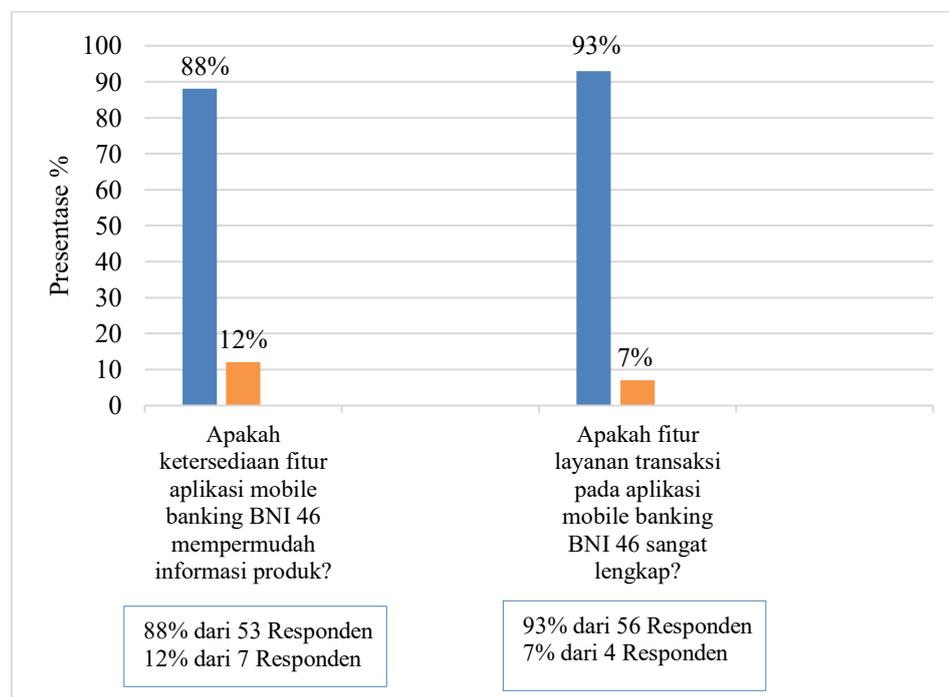
*Sumber : Hasil Kuesioner*

Persepsi manfaat merupakan suatu keadaan yang mana individu percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Berdasarkan table di atas dapat diketahui bahwa mayoritas pengguna layanan aplikasi *Mobile Banking* BNI 46 di Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung mengatakan sangat bermanfaat untuk Digunakan karena dapat membantu menyelesaikan segala transaksi, dengan persentase sebesar 80% atau setara dengan 48 responden, dan sisanya sebesar 20% atau setara 12 responden yang menyatakan tidak memberikan banyak manfaat. Kemudian, sebesar 78% atau setara dengan 47 responden

menyatakan aplikasi *Mobile Banking* BNI 46 memberikan manfaat dalam meningkatkan kinerja mahasiswa, dan sisanya sebesar 10% atau setara 13 responden yang menyatakan tidak memberikan manfaat.

Selain itu, ketersediaan fitur merupakan suatu hal yang dapat dipertimbangkan pula bagi seseorang jika menggunakan suatu produk. Ketersediaan fitur ini juga merupakan bagian dari penentu kepuasan nasabah saat menggunakan layanan aplikasi *Mobile Banking*. Pada layanan aplikasi *Mobile Banking* BNI 46 menawarkan berbagai macam produk fitur yang menarik sehingga memudahkan penggunaannya untuk melakukan segala macam bentuk transaksi dengan fitur yang ada dalam aplikasi. Faktor ketersediaan fitur tersebut yang mendorong pengguna layanan aplikasi *Mobile Banking* di Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung yang dapat disajikan melalui diagram di bawah ini.

**Diagram 4. Hasil Kuesioner Variabel Ketersediaan Fitur**



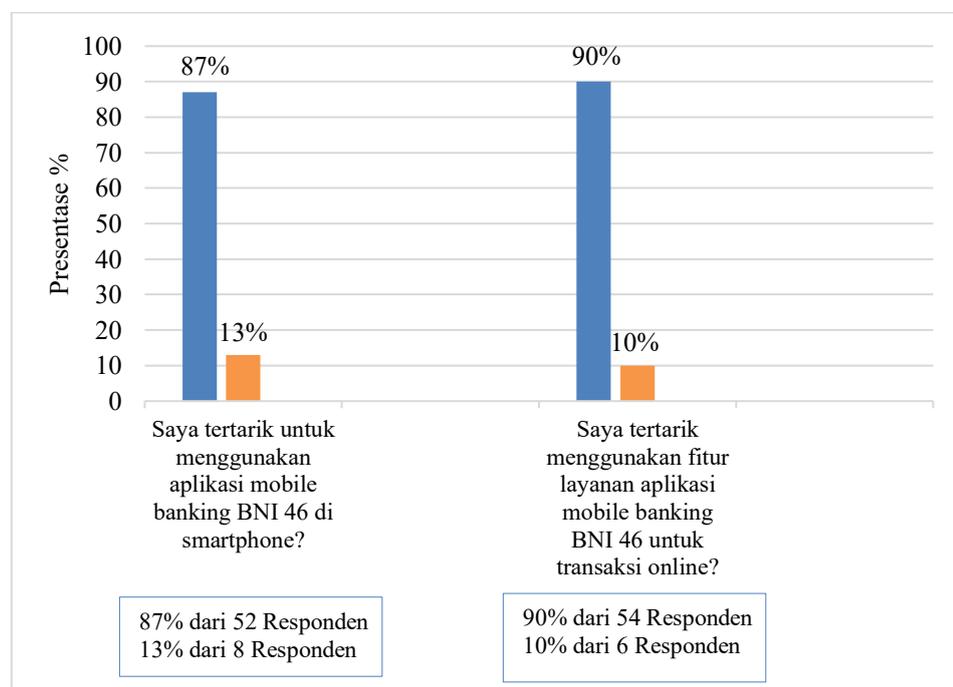
Sumber : Hasil Kuesioner

Ketersediaan Fitur merupakan perlengkapan untuk interaktivitas nasabah, adalah kriteria penting yang menarik para nasabah di dalam penyampaian jasa *Internet Banking* Berdasarkan tabel di atas dapat

diketahui bahwa mayoritas pengguna layanan *Mobile Banking* BNI 46 di Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung mengatakan fitur layanan mempermudah informasi terkait produk dan jasa layanan dengan persentase sebesar 88% atau setara dengan 53 responden, dan sisanya sebesar 12% atau setara dengan 7 responden menyatakan fitur layanan di aplikasi tidak memudahkan ketika diakses. Kemudian, sebesar 93% atau setara dengan 56 responden menyatakan fitur layanan pada aplikasi *mobile banking* BNI 46 sangat lengkap dan sisanya sebesar 7% yang menyatakan fitur layanan tidak lengkap.

Berdasarkan pernyataan dari beberapa variabel-variabel independen melalui persentase beberapa diagram di atas, maka ketertarikan/minat menggunakan layanan *Mobile Banking* BNI 46 pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung dapat disajikan melalui diagram berikut ini:

**Diagram 5. Hasil Kuesioner Variabel Minat Menggunakan**



*Sumber : Hasil Kuesioner*

Minat Menggunakan adalah suatu rangsangan dari dalam individu untuk melakukan suatu kegiatan. Rangsangan untuk melakukan kegiatan ini timbul dari adanya kebutuhan yang belum terpenuhi dari konsumen tersebut, sehingga tujuan dari minat ini adalah pencapaian kebutuhan yang diinginkan. Tabel di atas diketahui bahwa mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung yang tertarik untuk menggunakan aplikasi *Mobile Banking* BNI 46 di *smartphone* yaitu sebanyak 87 persen atau setara dengan 52 responden, dan sisanya sebesar 13% atau setara dengan 8 responden tidak tertarik menggunakan aplikasi *mobile banking*. Kemudian, sebesar 90% atau setara dengan 54 responden menyatakan tertarik menggunakan fitur layanan aplikasi *mobile banking* BNI 46 untuk transaksi *online* serta sisanya sebesar 10 persen atau hanya 8 responden sama sekali tidak tertarik untuk menggunakan layanan aplikasi *Mobile Banking* BNI 46 ini.

Ketertarikan atau Minat menggunakan layanan aplikasi *Mobile Banking* BNI 46 tersebut disebabkan beberapa faktor yaitu perkembangan teknologi, efisiensi waktu dan tenaga, mudah dan praktis digunakan, serta merebaknya virus corona ke seluruh penjuru dunia mendorong setiap orang untuk bersikap hati-hati dalam bertransaksi. Berdasarkan pemaparan masalah dan data pendukung tersebut, akan dibahas lebih detail terkait Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan aplikasi *Mobile Banking* BNI 46 Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka dapat dilihat terdapat beberapa masalah yang terjadi, yaitu:

1. Tingginya penggunaan pembayaran digital di era saat ini kurang dimanfaatkan oleh mahasiswa dalam bertransaksi sehari-hari.
2. Mahasiswa masih kurang mengerti dan memahami kemudahan penggunaan aplikasi *mobile banking* BNI 46 di *smartphone* untuk melakukan pembayaran digital.

3. Mahasiswa kurang memaksimalkan manfaat yang ada dalam aplikasi *mobile banking* BNI 46 di *smartphone* ketika melakukan pembayaran secara digital.
4. Ketersediaan Fitur pada aplikasi *mobile banking* BNI 46 di *smartphone* belum sepenuhnya dimanfaatkan dan digunakan oleh mahasiswa dalam melakukan pembayaran digital.
5. Menurut survei mahasiswa adalah generasi milenial yang cenderung melakukan pembayaran secara digital untuk keperluannya akan tetapi banyak dari mereka yang belum mengetahui bahwa kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan ketersediaan fitur pada aplikasi *mobile banking* BNI 46 sangat bermanfaat apabila mereka gunakan untuk pembayaran secara digital.

### C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka permasalahan dalam penelitian ini dibatasi pada kajian pengaruh Kemudahan Penggunaan ( $X_1$ ), Persepsi Manfaat ( $X_2$ ), Ketersediaan Fitur ( $X_3$ ), Terhadap Minat Menggunakan ( $Y$ ) Aplikasi *Mobile Banking* BNI 46 Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.

### D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap minat menggunakan Aplikasi *Mobile Banking* BNI 46 di *Smartphone* pada mahasiswa Pendidikan ekonomi Universitas Lampung?
2. Apakah terdapat pengaruh Persepsi Manfaat terhadap minat menggunakan Aplikasi *Mobile Banking* BNI 46 di *Smartphone* pada mahasiswa Pendidikan ekonomi Universitas Lampung?
3. Apakah terdapat pengaruh Ketersediaan Fitur terhadap minat menggunakan Aplikasi *Mobile Banking* BNI 46 di *Smartphone* pada mahasiswa Pendidikan ekonomi Universitas Lampung?

4. Apakah ada pengaruh simultan Kemudahan penggunaan, Persepsi Manfaat, Kelengkapan Fitur terhadap Minat Menggunakan Aplikasi *Mobile Banking* BNI 46 di *Smartphone* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan maka tujuan dilakukan penelitian ini untuk mengetahui :

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap minat menggunakan Aplikasi *Mobile Banking* BNI 46 di *Smartphone* pada mahasiswa Pendidikan ekonomi Universitas Lampung.
2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Persepsi Manfaat terhadap minat menggunakan Aplikasi *Mobile Banking* BNI 46 di *Smartphone* pada mahasiswa Pendidikan ekonomi Universitas Lampung.
3. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Ketersediaan Fitur terhadap minat menggunakan Aplikasi *Mobile Banking* BNI 46 di *Smartphone* pada mahasiswa Pendidikan ekonomi Universitas Lampung.
4. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, ketersediaan fitur terhadap minat menggunakan Aplikasi *Mobile Banking* BNI 46 di *Smartphone* pada mahasiswa Pendidikan ekonomi Universitas Lampung.

#### **F. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat menambah wawasan dan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang akan dilakukan, terutama berkaitan dengan kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan ketersediaan fitur terhadap minat menggunakan Aplikasi *Mobile Banking* BNI 46 di *Smartphone*.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Pembaca

Diharapkan dapat memberikan informasi tambahan yang berguna bagi pembaca sekaligus dapat menambah pengetahuan dan wawasan terkait dengan faktor kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, ketersediaan fitur dapat menjadi pertimbangan terhadap minat menggunakan Aplikasi *Mobile Banking* BNI 46 di *Smartphone*.

### b. Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan dapat menambah wawasan tentang minat menggunakan Aplikasi *Mobile Banking* BNI 46 di *Smartphone*.

## G. Ruang Lingkup Penelitian

### 1. Objek Penelitian

Ruang lingkup objek penelitian ini adalah Kemudahan Penggunaan ( $X_1$ ), Persepsi Manfaat ( $X_2$ ), Ketersediaan Fitur ( $X_3$ ), Terhadap Minat Menggunakan ( $Y$ ).

### 2. Subjek Penelitian

Ruang lingkup subjek penelitian ini adalah mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.

### 3. Tempat Penelitian

Ruang lingkup tempat penelitian ini adalah di Program Studi Pendidikan ekonomi Universitas Lampung.

### 4. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2024.

### 5. Ilmu Penelitian

Ruang lingkup ilmu penelitian ini adalah ilmu ekonomi khususnya dalam pembayaran digital.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### A. Konsep Teori

#### 1. Bank Negara Indonesia (BNI)

##### a. Sejarah BNI 46

Didirikan pada tanggal 5 Juli 1946, PT Bank Negara Indonesia (persero) Tbk atau BNI menjadi bank pertama milik negara yang lahir setelah kemerdekaan Indonesia. Lahir pada masa perjuangan kemerdekaan Republik Indonesia, BNI sempat berfungsi sebagai bank sentral dan bank umum sebagaimana tertuang dalam Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No. 2/1946, sebelum akhirnya beroperasi sebagai bank komersial sejak tahun 1955. Uang Republik Indonesia atau ORI sebagai alat pembayaran resmi pertama yang dikeluarkan Pemerintah Indonesia pada tanggal 30 Oktober 1946 dicetak dan diedarkan oleh Bank Negara Indonesia.

Menyusul penunjukan *De Javasche Bank* yang merupakan warisan dari Pemerintah Belanda sebagai bank sentral pada tahun 1949, Pemerintah membatasi peran BNI sebagai bank sentral. BNI lalu ditetapkan sebagai bank pembangunan dan diberikan hak untuk bertindak sebagai bank devisa pada tahun 1950 dengan akses langsung untuk transaksi luar negeri. Kantor cabang BNI pertama di luar negeri dibuka di Singapura pada tahun 1955.

Peranan BNI untuk mendukung perekonomian Indonesia semakin strategis dengan munculnya inisiatif untuk melayani seluruh lapisan masyarakat dari Sabang sampai Merauke pada tahun 1960-an dengan memperkenalkan berbagai layanan perbankan seperti Bank Terapung, Bank Keliling, Bank Bocah dan

Bank Sarinah. Tujuan utama dari pembentukan Bank Terapung adalah untuk melayani masyarakat yang tinggal di kepulauan seperti di Kepulauan Riau atau daerah yang sulit dijangkau dengan transportasi darat seperti Kalimantan. BNI juga meluncurkan Bank Keliling, yaitu jasa layanan perbankan di mobil keliling sebagai upaya proaktif untuk mendorong masyarakat menabung.

Sesuai dengan UU No.17 Tahun 1968 sebagai bank umum dengan nama Bank Negara Indonesia 1946, BNI bertugas memperbaiki ekonomi rakyat dan berpartisipasi dalam pembangunan ekonomi nasional. Segmentasi nasabah juga telah dibidik BNI sejak awal dengan dirintisnya bank yang melayani khusus nasabah wanita yaitu Bank Sarinah di mana seluruh petugas bank adalah perempuan dan Bank Bocah yang memberikan edukasi kepada anak-anak agar memiliki kebiasaan menabung sejak dini. Pelayanan Bank Bocah dilakukan juga oleh anak-anak. Bahkan sejak 1963, BNI telah merintis layanan perbankan di perguruan tinggi saat membuka Kantor Kas Pembantu di Universitas Sumatera Utara (USU) di Medan. Saat ini BNI telah memiliki kantor layanan hampir di seluruh perguruan tinggi negeri maupun swasta terkemuka di Indonesia. Dalam masa perjalanannya, BNI telah mereposisi identitas korporatnya untuk menyesuaikan dengan pasar keuangan yang dinamis. Identitas pertama sejak BNI berdiri berupa lingkaran warna merah dengan tulisan BNI 1946 berwarna emas melambangkan persatuan, keberanian, dan patriotisme yang memang merefleksikan semangat BNI sebagai bank perjuangan.

Pada tahun 1988, identitas korporat berubah menjadi logo layar kapal & gelombang untuk merepresentasikan posisi BNI sebagai Bank Pemerintah Indonesia yang siap memasuki pasar keuangan dunia dengan memiliki kantor cabang di luar negeri. Gelombang mencerminkan gerak maju BNI yang dinamis sebagai

bank komersial Negara yang berorientasi pada pasar. Setelah krisis keuangan melanda Asia tahun 1998 yang mengguncang kepercayaan masyarakat terhadap perbankan nasional, BNI melakukan program restrukturisasi termasuk diantaranya melakukan *rebranding* untuk membangun & memperkuat reputasi BNI. Identitas baru ini dengan menempatkan angka '46' di depan kata 'BNI'. Kata 'BNI' berwarna toska yang mencerminkan kekuatan, keunikan, dan kekokohan. Sementara angka '46' dalam kotak orange diletakkan secara diagonal untuk menggambarkan BNI baru yang modern.

#### **b. Visi Dan Misi BNI**

##### ➤ **Visi BNI**

- Menjadi Lembaga Keuangan yang Unggul dalam Layanan dan Kinerja.

##### ➤ **Misi BNI**

- Memberikan layanan prima dan solusi yang bernilai tambah kepada seluruh nasabah, dan selaku mitra pilihan utama.
- Meningkatkan nilai investasi yang unggul bagi investor.
- Menciptakan kondisi terbaik bagi karyawan sebagai kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi.
- Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab kepada lingkungan dan komunitas.
- Menjadi acuan pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola perusahaan yang baik bagi industri.

#### **c. Fitur Layanan BNI**

BNI menyediakan berbagai fitur menarik untuk membantu Kamu dalam bertransaksi. Tidak hanya ATM, dan SMS banking saja. Tapi juga ada sejumlah fitur lain seperti berikut ini:

1) *Internet Banking* BNI

BNI *internet banking* menawarkan berbagai kemudahan dalam bertransaksi secara online. Selain memudahkan Kamu bertransfer ria dengan pengguna sesama bank dan antar bank, Kamu juga bisa melakukan transaksi lainnya seperti pembelian pulsa, pembelian saldo *Go-Pay*, listrik, PDAM, *Multifinance*, Asuransi, TV kabel, Tiket Pesawat/KAI, *Top-up Agent*, Zakat/infaq/shadaqah hingga Pajak.

2) *BNI Phone Banking*

Layanan ini memberikan Kamu kemudahan dalam mengakses informasi kapan saja dan dimana saja. Kamu bisa langsung menghubungi 1500046 atau, bila melalui ponsel, Kamu bisa menghubungi 1500046 atau 68888. Layanan BNI *phone banking* ini mampu memberikan keleluasaan dalam hal mengatur keuangan mulai dari transfer antar BNI atau beda bank, pembayaran tagihan, pembelian voucher, mutasi rekening dan masih banyak lagi.

3) *BNI Mobile Banking*

Bank ini juga terus melakukan evolusi dengan menghadirkan BNI *mobile banking* yang bisa Kamu gunakan melalui *smartphone- mu*. Kamu bisa mendapatkan fitur yang lengkap mulai dari transfer, pembayaran, informasi rekening, pembelian *e-commerce*, tagihan, investasi, dan lain sebagainya.

4) Agen46

Agen46 merupakan mitra BNI yang membantu pihak bank untuk menyediakan pelayanan perbankan kepada masyarakat. Melalui Agen46 ini, masyarakat tidak perlu repot ke bank untuk melakukan buka rekening, setor tunai, tarik tunai, transfer, hingga membayar tagihan.

5) BNI *TapCash*

Kamu bisa menggunakan BNI *TapCash* untuk bertransaksi dengan berbagai merchant yang bekerjasama dengan bank BNI. Fitur ini pada dasarnya adalah uang elektronik yang menggantikan uang tunai.

6) BNI Debit *Online*

BNI debit *online* merupakan salah satu fitur yang bisa Kamu gunakan untuk berbelanja *online*. Nah, fitur ini membuat akun Kamu jadi lebih nyaman karena tidak perlu memasukkan kode kartu debit yang asli. Kamu bisa menggunakan fitur ini ke semua merchant yang berlogo *MasterCard*. Selain itu, Kamu bisa menentukan limit belanjamu dan tidak perlu khawatir soal keamanannya.

7) BNI *iPay*

BNI *iPay* merupakan fitur turunan internet banking BNI yang memudahkan Kamu dalam berbelanja online. Setelah kamu *checkout*, Kamu akan diarahkan ke halaman BNI *iPay* untuk metode pembayaran dengan menggunakan *User Id*, *password* serta *secure code* yang didapatkan melalui *m-secure* BNI Internet Banking dan *M-secure-nya*. Kamu bisa mengaktifkan fitur ini dengan mengunjungi cabang terdekat dengan daftar BNI Internet Banking dan memilih perangkat otorisasinya.

8) BNI Tabungan Digital

Ini adalah fitur terbaru BNI yang memungkinkan pembeli untuk membuka tabungan secara *online* hanya melalui *smartphone*. Kamu bahkan tidak perlu melakukan *video call*, dan hanya butuh selfie dan dokumen yang diperlukan untuk melengkapi proses pendaftaran.

## 2. *Mobile Banking*

### a. *Pengertian Mobile Banking*

Menurut Bank Indonesia (BI), *Mobile Banking* (m-banking) adalah transaksi keuangan yang dilakukan menggunakan perangkat *mobile* dimana pada umumnya berupa ponsel atau *smartphone* yang sumber dananya berasal dari tabungan para nasabah di bank. Pengertian *mobile banking* menurut (Riswandi, 2005:83) *mobile banking* suatu layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan pengguna kegiatan transaksi perbankan melalui *smartphone*. *Mobile banking* atau yang lebih dikenal dengan sebutan *mobile banking* merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti *handphone*, dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui aplikasi (unggulan) pada *handphone*. Pengertian menurut (Eva Nurpiani, 2022) *mobile banking* merupakan layanan perbankan yang bertujuan untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Dengan adanya *mobile banking* dalam melakukan transaksi nasabah tidak perlu pergi ke bank dan hanya menggunakan telepon selulernya yang sudah terhubung ke internet.

Melalui adanya *handphone* dan layanan *mobile banking*, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual, artinya kegiatan yang sebelumnya dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, kini dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi gerai 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.

Hampir semua bank di Indonesia telah menyediakan fasilitas *mobile banking*. Kini, kebanyakan *mobile banking* dari hampir semua bank di Indonesia sudah tersedia untuk pengguna Android dan iOS. Aplikasi ini digunakan untuk melakukan transaksi dan mengecek saldo rekening tanpa harus datang ke ATM atau kantor cabang terdekat. Jika dulu SMS Banking digunakan dengan memanfaatkan pulsa Prabayar, *mobile banking* ini sudah menggunakan jaringan internet sehingga dimana pun dan kapan pun nasabah berada, selama ada koneksi internet anda bisa melakukan transaksi dengan ATM tersebut. Konsep ini awalnya dikembangkan agar nasabah bisa tetap bertransaksi ketika sedang pulang kampung dan tidak ada ATM, ketika sedang sibuk hingga tidak sempat ke ATM, atau ketika sedang malas keluar rumah. Karena tidak ada biaya administrasi tambahan ketika transfer dengan *mBanking*, maka fitur ini sangat disukai oleh nasabah dan semua bank konvensional mulai membuatnya masing-masing. Jika dilihat dari segi teknologi, *m-banking* dibedakan menjadi empat tipe jasa layanan, yaitu:

- 1) Tipe pertama, yaitu dengan menggunakan IVR (*Interactive Voice Response*) atau disebut *phone-banking*, karena nasabah harus menelepon untuk kemudian dipandu oleh pesan elektronik di dalam memilih menu-menu transaksi lewat telepon.
- 2) Tipe kedua, yaitu dengan menggunakan SMS (*Short Message Service*), layanan berbasis SMS dipadukan dengan SIM toolkit dan sim *card* masing-masing operator sehingga akses layanan bisa melalui menu, tidak perlu mengetik perintah melalui SMS.
- 3) Tipe ketiga, yaitu dengan menggunakan WAP (*Wireless Access Protocol*), layanan ini merupakan layanan *m-banking* yang mereplika atau meniru *i-banking* kedalam sebuah ponsel yang didukung oleh teknologi WAP. Layanan yang disediakan

mirip dengan *i-banking*, hanya saja tampilannya lebih sederhana sehingga dapat ditampilkan pada layar *handphone*.

- 4) Tipe terakhir, yaitu dengan menggunakan aplikasi pihak ketiga, misalnya dengan menggunakan aplikasi berbasis Java, yaitu aplikasi yang mampu menghubungkan *handphone* berteknologi Java dengan pihak bank melalui layanan data.

#### **b. Kualitas Layanan *Mobile Banking***

Faktor yang mempengaruhi konsumen menggunakan *m-banking* dapat dilihat dari kualitas layanan *m-banking* menurut Gummesson dan Lovelock, yaitu:

- 1) *Speed* yaitu kecepatan dan kemudahan nasabah dalam melakukan layanan *m-banking*.
- 2) *Security* yaitu jaminan kerahasiaan dalam setiap layanan *m-banking*. Transaksi melalui *m-banking* ini sangat aman karena sebelum melakukan aktivasi nasabah harus terlebih dahulu mendaftarkan nomor rekening nasabah melalui ATM atau kantor cabang terdekat. Dalam segi keamanan, sistem pengamanannya adalah standar, yaitu untuk melakukan transaksi pemilik *m-banking* harus memasukkan nomor PIN yang sudah diberikan. Selain itu, jaringan internet *m-banking* lebih aman dari pada *internet banking* karena jaringan *m-banking* menggunakan sistem pengamanan ganda atau berlapis.
- 3) *Accuracy* yaitu ketepatan dan keakuratan dalam memperoleh informasi mengenai *m-banking*. Nasabah suatu bank mampu melakukan transaksi perbankan serta melihat informasi tentang rekeningnya menggunakan layanan GSM maupun CDMA dengan *smartphone*. Melalui *m-banking*, nasabah dapat melakukan transaksi yang sama dengan yang biasa dilakukan di atm atau bank, mulai dari cek saldo, melihat rincian transaksi, transfer uang, pembelian pulsa isi ulang sampai pembayaran berbagai jenis tagihan listrik, air, telepon maupun kredit.

- 4) *Trust*, yaitu kepercayaan nasabah terhadap bank dimana dilakukannya layanan *m-banking*.

**c. Kelebihan BNI *Mobile Banking***

1. Cepat dan gampang digunakan

Keunggulan *mobile banking* BNI 46 yaitu cara menggunakannya sangat simple, kita hanya perlu *login* pakai User ID dan MPIN. Begitu masuk ke dalam aplikasi *mobile banking* BNI 46 langsung terlihat menu-menu yang siap ditransaksikan, anda hanya perlu memilih dan klik menu sesuai kebutuhan. Setelah yakin ingin memproses transaksi tersebut langkah selanjutnya memasukkan *Password* Transaksi. Tidak butuh lama, kurang dari lima menit transaksi pun bisa berhasil.

2. Aplikasi terjamin aman

Meski tanpa token, BNI *Mobile Banking* dipastikan aman. Selain registrasi dan aktivasi syarat penginstalan dan *login* sangat ketat yaitu satu akun untuk satu *device*, Hp di-root tidak bisa *login*, *Handphone* harus dimasukkan SIM-card terdaftar *m-banking*, pengguna *handphone* dual SIM tidak boleh menukar posisi kartu, ganti hp perlu aktivasi ulang, setelah semua syarat di atas terpenuhi, *login* butuh User ID dan MPIN yang benar, sudah *login* pun harus memasukkan *Password* Transaksi setiap mau transaksi.

3. Gratis biaya administrasi

Keuntungan *Mobile Banking* BNI berikutnya ialah tidak dipungut tarif tambahan. Anda mau mengaktifkan atau tidak, biaya admin (pengelolaan rekening) per bulan tetap sama begitu juga selama penggunaan bebas bayar alias gratis dan ketika melakukan transaksi beberapa kali dalam sehari pun tidak dikenakan potongan biaya.

4. Tidak butuh pulsa, hanya kuota data

Mengaktifkannya memang gratis akan tetapi media yang digunakan butuh biaya. Bagaimanapun, cara kerja aplikasi BNI *mobile banking* berjalan pada jaringan *internet* sehingga koneksi tersebutlah yang harus dibayar. Namun tenang, ia tidak “makan” pulsa dan kuota data pun tidak harus dari kartu SIM terdaftar bisa melalui wifi. Jadi, nasabah dapat mengakali dengan membeli paket internet murah.

5. Bisa dipakai di luar negeri

Salah satu keunggulan transaksi menggunakan gadget ialah dapat dilakukan di mana saja baik di rumah, jalan, dll selama jaringan tersedia. Waktunya bisa 24 jam siang, malam, ataupun hari libur tidak masalah tidak terbatas dalam wilayah Indonesia. Aplikasi *Mobile Banking* BNI bahkan bisa dipakai di luar, buktinya saat aktivasi terdapat pilihan negara lain. Berarti sudah disiapkan jika nasabah ingin menggunakannya di sana.

6. Transaksi banyak dan makin lengkap

Hampir semua transaksi dapat dilakukan dengan *mobile banking* BNI baik finansial maupun nonfinansial sehingga tidak hanya sekedar digunakan untuk cek saldo dan transfer, buat debit *online* agar pembayaran belanja di *marketplace* menjadi mudah pun tersedia. Fitur terbarunya, BNI *Mobile Banking* bisa transfer tanpa memasukkan nomor rekening tujuan melainkan cukup scan atau upload kode QR, juga tarik tunai di ATM tanpa kartu pun sekarang sudah banyak yang memanfaatkan.

**d. Kekurangan BNI *Mobile Banking***

1. Butuh jaringan internet

Aplikasi *mobile banking* BNI berjalan pada koneksi internet

memang sebuah kelebihan dan biaya bisa lebih murah daripada SMS *banking* ataupun SMS notifikasi, namun tidak dipungkiri juga bahwa masih terdapat kekurangan dalam hal ini yaitu permasalahan jaringan internet yang belum merata. Seperti kita ketahui saat ini harga kuota data tidak semahal pulsa biasa tetapi sayangnya jaringan internet belum merata di daerah tertentu bahkan tidak ada jaringan internet. Di beberapa lokasi sendiri pada kondisi normal cukup kencang namun saat hujan menjadi lemot, jika listrik mati koneksi benar-benar terputus.

2. Satu akun satu *device*

Pengguna internet *banking* pasti paham soal ini, mereka bebas *login* lintas gadget baik *smartphone*, *tablet*, ataupun *laptop/desktop*, yang terpenting jangan *login* satu akun dalam waktu bersamaan. Kekurangannya BNI *Mobile Banking* tidak begitu, nasabah hanya bisa *login* pada aplikasi yang sudah diaktivasi. Mengaktivasi ponsel baru memang bisa, akan tetapi pada hp sebelumnya jadi *logout* otomatis.

3. Ganti nomor harus registrasi lagi

Meski berjalan pada koneksi internet, keberadaan nomor hp buat *Mobile Banking* BNI tetap penting ia harus dipasang pada slot yang sama seperti saat aktivasi, jika tidak transaksi akan gagal. Bagaimana jika nomor yang sudah terdaftar tersebut hilang atau di ganti, tentu hal ini wajib untuk melakukan registrasi kartu baru Anda. Caranya bisa melalui ATM atau datang ke kantor cabang bank yang tersedia.

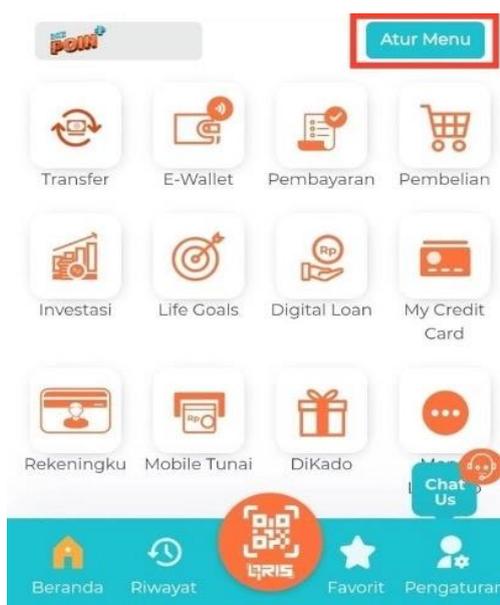
4. Ganti *handphone* perlu aktivasi ulang

Apabila mengganti *handphone* tetapi masih menggunakan nomor yang lama tentu pemasangan aplikasi BNI *Mobile Banking* pada ponsel lain harus diaktivasi dulu. Untungnya tidak perlu ke bank, bisa dilakukan sendiri di rumah. Hanya

saja cara tersebut berlaku bila sistem operasi hp lama dan baru sama, jika android ke iPhone atau sebaliknya harus melapor ke bank. Tujuannya mereset pengenalan SIM-card pada slot hp.

**e. Fitur-Fitur *Mobile Banking* BNI.**

Menggunakan aplikasi perbankan memudahkan transaksi apapun, baik itu pribadi, bisnis, maupun transaksi lain. Umumnya, setiap aplikasi dilengkapi dengan fitur keuangan dan non keuangan yang lengkap. Begitu pula dengan BNI *Mobile Banking* yang punya segudang fitur seru. Fitur-fitur ini memiliki peranan yang penting dalam menunjang kebutuhan gaya hidup nasabahnya. Cukup bermodalkan satu *smartphone*, sudah bisa melakukan transaksi kapanpun dan di mana pun.



**Gambar 3. Fitur-Fitur *Mobile Banking* BNI**

*Sumber : bni.co.id*

1) Personalisasi Profil

Mempersonalisasi BNI *Mobile Banking* yang kita gunakan akan membuat kita merasa lebih nyaman saat menggunakan aplikasi ini. Pilih foto terbaikmu sebagai profile picture di BNI *Mobile Banking*.

## 2) BNI Chat

Ketika saya menemui kendala ketika hendak melakukan transaksi, saya bisa memanfaatkan fitur BNI Chat untuk menghubungi *customer service* yang siap melayani 24 jam. Untuk bisa menikmati fitur ini, saya harus memasukkan nama, email, dan nomor telepon terlebih dahulu. Setelah itu baru saya bisa konsultasi dengan CS.

## 3) Transfer

Tak hanya untuk transfer uang ke bank nasional, nasabah bisa mengirim uang ke semua bank di negara lain yang tergabung dalam jaringan SWIFT. BNI *Mobile Banking* sanggup memfasilitasi pengiriman uang internasional yang dapat diakses melalui ponsel di mana saja dan kapan saja.

## 4) *E-Wallet*

Dengan banyaknya dompet digital yang kita gunakan untuk keperluan harian, kita perlu memastikan masih ada cukup deposit di dalamnya untuk menyelesaikan suatu transaksi. Fitur *e-wallet* di BNI *Mobile Banking* ini sudah terintegrasi dengan aneka dompet digital yang ada. Nasabah dengan mudah dapat melakukan top up ke *e-wallet* favorit mereka.

## 5) Pembayaran

Dengan banyaknya dompet digital yang kita gunakan untuk keperluan harian, kita perlu memastikan masih ada cukup deposit di dalamnya untuk menyelesaikan suatu transaksi. Fitur *e-wallet* di BNI *Mobile Banking* ini sudah terintegrasi dengan aneka dompet digital yang ada. Nasabah dengan mudah dapat melakukan *top up* ke *e-wallet* favorit mereka.

## 6) *Investment*

Akhir-akhir ini investasi memang digandrungi masyarakat. Untuk mendukung keinginan dan kebutuhan target finansial

nasabahnya, pengguna BNI *Mobile Banking* tak hanya dapat menabung saja. Mereka juga bisa mulai berinvestasi pada reksadana dan obligasi ritel.

7) *Mobile Tunai*

Rata-rata aplikasi *mobile banking* memiliki fitur tarik tunai tanpa kartu ATM di BNI *Mobile Banking*, kamu juga bisa melakukannya dengan *Mobile Tunai*. Bahkan, yang mengambil uang tunainya tidak harus kamu. Kamu bisa memasukkan nomor telepon si penerima dan nanti mereka akan menerima kode transaksi untuk dipakai saat menarik tunai di ATM.

8) *QR Code*

*QR Code* menggantikan nomor rekening tujuan saat kamu mau transfer. Seandainya kamu tidak punya uang tunai, kamu tetap bisa melakukan pembayaran dengan *QR Code*. Sekarang sudah mulai banyak toko ritel hingga pedagang kaki lima yang menawarkan sistem pembayaran *cashless* ini.

9) *Digital Loan*

Saat pandemi menggempur dunia, setiap orang tetap memiliki kebutuhan hidup yang harus dipenuhi. Ketika perekonomian mungkin sedang kurang baik, BNI *Mobile Banking* memiliki fitur *loan* yang memberi kemudahan bagi nasabah saat hendak mengajukan pinjaman. Nasabah akan bisa mendapatkan pinjamantana anggunan, KPR, dan lainnya.

Fitur-fitur yang tersedia dalam *Mobile Banking* BNI ini mempunyai fungsinya masing masing dalam memenuhi kebutuhan penggunaanya. Contohnya jika nasabah ingin melakukan transfer tidak perlu lagi pergi ke ATM terdekat bisa menggunakan *Smartphone* yang terdapat aplikasi *Mobile Banking* BNI dan proses transfer jadi lebih mudah dan fleksibel. Dalam penggunaan

aplikasi *Mobile Banking* ini tentu ada beberapa fitur yang sering digunakan dan jarang digunakan, fitur yang paling sering digunakan mahasiswa adalah fitur Transfer dan *QR Code* hal ini karena fitur tersebut bisa memudahkan mahasiswa dalam melakukan segala transaksi pembayaran. Sedangkan fitur yang paling jarang digunakan adalah *Digital Loan* atau pinjaman secara online kurang diminati oleh mahasiswa hal ini dikarenakan mahasiswa cenderung tidak berani mengambil resiko apabila menggunakan fitur tersebut. Dalam perkembangan revolusi industri 5.0 sekarang lebih menitik beratkan konsep masyarakat yang berpusat dengan berbasis teknologi, masyarakat diharapkan mampu menyelesaikan berbagai tantangan dan permasalahan dengan memanfaatkan teknologi.

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

#### **a. *Pengertian Technology Acceptance Model (TAM)***

*Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan pengembangan teoritis dari *Theory of Reasoned Action (TRA)* dimana TAM diusulkan dari perspektif ilmu perilaku dengan mengintegrasikan teori harapan dan teori efikasi diri, yang digunakan untuk mempelajari niat perilaku individu dalam penggunaan suatu teknologi (Amin, 2019). Menurut Alfadda dan Mahdi (2021) *Technology Acceptance Model (TAM)* dibuat untuk memprediksi kemungkinan individu atau organisasi mengadopsi teknologi baru. Model ini didasarkan pada teori tindakan beralasan, yang menjelaskan bahwa perilaku ditentukan oleh niat untuk melakukan perilaku tersebut, sikap terhadap perilaku tersebut, dan tekanan sosial untuk melakukan perilaku tersebut. *Technology Acceptance Model (TAM)* menegaskan bahwa penggunaan teknologi di masa depan dapat diprediksi dengan menerapkan model pada saat teknologi tersebut pertama kali digunakan.

*Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan suatu model penerimaan sistem informasi yang akan digunakan oleh pemakai, sedangkan menurut (Wibowo, 2008) *Technology Acceptance Model (TAM)* adalah suatu model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi. Beberapa model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi komputer, diantaranya yang tercatat dalam berbagai literatur dan referensi hasil riset di bidang teknologi informasi contohnya adalah *Theory of Reasoned Action (TRA)*, *Theory of Planned Behaviour (TPB)*, dan *Technology Acceptance Model (TAM)*. Model *Technology Acceptance Model (TAM)* dikembangkan oleh Davis tahun 1985, model ini merupakan adaptasi dari model *Theory of Reasoned Action (TRA)* oleh Fishbein dan Ajzen, ada 2 konstruk dalam TAM yaitu kegunaan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*).

*Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan salah satu model yang paling menonjol dan dikenal luas untuk memprediksikan intensi penggunaan teknologi (Prasetyo, 2021). Konsep TAM menunjukkan bahwa manfaat dan kemudahan penggunaan yang dirasakan adalah faktor kunci dari sikap terhadap penggunaannya (Kasilingam, 2020). Karena TAM telah mampu menjelaskan dan membuktikan dengan baik perbedaan kesediaan individu untuk mengadopsi teknologi informasi yang juga dapat ditingkatkan dan ditentukan sesuai dengan analisis masalah, sehingga TAM telah menjadi salah satu model yang paling banyak digunakan di bidang penelitian adopsi teknologi informasi (Erlinda, 2023). TAM juga berkaitan dengan Literasi Ekonomi yaitu dijelaskan bahwa Literasi ekonomi berkaitan dengan pengetahuan dasar tentang ilmu ekonomi. Mercan, Kahya dan Alumur (2014: 3) mengatakan bahwa literasi ekonomi adalah

kemampuan untuk memahami dan menafsirkan konsep keuangan secara umum. Dalam pengertian sempit, literasi ekonomi adalah membuat keputusan keuangan sesuai dengan situasi ekonomi dan mengelola uang dengan cara yang paling efisien. Ini sejalan dengan apa yang dikatakan Sina (2012: 135) bahwa literasi ekonomi berguna untuk mengubah perilaku ekonomi dari yang tidak cerdas menjadi cerdas. Tingkat literasi ekonomi seseorang akan berpengaruh pada perilaku konsumtifnya. Semakin rendah literasi ekonomi maka akan semakin konsumtif perilakunya.

**b. Tujuan *Technology Acceptance Model* (TAM)**

*Technology Acceptance Model* (TAM) paling banyak digunakan dalam penelitian, karena TAM bertujuan untuk menjelaskan penerima pengguna terhadap suatu sistem informasi (Bangkara dan Mumba, 2016), Sedangkan menurut (Adhivina, 2013), TAM mempunyai tujuan untuk memberikan kerangka dasar untuk penelusuran pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap dan tujuan penggunaan. TAM banyak digunakan untuk memprediksi tingkat ekspektasi pemakai (*user acceptance*) dan pemakaian yang berdasarkan persepsi terhadap kemudahan penggunaan teknologi informasi (*perceived usefulness*) dengan mempertimbangkan kemudahan dalam penggunaan TI (*perceived ease of use*).

**c. Manfaat dan Kemudahan *Technology Acceptance Model* (TAM)**

Menurut Soetam Rizky Wicaksono dalam bukunya yang berjudul *Teori Dasar Technology Acceptance Model* (2022), di dalamnya dibahas mengenai *Technology Acceptance Model* (TAM) memiliki manfaat yang signifikan dalam pengembangan teknologi, antara lain :

- 1) Dapat menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi oleh pengguna TAM dapat membantu organisasi

dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi oleh pengguna, seperti *perceived usefulness* (persepsi kegunaan), *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan), *social influence* (pengaruh sosial), *trust* (kepercayaan), *facilitating conditions* (kondisi yang memfasilitasi), *subjective norm* (norma subjektif), *hedonic motivation* (motivasi hedonis), dan *price value* (nilai harga). Dengan memahami faktor-faktor tersebut, organisasi dapat merancang teknologi yang lebih baik dan dapat memastikan bahwa teknologi tersebut dapat diterima dengan baik oleh pengguna.

- 2) Dapat meningkatkan adopsi dan penggunaan teknologi Dengan memperhatikan faktor-faktor pada TAM, organisasi dapat merancang teknologi yang lebih mudah digunakan, lebih bermanfaat bagi pengguna, dan lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna. Hal ini dapat meningkatkan adopsi dan penggunaan teknologi oleh pengguna.
- 3) Dapat membantu dalam pengambilan keputusan strategis TAM dapat membantu organisasi dalam pengambilan keputusan strategis terkait teknologi yang akan dikembangkan dan diterapkan. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi oleh pengguna, organisasi dapat memilih.

#### **4. Minat Menggunakan**

##### **a. Pengertian Minat Menggunakan**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2007) Minat adalah “kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu atau gairah atau keinginan”. Menurut Paramita Amelia (2020) minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang memaksa. Minat merupakan sumber motivasi seseorang, sehingga minat itu besar pengaruhnya terhadap kegiatan yang dilakukan seseorang. Sedangkan menurut Noeng

Muhajir (2020:66) Minat yaitu kecenderungan afektif yang melibatkan perasaan atau emosi seseorang untuk membentuk aktivitas..

Menurut Abdul jalil (2020) minat adalah kesadaran seseorang terhadap suatu objek, seseorang, situasi maupun, suatu soal tertentu yang menyangkut dengan dirinya atau dipandang sebagai sesuatu yang sadar. Menurut Intan Rahmatillah (2018) minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut.

Menurut Heri (2019) minat adalah kecenderungan dalam diri individu untuk tertatik pada sesuatu objek atau menyenangkani sesuatu objek. Menurut Crow dalam (Killis, 2018) minat adalah pendorong yang menyebabkan seseorang memberi perhatian terhadap orang, sesuatu, aktivitas-aktivitas tertentu. suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.

#### **b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat**

Menurut Sudarsono dalam Vhistika (2007:11) ada tiga alasan yang mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan suatu barang atau jasa, yaitu sebagai berikut:

1. Faktor kebutuhan dari dalam (*Internal*)

Faktor kebutuhan dari dalam ini dapat berupa kebutuhan yang berkaitan dengan jasmani dan kejiwaan seseorang.

2. Faktor motif sosial (*Ekternal*)

Timbulnya minat dalam diri seseorang dapat disebabkan oleh motif sosial yaitu suatu motif untuk memperoleh pengakuan dan penghargaan dari lingkungan dimana ia tinggal.

3. Faktor emosional

Faktor emosional berkaitan dengan ukuran intensitas seseorang dalam memberikan perhatian terhadap suatu kegiatan atau objek tertentu.

Minat menggunakan juga dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan nasabah terhadap sistem kerja dan juga produk yang dibuat oleh pihak perbankan untuk para nasabahnya. Kepercayaan merupakan kunci perusahaan keuangan untuk mempertahankan nasabahnya. Dalam hubungan dengan peningkatan jumlah nasabah maka bank harus dapat menciptakan kepercayaan masyarakat terhadap bank, sehingga masyarakat akan merasa aman dan nyaman menyimpan dana mereka di bank, Simorangkir (2004: 35). Kepercayaan (trust) adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran. Selain kepercayaan, produk yang ditawarkan oleh lembaga keuangan pun menjadi salah satu pertimbangan masyarakat untuk memilih lembaga keuangan, karena setiap lembaga keuangan menawarkan produk-produk yang memiliki keunggulannya sendiri. Dalam dunia perbankan produk yang dihasilkan haruslah mencerminkan jawaban dapat atas perkembangan keinginan kebutuhan dan masyarakat nasabah.

Dari penjelasan tentang faktor yang mempengaruhi minat seseorang diatas dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa seseorang yang memiliki minat untuk bertindak dipengaruhi oleh beberapa faktor *internal*, *eksternal* dan emosional dari pelaku itu sendiri.

## **5. Kemudahan Penggunaan**

### **a. Pengertian Kemudahan Penggunaan**

Menurut Romadloniyah & Prayitno (2018) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan sebuah tingkatan dimana seseorang percaya bahwasanya penggunaan sistem tertentu, mampu mengurangi usaha seseorang dalam mengerjakan sesuatu. Frekuensi penggunaan dan interaksi antara pengguna (*user*) dengan sistem juga mampu menunjukkan kemudahan penggunaan. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya.

Menurut (Cahaya, 2018) Kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang dalam mempelajari teknologi informasi yang dalam hal ini adalah teknologi internet. Penggunaan *e-money* yang mudah dioperasikan, mudah dipelajari, dan tidak menyulitkan dalam penggunaannya akan meningkatkan minat konsumen dalam penggunaan *e-money*. Menurut (Jogiyanto, 2018) menyatakan persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya.

Jadi dari beberapa pengertian diatas dapat penulis simpulkan bahwa kemudahan penggunaan adalah sebuah pembiasaan dari suatu teknologi yang terus berkembang dan senantiasa harus dipelajari tentang bagaimana seseorang bisa dan mampu secara mudah untuk dapat mengetahui cara mengoperasikannya. Kemudahan penggunaan tentang sebuah kemajuan teknologi ini merupakan cara alternatif yang diciptakan untuk mempermudah suatu usaha atau pekerjaan yang dimana dapat mengurangi waktu usaha dan tenaga yang dikeluarkan sehingga dapat mengontrol pekerjaan lebih sistematis.

#### **b. Indikator Kemudahan Penggunaan**

Menurut (Ahmad dan Pambudi, 2014) memberikan beberapa indikator kemudahan yaitu :

##### 1) Mudah Dipelajari

*Mobile Banking* diindikasikan tidak sulit untuk dipelajari artinya bahwa ketika seseorang pertama kali melakukan transaksi menggunakan *Mobile Banking*, orang tersebut akan langsung mengerti dan paham tata cara penarikan uang, pengecekan saldo ataupun transaksi lainnya dalam waktu singkat. Sehingga untuk pemakaian *Mobile Banking*

selanjutnya tidak ada kesulitan apapun dalam menggunakannya. *Mobile Banking* yang mudah dipelajari akan memudahkan orang dalam penggunaannya.

## 2) Fleksibel

Fleksibel adalah kemampuan untuk beradaptasi dan bekerja dengan efektif dalam situasi yang berbeda, dan dengan berbagai individu/kelompok. Fleksibel dalam menggunakan *Mobile Banking*, diindikasikan bahwa menggunakan *Mobile Banking* dapat dilakukan dimana saja dan dapat dilakukan kapan saja tidak terikat oleh waktu. Dengan begitu *Mobile Banking* merupakan salah satu fasilitas perbankan yang fleksibel, karena dalam menggunakan *Mobile Banking* dapat diakses dengan menggunakan *Mobile Cellular* melalui aplikasi yang telah di instal di dalamnya.

## 3) Mudah Dioperasikan

*Understandable* maksudnya adalah bahwa *Mobile Banking* sangat mudah untuk dioperasikan. Suatu teknologi yang jelas dan dapat dioperasikan dengan mudah, maka akan memudahkan pemakai dalam penggunaannya. *Mobile banking* adalah suatu layanan perbankan yang diberikan oleh pihak bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan. Sehingga dapat dipahami bahwa *Mobile banking* ini merupakan salah satu layanan yang diberikan oleh pihak bank kepada nasabahnya untuk mempermudah dalam bertransaksi yang berupa aplikasi dalam ponsel atau *smartphone*.

## 4) Dapat Mengontrol Pekerjaan

Menggunakan *mobile banking* dapat membantu mempercepat pekerjaan penggunaannya. Seperti yang sudah dijelaskan bahwa *mobile banking* ini dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun,

sehingga dapat mempercepat transaksi perbankan yang dilakukan. Dengan adanya aplikasi *mobile banking* di *handphone*, maka kita bisa melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun tanpa memerlukan banyak waktu untuk datang ke kantor-kantor bank atau ATM untuk melakukan transaksi perbankan sehingga pekerjaan pun dapat dikontrol dengan baik.

**c. Hubungan Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi *Mobile Banking* BNI**

Menurut Budiman (2003:52) Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai tingkatan pengguna percaya bahwa teknologi atau sistem dapat digunakan dengan mudah. Kemudahan penggunaan produk merupakan salah satu cara penilaian konsumen terhadap produk. Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan pada penelitian Rahmatika Mahmudah (2021) ditunjukkan bahwa persepsi kemudahan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Dilihat dari hasil penelitian ini memungkinkan bahwa kemudahan penggunaan dipengaruhi oleh minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking*. Misalnya saja pada nasabah yang sudah berumur mereka hampir rata-rata tidak mengerti dengan bagaimana penggunaan *mobile banking* maka dari itu dapat mempengaruhi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

**6. Persepsi Manfaat**

**a. Pengertian Persepsi Manfaat**

Persepsi manfaat merupakan suatu keadaan yang mana individu percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Menurut (Jogiyanto, 2007) persepsi manfaat sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Menurut

(Wibowo, 2008) mengatakan bahwa persepsi manfaat didefinisikan sebagai suatu ukuran yang mana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya.

Persepsi manfaat didefinisi sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Dari definisi diketahui bahwa kegunaan persepsian merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya. Konsep ini juga menggambarkan manfaat sistem bagi pemakainya yang berkaitan dengan produktivitas, kinerja tugas atau efektivitas, pentingnya bagi tugas, dan kebermanfaatan secara keseluruhan (Tjayono, 2010).

Manfaat yang didapatkan para nasabah ketika menggunakan *mobile banking* BNI 46 tentu akan berpengaruh positif terhadap loyalitas penggunaan aplikasi *mobile banking* BNI 46 itu sendiri. Kotler (2002: 18), loyalitas pelanggan adalah suatu ukuran keterikatan pelanggan terhadap suatu produk yang terwujud pada keinginan untuk merekomendasikannya pada orang lain. Loyalitas nasabah dapat tercermin dari kebiasaan nasabah dalam melakukan pembelian produk atau jasa secara konsisten. Nasabah yang sudah memiliki loyalitas terhadap suatu produk atau jasa biasanya tidak akan lagi mempertimbangkan untuk membeli produk atau jasa lain selain produk atau jasa yang diminati. Mempertahankan pelanggan menjadi hal yang sangat penting bagi perusahaan. Melihat kondisi tersebut, maka upaya yang dilakukan oleh suatu bank untuk mempertahankan nasabahnya dimaksudkan agar nasabah mau kembali dan membeli produk yang ditawarkan oleh bank tersebut.

Dari penjelasan diatas dapat penulis simpulkan bahwa Persepsi Manfaat adalah sebuah keyakinan atau kepercayaan para nasabah bank terhadap suatu teknologi dunia perbankan yang dimana dipercayai dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya. Persepsi manfaat adalah sebuah sudut pandang seseorang yang merasa percaya bahwa sistem informasi yang dipakai memiliki keberagaman manfaat bagi pemakainya yang berkaitan dengan pekerjaan yang dilakukannya mulai dari meningkatkan produktivitas kerja dan efektivitas kerja.

#### **b. Indikator Persepsi Manfaat**

Menurut (Andrean Septa Yogananda, 2017:4) mengemukakan bahwa persepsi manfaat terdiri dari tiga indikator, yaitu:

1) Mempermudah transaksi.

Merupakan suatu kondisi dimana kegiatan jual beli yang dilakukan lebih mudah dari biasanya.

2) Mempercepat transaksi.

Merupakan suatu kondisi dimana proses jual beli dapat dilakukandengan waktu yang lebih cepat dari sebelumnya.

3) Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi.

Merupakan suatu kondisi dimana dengan menggunakan sesuatu yang baru akan memberikan keuntungan yang lebih banyak setelah melakukan jual beli.

#### **c. Hubungan Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi *Mobile Banking* BNI**

Menurut (Fadhli, 2016) manfaat merupakan suatu kegunaan yang disarankan dapat membantu untuk tujuan yang menguntungkan. Sebab karenanya juga akan menjadi terbentuk suatu minat yang membuat masyarakat mau menggunakan produk

*Mobile Banking*. Menurut (Wibowo, 2019) persepsi manfaat merupakan ukuran dimana penggunaan teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi penggunanya. Menurut (Davis, 1989) Persepsi Manfaat didefinisikan sebagai sesuatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi, akan meningkatkan kinerjanya dalam bekerja artinya bahwa adanya manfaat dari fasilitas *internet banking* akan mampu meningkatkan produktivitas kinerja bagi yang menggunakan fasilitas tersebut.

Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap minat menggunakan pada penelitian (Mario Ledesman, 2018) ditunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking*. Manfaat layanan *mobile banking* yang begitu besar untuk nasabah melakukan transaksi perbankan dimana layanan *mobile banking* dapat menarik minat nasabah untuk menggunakan layanan tersebut.

## 7. Ketersediaan Fitur

### a. Pengertian Ketersediaan Fitur

Menurut (Pranidana, 2011) fitur merupakan perlengkapan untuk interaktivitas nasabah, adalah kriteria penting yang menarik para nasabah di dalam penyampaian jasa *Internet Banking*. Menurut (Kotler, 2008) fitur adalah hal yang dipertimbangkan juga oleh seseorang jika membeli suatu produk. Seseorang akan selalu menyelaraskan fitur pada produk dengan taksiran yang ditawarkan. Menurut (Ainscough, 1996) perlengkapan interaktivitas untuk pengguna adalah kriteria penting yang menarik pengguna dalam penggunaan *e-banking*. (Gerrard, 2003) juga mengidentifikasi faktor-faktor lain yang sangat penting dalam memastikan kesuksesan *e-banking*, yaitu kemampuan suatu inovasi untuk memenuhi kebutuhan nasabah dengan menggunakan ketersediaan fitur (*feature availability*) yang berbeda pada situs web. Fitur mengacu pada layanan yang tersedia di *e-banking*.

Dalam *mobile banking*, fitur (*feature*) berarti hal-hal apa saja yang dapat dilakukan oleh nasabah dengan menggunakan *mobile banking*. Menurut penelitian yang dilakukan (Williams, 2011) sebagian besar nasabah mengatakan ketersediaan fitur akan mempengaruhi keputusan mereka untuk beralih. Seperempat dari mereka yang menggunakan *mobile banking* sudah beralih ke fitur yang baru atau fitur yang telah ditingkatkan. Menurut (Kotler, 2012) fitur merupakan karakteristik produk yang menjadi perlengkapan fungsi dasar produk.

Ketersediaan fitur tentu tidak lepas dari sebuah kualitas pelayanan yang baik dari Bank BNI 46 dengan membuat sistem transaksi yang sangat baik dalam hal kualitas pelayanannya. Menurut Wyckof dalam Tjiptono (2005: 59) mendefinisikan Kualitas Pelayanan sebagai “Tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Sedangkan menurut Parasuraman et al., dalam Christina (2011: 27) mendefinisikan Kualitas Pelayanan sebagai “Refleksi persepsi evaluatif konsumen terhadap pelayanan yang diterima pada suatu waktu tertentu”. Kualitas jasa atau pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan berpedoman pada lima indikator pokok kualitas pelayanan. Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu pelayanan yang diharapkan (*expected service*) konsumen dan pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*).

Fasilitas merupakan sarana penunjang yang digunakan perusahaan dalam usaha untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Semakin baik fasilitas yang diberikan kepada konsumen, maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen. Kualitas adalah sebuah kata bagi penyedia jasa sebagai sesuatu yang harus dikerjakan sebaik baiknya. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari

penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun strategi untuk terus tumbuh. Keunggulan suatu produk adalah tergantung dari keunikan dan kualitas diperlihatkan dari produk tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen.

Pengertian diatas dapat disimpulkan oleh penulis bahwa ketersediaan fitur adalah suatu daya tarik atau sebuah upaya yang dilakukan oleh sebuah penyedia layanan *Mobile Banking* untuk menarik perhatian nasabah agar mau menggunakan jasa layanannya. Ketersediaan fitur juga menjadi hal yang harus selalu dikembangkan untuk menjaga eksistensi layanan transaksi agar mampu bertahan sesuai dengan perkembangan zaman sehingga para nasabah merasa nyaman dan efektif dalam menggunakan layanan tersebut.

**b. Indikator Ketersediaan Fitur.**

1. Kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa

Yaitu sebagai salah satu kemudahan dalam akses informasi produk dan layanan online sebagai atribut untuk mempengaruhi kepuasan pengguna.

2. Keberagaman layanan transaksi

Yaitu sebuah layanan yang ada untuk mempermudah suatu transaksi agar meminimalisir hal yang tidak diinginkan sekaligus mengefisienkan waktu.

3. Keberagaman fitur

Yaitu kondisi dimana fitur layanan yang beragam serta memudahkan untuk melakukan transaksi melalui fitur yang ada sesuai dengan apa yang dibutuhkan.

4. Inovasi produk

Yaitu kondisi dimana produk dan layanan harus terus menerus dilakukan peningkatan yang lebih komprehensif untuk

menciptakan produk yang lebih baik dan baru sesuai dengan perkembangan yang ada.

### c. Hubungan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Menggunakan Penggunaan Aplikasi *Mobile Banking* BNI

Pengaruh kelengkapan fitur terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada penelitian (Maya Khusniyah, 2020) ditunjukkan bahwa kelengkapan fitur berpengaruh positif dalam mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan *mobile banking*. Kelengkapan fitur menjadi salah satu faktor yang dapat menarik minat nasabah menggunakan *mobile banking* dengan adanya fitur-fitur yang lebih banyak yang sesuai dengan kebutuhan maka akan lebih banyak pula manfaat yang akan diperoleh nasabah dari penggunaan *mobile banking* tersebut.

## B. Penelitian Yang Relevan

Telah banyak penelitian mengenai minat menggunakan Aplikasi *Mobile Banking* di Indonesia. Penelitian relevan ini berfungsi sebagai acuan dalam mengkaji permasalahan yang ada.

**Tabel 1. Hasil Penelitian yang Relevan**

No.	Penulis	Judul	Hasil
1.	Novita Sari dan Mia Andika Sari (2021)	Analisis Persepsi Kemudahan <i>Social Influence</i> dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan <i>Market Place</i> Oleh UMKM di Jabodetabek	Berdasarkan hasil analisis data maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel persepsi kemudahan <i>social influence</i> dan persepsi keamanan dapat menjadi faktor yang mempengaruhi minat UMKM di Jabodetabek untuk menggunakan <i>market place</i> , yaitu dengan presentase sebesar 91,9%, 80,75% dan 88,2% responden memberikan tanggapan sangat setuju. Indikatornya adalah para pelaku UMKM percaya jika <i>market place</i> yang mereka gunakan mudah diakses, dapat membantu UMKM meningkatkan omset penjualannya dan dapat mengatasi permasalahan transaksi antara UMKM dengan konsumen.
			<b>Persamaan:</b> Terdapat persamaan pada variable (Y) yang diteliti sama yaitu Minat Menggunakan.

Tabel 1. (Lanjutan)

		<p><b>Perbedaan:</b> Populasi yang diambil pada penelitian ini berbeda yang dimana penelitian sebelumnya menggunakan variabel umum yaitu Jabodetabek, sedangkan penelitian ini menggunakan variabel mahasiswa.</p> <p><b>Kebaruan:</b> Penelitian ini tidak melakukan sebuah analisis melainkan mencari pengaruh antara variabel dan juga melakukan penelitian di bagian pembayaran digital di bidang perbankan bukan di bagian UMKM.</p>
2.	<p>Jhon Fernos, Mairizal Alfadino (2021)</p> <p>Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan <i>Mobile Banking</i> Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Koto Baru, Dharmasraya</p>	<p>Berdasarkan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner juga dilaksanakan uji reliabel guna mengetahui jawaban responden terhadap pernyataan konsisten dari masa ke masa. Hasil keduanya menyatakan semua pernyataan di setiap variabel reliabel dan valid. Sesuai pembahasan yang diuraikan, bisa diambil kesimpulannya:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Variabel manfaat (X1) secara hipotesis tidak memiliki pengaruh positif serta signifikan pada minat nasabah menggunakan layanan <i>mobile banking</i>. Dengan nilai t-hitung sebesar <math>(1.138 &lt; 1.665)</math>.</li> <li>2. Variabel kepercayaan (X2) secara hipotesis memiliki pengaruh positif serta signifikan pada minat nasabah menggunakan layanan <i>mobile banking</i>. Dengan nilai t-hitung sebesar <math>(25.426 &gt; 1.655)</math>.</li> <li>3. Variabel kemudahan penggunaan (X3) secara hipotesis memiliki pengaruh positif serta signifikan pada minat nasabah menggunakan layanan <i>mobile banking</i>. Dengan nilai t-hitung sebesar <math>2.810 &gt; 1.655</math>.</li> </ol>
		<p><b>Persamaan:</b> Penelitian ini memiliki dua variabel (X) yang diteliti sama yaitu Kemudahan Penggunaan dan Manfaat.</p>
		<p><b>Perbedaan:</b> Bank yang menjadi objek penelitian berbeda yaitu pada penelitian sebelumnya pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Kota Baru, Dharmasraya. Sedangkan pada penelitian ini pada Bank Negara Indonesia 46 (BNI 46).</p>
		<p><b>Kebaruan:</b> Penelitian ini memiliki data yang lebih baru dan juga memiliki pembaruan pada mode penggunaan <i>mobile banking</i> di dunia perbankan mengenai pembayaran secara digital.</p>

Tabel 1. (Lanjutan)

3.	Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Berbasis Server	Berdasarkan hasil olah data yang menggunakan alat analisis, penelitian ini menunjukkan hasil bahwa pengetahuan produk, persepsi manfaat dan promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik berbasis server. Hal tersebut dapat diartikan bahwa kalangan mahasiswa khususnya mahasiswa FEB UMPP memiliki minat menggunakan uang elektronik berbasis server, jika produk tersebut mempunyai manfaat yang menguntungkan sekaligus bisa mempermudah aktivitas pekerjaannya. Selain itu tentang produk secara lengkap dan cara berpromosi yang menarik membuat mahasiswa berminat menggunakan uang elektronik berbasis server.
		<p><b>Persamaan:</b> Penelitian ini memiliki satu Variabel (X) yang sama yaitu Persepsi Manfaat.</p>
		<p><b>Perbedaan:</b> Penelitian ini memiliki variabel (Y) yang diteliti secara berbeda yaitu penelitian sebelumnya adalah Minat Penggunaan Uang Elektronik Berbasis Server. Sedangkan pada penelitian ini adalah Minat Menggunakan Aplikasi <i>Mobile Banking</i> BNI 46.</p>
		<p><b>Kebaruan:</b> Penelitian ini memiliki data yang lebih baru dan juga memiliki pembaruan pada mode penggunaan <i>mobile banking</i> di dunia perbankan mengenai pembayaran secara digital dibandingkan dengan penggunaan uang elektronik berbasis server.</p>
4.	Jefri Wandu dan Syamsul Bachri (2020) Pengaruh Persepsi Penggunaan, Persepsi Keuntungan, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Nasabah BNI Menggunakan <i>Mobile Banking</i>	Berdasarkan hasil uji pada regresi linier berganda didapat nilai F hitung sebesar 38,580 dan nilai F tabel 2,7058 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai F hitung lebih besar dari pada nilai F tabel ( $38,580 > 2,7058$ ), nilai koefisien korelasi berarah positif sebesar 0,739 dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh kegunaan, keuntungan, dan keamanan berpengaruh secara serempak terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> pada BNI cabang Palu, sehingga hipotesis didukung. Artinya terdapat pengaruh kegunaan, keuntungan dan keamanan memiliki pengaruh positif dan mempengaruhi 53,2% perubahan pada minat nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> , sedangkan sisanya sebesar 46,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.
		<p><b>Persamaan:</b> Penelitian ini memiliki variabel (Y) yang diteliti sama yaitu Minat Menggunakan.</p>

Tabel 1. (Lanjutan)

		<p><b>Perbedaan:</b> Penelitian ini memiliki populasi yang berbeda yaitu pada penelitian sebelumnya adalah masyarakat umum di BNI cabang Palu. Sedangkan pada penelitian ini adalah mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.</p> <p><b>Kebaruan:</b> Penelitian ini memiliki data yang lebih baru dan juga memiliki pembaruan pada mode penggunaan <i>mobile banking</i> di dunia perbankan mengenai pembayaran secara digital.</p>
5.	Rosita Yulianti (2019) Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Ketersediaan Fitur, Biaya, dan Resiko Terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i> di BNI Syariah KC Surakarta	<p>Berdasarkan hasil penelitian pengaruh variabel kemudahan penggunaan bertanda positif. Hasil uji t diketahui bahwa nilai signifikansi kemudahan penggunaan sebesar 0,001 dan kurang dari 0,05. Variabel manfaat bertanda positif. Hasil uji t diketahui bahwa nilai signifikansi manfaat sebesar 0,130 dan lebih dari 0,05. Variabel ketersediaan fitur bertanda positif. Hasil uji t diketahui nilai signifikansi ketersediaan fitur 0,004 dan kurang dari 0,05. Variabel biaya bertanda positif. Hasil uji t diketahui bahwa nilai signifikansi biaya 0,045 kurang dari 0,05. Variabel risiko bertanda positif. Hasil uji t diketahui bahwa nilai signifikansi risiko 0,304 dan lebih dari 0,05. Dari semua hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel diatas berpengaruh signifikan terhadap penggunaan <i>mobile banking</i> BNI syariah KC Surakarta.</p> <p><b>Persamaan:</b> Penelitian ini memiliki beberapa variabel yang digunakan sama pada penelitiannya yaitu membahas tentang kemudahan penggunaan, manfaat dan ketersediaan fitur.</p> <p><b>Perbedaan:</b> Penelitian ini membahas tentang penggunaan <i>mobile banking</i> yang berbeda yaitu pada penelitian sebelumnya adalah membahas tentang <i>mobile banking</i> syariah. Sedangkan pada penelitian ini adalah membahas tentang <i>mobile banking</i> BNI.</p> <p><b>Kebaruan:</b> Penelitian ini memiliki data yang lebih baru dan juga memiliki pembaruan pada mode penggunaan <i>mobile banking</i> di dunia perbankan mengenai pembayaran secara digital. Penelitian ini juga terbaru karena berbeda dengan penggunaan <i>mobile banking</i> secara syariah di penelitian sebelumnya.</p>

**Tabel 1. (Lanjutan)**

6.	Al-Smadi, &Al- Wabel (2011)	<i>The Impact of E-Banking The Performance Of Jordanian Bank</i>	<i>The revolution of technology and communication has affected the world of business significantly. While the banks are facing financial liberalization and the pressure of international competition, it is urgent for them to improve their performance and own competitiveness. Hence, banks have adopted e-banking as one of the modern applications in the provision of banking services. However, previous banking studies show mix results about the impact of e-banking on banks' performance. Thus, we cannot conclude that adopting e-banking decision is the key factor in improving bank performance and growth in all banking environments. In this paper, we focused on the e banking experiences undertaken by Jordanian banks. We examined the impact of e banking on the performance of Jordanian banks over the period 2000-2010.</i>
			<b>Persamaan:</b> Penelitian ini sama-sama membahas tentang <i>Mobile Banking</i> .
			<b>Perbedaan:</b> Penelitian sebelumnya membahas tentang <i>impact mobile banking</i> terhadap kinerja Bank Yordania. Sedangkan pada penelitian ini membahas tentang minat menggunakan aplikasi <i>mobile banking</i> BNI di <i>smartphone</i> pada mahasiswa.
			<b>Kebaruan:</b> Penelitian ini memiliki data yang lebih baru dan juga memiliki pembaruan pada mode penggunaan <i>mobile banking</i> di dunia perbankan mengenai pembayaran secara digital. Penelitian ini juga lebih memfokuskan pembahasan tentang penggunaan <i>mobile banking</i> di era pembayaran secara digital saat ini.
7.	Hernan E. Riquelle Rosa E. Rios(2010)	<i>The moderating effect of gender in the adoption of mobile banking</i>	<i>The mobile phone has become an indispensable tool for consumers since they carry it all over the places, as important as a purse or a wallet. Perhaps in the near future, the wallet will be replaced by a mobile phone for all transactions purposes. The research study aimed at assessing the moderating influence of gender and the perception of several factors on the intention to use a mobile device for banking transactions. The perceived usefulness of the device was found to be the most relevant factor in predicting intention to use, followed by social norms and perception of risk. This last factor, as expected, affects negatively the intention to use. In other words, the higher the perception of risk of the device the less consumers intend to adopt the technology. Gender, as posited, moderates the effect of intention to adopt mobile banking</i>

Tabel 1. (Lanjutan)

			<p><i>influencing social norms, perception of ease of use and perception of usefulness.</i></p> <p><b>Persamaan:</b> Pada penelitian ini sama-sama membahas tentang <i>mobile banking</i>.</p> <p><b>Perbedaan:</b> Pada penelitian sebelumnya membahas tentang efek <i>moderas gender</i> dalam penerapan <i>mobile banking</i>. Sedangkan pada penelitian ini membahas tentang minat menggunakan aplikasi <i>mobile banking</i> BNI di <i>smartphone</i>.</p> <p><b>Kebaruan:</b> Penelitian ini memiliki data yang lebih baru dan juga memiliki pembaruan pada mode penggunaan <i>mobile banking</i> di dunia perbankan mengenai pembayaran secara digital. Pada penelitian ini juga lebih memfokuskan pembahasan terhadap penggunaan <i>mobile banking</i> di <i>smartphone</i> di era pembayaran secara digital.</p>
8.	J. Anderson (2010)	<i>M- banking in developing markets: competitive and regulatory implications</i>	<p><i>This paper fulfills an important void in the current literature related to the growth of m- banking platforms in emerging markets. While there has been an increasing body of literature examining the potential socio- economic impact of m- banking in developing markets, the purpose of this paper is to explore the implications of m- banking for competitive dynamics between competing firms, and the related issues for regulatory authorities.</i></p> <p><b>Persamaan:</b> Penelitian ini sama sama membahas tentang <i>Mobile Banking</i>.</p> <p><b>Perbedaan:</b> Pada penelitian sebelumnya membahas tentang implikasi kompetitif dan peraturan pada <i>Mobile Banking</i>. Sedangkan pada penelitian ini membahas tentang minat menggunakan aplikasi <i>mobile banking</i> di <i>smartphone</i>.</p> <p><b>Kebaruan:</b> Penelitian ini memiliki data yang lebih baru dan juga memiliki pembaruan pada mode penggunaan <i>mobile banking</i> di dunia perbankan mengenai pembayaran secara digital. Pada penelitian ini juga lebih memfokuskan pembahasan terhadap penggunaan <i>mobile banking</i> di <i>smartphone</i> di era pembayaran secara digital.</p>
9.	Carlos Tam and Tiago	<i>Literature review of mobile</i>	<p><i>The financial industry, like many other industries, has grown and innovated within their own spheres of operation. The technology boom opened up new</i></p>

**Tabel 1. (Lanjutan)**

Oliveira (2019)	<i>banking and individual performance</i>	<p><i>channels for banking. M-banking is being rolled out by an ever increasing number of banks. In this research we identified 64 m-banking articles published between 2002 and 2016.</i></p> <p><i>One possible direction is to focus on the post-adoption phase of m-banking, such as individual performance, as a consequence of using m-banking. We believe that by enhancing the quality of m-banking, the service will retain more users and attract potential adopters of m-banking, with the consequence of enhancing the individual performance, in turn.</i></p> <p><i>The results presented herein have several important implications for future studies. There is no doubt that portable technology evolution will affect the way that customers.</i></p> <p><b>Persamaan:</b> Penelitian ini sama sama membahas tentang <i>Mobile Banking</i>.</p> <p><b>Perbedaan:</b> Pada penelitian sebelumnya membahas tentang kemajuan dan perkembangan pada <i>mobile banking</i> dari masa ke masa. Sedangkan pada penelitian ini membahas minat menggunakan aplikasi <i>mobile banking</i> di <i>smartphone</i>.</p> <p><b>Kebaruan:</b> Penelitian ini memiliki data yang lebih baru dan juga memiliki pembaruan pada mode penggunaan <i>mobile banking</i> di dunia perbankan mengenai pembayaran secara digital. Pada penelitian ini juga lebih memfokuskan pembahasan terhadap penggunaan <i>mobile banking</i> di <i>smartphone</i> di era pembayaran secara digital.</p>
10. Ellen Therecia (2022)	<i>Acceptance of internet banking services: The role of demographic actors as moderating variables</i>	<p><i>Understanding the percentage of internet banking service usage, that is inferior to the percentage of mobile banking usage, has been important to observe factors affecting behavioral intention to use internet banking. The purpose of this study is to analyze the determinants of internet banking usage by applying demographics as a moderator of intentional behavior to design the internet banking marketing strategies based on customer needs and wants. The implication of this study is to improve the security system and determine the target market of internet banking by considering demographic elements factors as the strategy to maintain and to as well as increase the use of internet banking.</i></p> <p><b>Persamaan:</b> Penelitian ini sama sama membahas tentang <i>Mobile Banking</i>.</p>

**Tabel 1. (Lanjutan)**


---

<p><b>Perbedaan:</b>          Pada penelitian sebelumnya membahas tentang cara strategi meningkatkan penggunaan <i>internet banking</i>. Sedangkan pada penelitian ini membahas minat menggunakan aplikasi <i>mobile banking</i> di <i>smartphone</i>.</p> <p><b>Kebaruan:</b>          Penelitian ini memiliki data yang lebih baru dan juga memiliki pembaruan pada mode penggunaan <i>mobile banking</i> di dunia perbankan mengenai pembayaran secara digital. Pada penelitian ini juga lebih memfokuskan pembahasan terhadap penggunaan <i>mobile banking</i> di <i>smartphone</i> di era pembayaran secara digital.</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

---

### C. Kerangka Berpikir

Kerangka pikir dirancang untuk memudahkan peneliti dalam mendeskripsikan masalah yang terjadi. Permasalahan yang terjadi dalam penelitian ini berasal dari tingkat minat menggunakan mahasiswa pada aplikasi *Mobile Banking* BNI 46 yang diduga dipengaruhi oleh beberapa faktor. Minat menggunakan dipandang sebagai sejauh mana seseorang menganggap fasilitas yang ada mampu menarik perhatian untuk digunakan secara konsisten. Minat menggunakan *Mobile Banking* BNI 46 dalam penelitian ini diduga dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan terkait persepsi kemanfaatan dan ketersediaan fitur.

#### 1. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* BNI 46

Menurut Budiman (2020:52) Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai tingkatan pengguna percaya bahwa teknologatau sistem dapat digunakan dengan mudah. Kemudahan penggunaan produk merupakan salah satu cara penilaian konsumen terhadap produk. Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan pada penelitian Rahmatika Mahmudah (2021) ditunjukkan bahwa persepsi kemudahan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Dilihat dari hasil penelitian ini memungkinkan bahwa kemudahan penggunaan dipengaruhi oleh minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking*.

Misalnya saja pada nasabah yang sudah berumur mereka hampir rata-rata tidak mengerti dengan bagaimana penggunaan *mobile banking* maka dari itu dapat mempengaruhi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

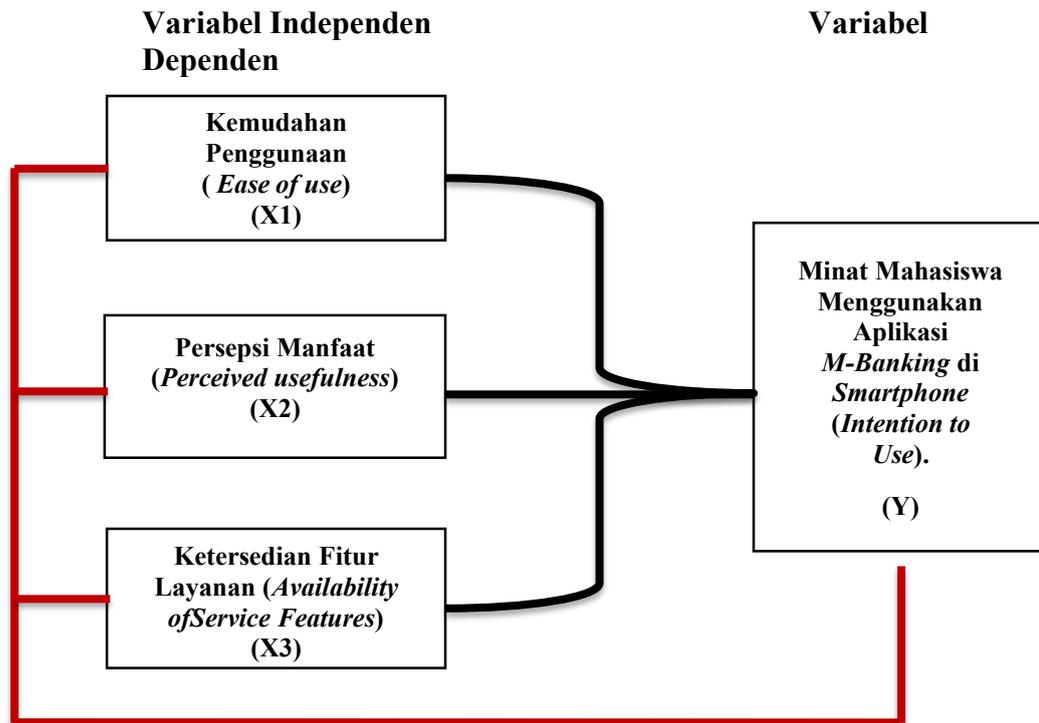
## **2. Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* BNI 46**

Menurut (Fadhli, 2016) manfaat merupakan suatu kegunaan yang disarankan dapat membantu untuk tujuan yang menguntungkan. Sebab karenanya juga akan menjadi terbentuk suatu minat yang membuat masyarakat mau menggunakan produk *Mobile Banking*. Menurut (Wibowo, 2019) persepsi manfaat merupakan ukuran dimana penggunaan teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi penggunanya. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap minat menggunakan pada penelitian (Mario Ledesman, 2018) ditunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking*. Manfaat layanan *mobile banking* yang begitu besar untuk nasabah melakukan transaksi perbankan dimana layanan *mobile banking* dapat menarik minat nasabah untuk menggunakan layanan tersebut.

## **3. Pengaruh Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* BNI 46**

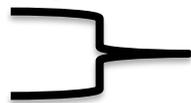
Pengaruh kelengkapan fitur terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada penelitian (Maya Khusniyah, 2020) ditunjukkan bahwa kelengkapan fitur berpengaruh positif dalam mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan *mobile banking*. Kelengkapan fitur menjadi salah satu faktor yang dapat menarik minat nasabah menggunakan *mobile banking* dengan adanya fitur-fitur yang lebih banyak yang sesuai dengan kebutuhan maka akan lebih banyak pula manfaat yang akan diperoleh nasabah dari penggunaan *mobile banking* tersebut.

### Model Kerangka Pemikiran



Gambar 4. Kerangka Berpikir

Keterangan :



= Garis pengaruh Parsial



= Garis Pengaruh Simultan

#### D. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang dapat dijadikan dasar atau acuan dalam meneliti suatu permasalahan. Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, keterangan teori dan kerangka pemikiran, maka hipotesis yang didapat adalah sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan aplikasi *mobile banking* BNI 46 di *smartphone* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.

2. Terdapat pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan aplikasi *mobile banking* BNI 46 di *smartphone* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.
3. Terdapat pengaruh ketersediaan fitur terhadap minat menggunakan aplikasi *mobile banking* BNI 46 di *smartphone* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.
4. Terdapat pengaruh kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan ketersediaan fitur minat menggunakan aplikasi *mobile banking* BNI 46 di *smartphone* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.

### III. METODE PENELITIAN

#### A. Metode Penelitian

Menurut (Suryana, 2010) metode penelitian atau metode ilmiah adalah suatu langkah dalam mendapatkan ilmu pengetahuan ilmiah. Secara sistematis metode ilmiah digunakan untuk menyusun ilmu pengetahuan. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan metode *Ex post facto* dan metode *survey*. *Ex post facto* merupakan penelitian dimana variabel-variabel bebas telah terjadi ketika peneliti mulai dengan pengamatan variabel-variabel terikat dalam suatu penelitian (Hammadi, 2010) nama *ex post facto* sendiri dalam bahasa latin artinya “dari sesudah fakta”. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian itu dilakukan sesudah perbedaan-perbedaan dalam variabel bebas itu terjadi karena perkembangan kejadian itu secara alami. *Survey* merupakan mempelajari pengambilan sampel unit individu dari suatu populasi dan teknik terkait pengumpulan data survei, seperti pembuatan kuesioner dan metode untuk meningkatkan jumlah dan akurasi tanggapan, data yang diperoleh bisa didapat dengan menyebar angket atau melakukan wawancara dengan masyarakat setempat.

#### B. Teknik Pengumpulan Data

Berdasarkan dengan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif maka teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

##### 1. Kuesioner

Kuesioner adalah cara pengumpulan data dengan menyebar daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan respons atas daftar pertanyaan tersebut. Metode yang digunakan dalam mendapatkan opini seseorang responden dengan

melakukan *survei*, kuesioner dapat disebar kepada responden dengan berbagai cara : 1) langsung diberikan oleh peneliti, 2) dikirim melalui *e-mail*, 3) memberikan *link* google form.

## 2. Observasi

Menurut (Abdurahman Fatoni, 2011) observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan dan perilaku objek sasaran, teknik observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki.

## 3. Dokumentasi

Instrumen penelitian yang dilakukan oleh seorang peneliti untuk memperoleh data dari berbagai media mengenai suatu permasalahan yang akan diteliti. Menurut (Arikunto, 2002) data yang diperoleh mengenai variabel dapat berupa catatan, transkrip, buku, surat, notulen, rapat, dan sebagainya.

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah orang yang menjadi subjek penelitian atau orang yang karakteristiknya hendak diteliti. Orang yang menjadi subjek penelitian disebut unit penelitian atau satuan pengamatan (*unit of observation*) dan banyaknya orang yang menjadi subjek penelitian disebut satuan ukuran populasi atau besar populasi yang biasanya dilambangkan dengan N. Penelitian harus dapat menentukan populasi penelitian dengan batasan yang jelas dan tegas. Batasan dalam populasi biasanya dituliskan dalam bentuk kriteria inklusi dan eksklusi. Populasi dalam pelaksanaan penelitian ini adalah mahasiswa aktif Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung. Berikut disajikan tabel mengenai jumlah mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.

**Tabel 2. Jumlah Populasi**

<b>Angkatan</b>	<b>Jumlah Mahasiswa</b>
Pendidikan Ekonomi 2021	89
Pendidikan Ekonomi 2022	99
Pendidikan Ekonomi 2023	78
Pendidikan Ekonomi 2024	103
<b>Jumlah</b>	<b>369</b>

*Sumber : Jurusan Pendidikan IPS FKIP Universitas Lampung  
2024*

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasinya yang digunakan untuk penelitian, Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian dan diambil dari populasi yang benar-benar mewakili dan valid yaitu dapat mengukur sesuatu yang seharusnya diukur (Sujarweni, 2015) Untuk itu, dalam menghitung banyaknya sampel dapat menggunakan rumus slovin berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Na^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

$\alpha$  : Tingkat Signifikan (0,1)

Berdasarkan rumus di atas, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{N}{1 + Na^2}$$

$$n = \frac{369}{1 + 3,69}$$

$$n = \frac{369}{4,69}$$

$$n = 78,68 = 79$$

### 3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel secara acak dengan populasi yang baik untuk digunakan adalah populasi finit, sedangkan *simple random sampling* adalah pengambilan sampel penelitian yang digunakan dengan pendekatan bilangan acak sederhana. Dalam menentukan jumlah sampel pada setiap Program Studi, dilakukanlah perhitungan dengan alokasi proporsional agar jumlah sampel yang diambil lebih proporsional. Keproporsionalan ini dimaksudkan agar tidak terjadi ketimpangan terhadap jumlah sampel pada salah satu atau sebagian program studi. Perhitungan ini dilakukan dengan cara berikut ini.

**Tabel 3. Perhitungan Jumlah Sampel Untuk Responden**

No.	Angkatan	Populasi	Jumlah Sampel
1	Pendidikan Ekonomi 2021	$\frac{89}{369} \times 79$	19
2	Pendidikan Ekonomi 2022	$\frac{99}{369} \times 79$	21
3	Pendidikan Ekonomi 2023	$\frac{78}{369} \times 79$	17
4	Pendidikan Ekonomi 2024	$\frac{103}{369} \times 79$	22
<b>Jumlah</b>			<b>79</b>

#### **D. Variabel Penelitian**

Menurut (Sugiyono, 2014), variabel penelitian diartikan sebagai suatu atribut, sifat, nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu dan ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Penelitian ini memiliki dua jenis variabel, yaitu:

##### **1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)**

Variabel bebas antecedent atas variabel terikat (Nazir, 2017: 108). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah Kemudahan Penggunaan ( $X_1$ ), Persepsi Manfaat ( $X_2$ ), Ketersediaan Fitur ( $X_3$ ).

##### **2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)**

Variabel terikat yaitu variabel yang tergantung atas variabel lain (Nazir, 2017).

#### **E. Definisi Konseptual Variabel**

Definisi secara konseptual ini bertujuan untuk mempermudah setiap variabel untuk dilakukan pengukuran dan menjelaskan indikator-indikator yang membentuknya. Definisi konseptual dari variabel-variabel penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### **1. Kemudahan Penggunaan ( $X_1$ )**

Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai tingkatan pengguna percaya bahwa teknologi atau sistem dapat digunakan dengan mudah. Kemudahan penggunaan produk merupakan salah satu cara penilaian konsumen terhadap produk.

##### **2. Persepsi Manfaat ( $X_2$ )**

Persepsi Manfaat merupakan ukuran dimana penggunaan teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi penggunanya. Menurut (Davis, 1989) Persepsi Manfaat didefinisikan sebagai sesuatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi, akan meningkatkan kinerjanya dalam bekerja, artinya bahwa adanya manfaat dari fasilitas *internet banking* akan mampu meningkatkan produktivitas kinerja bagi yang menggunakan fasilitas tersebut.

### 3. Ketersediaan Fitur (X<sub>3</sub>)

Fitur merupakan perlengkapan untuk interaktivitas nasabah, adalah kriteria penting yang menarik perhatian para nasabah di dalam penyampaian jasa *internet banking*. Fitur adalah suatu hal yang dipertimbangkan pula oleh seseorang jika membeli suatu produk. Seseorang akan selalu menyelaraskan fitur yang pada produk dengan taksiran yang ditawarkan.

### F. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional ini menjelaskan secara detail mengenai variabel, indikator yang membentuknya serta skala pengukuran yang digunakan untuk mencapai tujuan dalam memperoleh nilai dalam penelitian. Definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Tabel 4. Definisi Operasional Variabel**

No.	Variabel	Indikator	Skala
1.	Kemudahan Penggunaan (X <sub>1</sub> )	1. Mudah dipelajari 2. Fleksibel 3. Dapat mengontrol pekerjaan 4. Sistem mudah dijangkau  <i>(Menurut Davis dalam Chitra 2016:164)</i>	Interval dengan pendekatan <i>semantic defferential</i>
2.	Persepsi Manfaat (X <sub>2</sub> )	1. Mempermudah transaksi pembayaran 2. Mempercepat transaksi pembayaran 3. Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi  <i>(Menurut Andrean Sapta dan I Made Bayu dalam Heny dan Trisna 2020:4)</i>	Interval dengan pendekatan <i>semantic defferential</i>
3.	Ketersediaan Fitur (X <sub>3</sub> )	1. Kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa 2. Keberagaman layanan transaksi	Interval dengan pendekatan

**Tabel 4. (Lanjutan)**

		3. Keberagaman fitur	<i>semantic</i>
		4. Inovasi produk	<i>defferential</i>
		<i>(Menurut Poon dalam Marthauli, dkk 2021:1465)</i>	
4.	Minat Menggunakan (Y)	1. Keinginan menggunakan sistem	Interval dengan pendekatan <i>semantic defferential</i>
		2. Keinginan mengerjakan pekerjaan menggunakan sistem	
		3. Keinginan menggunakan sistem secara sering	
		<i>(Menurut Jogiyanto dalam Novitasari dan Mia 2021 :1389)</i>	

## G. Uji Persyaratan Instrumen

Uji persyaratan instrumen digunakan untuk menguji apakah alat ukur yang kita gunakan dapat mengukur apa yang ingin dicapai dalam penelitian ini serta hasil yang diperoleh nantinya dapat dipercaya atau tidak. Instrumen penelitian dapat berupa tes maupun non tes seperti kuesioner dan observasi. Untuk mendapatkan data yang lengkap dan dapat dibuktikan kebenarannya, maka perlu dilakukan uji persyaratan instrumen. Suatu instrumen dapat dikatakan baik dan efektif apabila memenuhi syarat validitas dan reliabilitas.

### 1. Uji Validitas Instrumen

Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengukur apa yang hendak diukur (Sugiyono, 2014). Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Untuk mengukur tingkat validitas instrumen dapat menggunakan metode korelasi *product moment* dengan rumus sebagai berikut.

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

N = Jumlah peserta tes (testee)

$\sum xy$  = Total perkiraan skor item dan soal

$\sum x$  = Jumlah skor butir pertanyaan

$\sum y$  = Jumlah skor total

$\sum x^2$  = Jumlah kuadrat skor butir pertanyaan

$\sum y^2$  = Jumlah kuadrat skor total

Dengan kriteria pengujian, jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka alat pengukuran tersebut valid, sebaliknya jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka alat pengukuran tersebut tidak valid dengan  $\alpha = 0,05$  dan  $dk = n$  yakni sampel yang diteliti (Rusman, 2018:54).

Setelah selesai mendapatkan koefisien korelasi *product moment* dari setiap item pertanyaan, maka penentuan valid atau tidaknya sebuah item pertanyaan dilakukan dengan membandingkan  $r_{xy}$  terhadap nilai  $r_{tabel}$ . Untuk penentuan nilai r tabel pada derajat bebas ( $db = n-2$ ) dan tingkat signifikansinya adalah 95% ataupun dapat dikatakan  $\alpha = 0.05$ . Keputusan uji validitas dapat ditentukan dengan kriteria yang telah ditentukan yaitu, sebagai berikut:

1. Jika  $r_{xy}$  lebih besar daripada  $r_{tabel}$  maka item pertanyaan tersebut dapat dinyatakan sebagai valid.
2. Jika  $r_{xy}$  lebih kecil daripada  $r_{tabel}$ , maka item pertanyaan tersebut dapat dinyatakan sebagai tidak valid.

Berdasarkan data yang telah didapatkan melalui hasil uji coba variabel 20 responden, kemudian dihitung menggunakan SPSS dengan  $dk=n= 20$  dan  $r= 0,444$  maka diperoleh hasil sebagai berikut:

a. Kemudahan Penggunaan (X1)

Hasil pengujian validitas Kemudahan Penggunaan terdiri dari 7 item pertanyaan, dinyatakan bahwa semua valid dengan  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . sehingga seluruh item pertanyaan dapat dipakai dalam penelitian.

**Tabel 5. Perhitungan Uji Validitas Variabel Kemudahan Penggunaan (X1)**

Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kondisi	Simpulan
X1.1	0,934	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X1.2	0,944	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X1.3	0,951	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X1.4	0,892	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X1.5	0,940	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X1.6	0,909	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X1.7	0,921	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

*Sumber : Hasil Olah Data 2024*

Berdasarkan kriteria tersebut, dengan  $\alpha = 0,05$  dan  $dk = n = 20$  didapat  $r_{tabel}$  0,444. Hasil pengujian validitas kualitas informasi dari 7 item pernyataan dinyatakan semua item pernyataan valid dengan  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

b. Persepsi manfaat (X2)

Hasil pengujian validitas Persepsi Manfaat terdiri dari 6 item pertanyaan, dinyatakan bahwa semua valid dengan  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . sehingga seluruh item pertanyaan dapat dipakai dalam penelitian.

**Tabel 6. Perhitungan Uji Validitas Variabel Persepsi Manfaat (X2)**

Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kondisi	Simpulan
X2.1	0,833	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X2.2	0,877	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X2.3	0,788	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X2.4	0,881	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X2.5	0,880	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X2.6	0,764	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

*Sumber : Hasil Olah Data 2024*

Berdasarkan kriteria tersebut, dengan  $\alpha = 0,05$  dan  $dk = n = 20$  didapat  $r_{tabel}$  0,444. Hasil pengujian validitas persepsi manfaat dari 6 item pernyataan dinyatakan semua item pernyataan valid dengan  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

## c. Ketersediaan Fitur (X3)

Hasil pengujian validitas Ketersediaan Fitur terdiri dari 8 item pertanyaan, dinyatakan bahwa semua valid dengan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  sehingga seluruh item pertanyaan dapat dipakai dalam penelitian.

**Tabel 7. Perhitungan Uji Validitas Variabel Ketersediaan Fitur (X3)**

Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kondisi	Simpulan
X3.1	0,876	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X3.2	0,950	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X3.3	0,825	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X3.4	0,895	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X3.5	0,899	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X3.6	0,859	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X3.7	0,902	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X3.8	0,834	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Hasil Olah Data 2023

Berdasarkan kriteria tersebut, dengan  $\alpha = 0,05$  dan  $dk = n = 20$  didapat  $r_{tabel}$  0,444. Hasil pengujian validitas ketersediaan fitur dari 8 item pernyataan dinyatakan semua item pernyataan valid dengan  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

## d. Minat Menggunakan (Y)

Hasil pengujian validitas Minat Menggunakan terdiri dari 5 item pertanyaan, dinyatakan bahwa semua valid dengan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  sehingga seluruh item pertanyaan dapat dipakai dalam penelitian.

**Tabel 8. Perhitungan Uji Validitas Variabel Minat Menggunakan (Y)**

Item pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kondisi	Simpulan
Y1	0,944	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Y2	0,952	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Y3	0,845	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Y4	0,894	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Y5	0,943	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Hasil Olah Data 2023

Berdasarkan kriteria tersebut, dengan  $\alpha = 0,05$  dan  $dk = n = 20$  didapat  $r_{\text{tabel}} 0,444$ . Hasil pengujian validitas minat menggunakan dari 5 item pernyataan dinyatakan semua item pernyataan valid dengan  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ .

## 2. Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas menunjukkan instrument memiliki tingkat kepercayaan dan keandalan. Reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan dalam penelitian. Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *alfa cronbach*, rumus ini digunakan apabila alternatif jawaban dalam instrumen terdiri dari 3 atau lebih pilihan (ganda maupun essay). Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut.

$$r_{rx} = \left( \frac{n}{n-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

$r_{rx}$  = Reliabilitas instrumen

$n$  = Banyaknya soal (item)

$\sum \sigma_b^2$  = Jumlah varians skor tiap-tiap butir soal

$\sigma_t^2$  = Varians total

Selanjutnya berdasarkan hasil perhitungan *alfa cronbach* dibandingkan dengan  $r$  dari tabel korelasi *product moment*, dengan kriteria apabila  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$  dengan tingkat signifikansi 0,05 maka instrument adalah reliabel dan sebaliknya apabila  $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$  dengan tingkat signifikansi 0,05 maka instrument tidak reliabel. Untuk penentuan keputusan pada pengujian reliabilitas dinyatakan dengan kriteria yang telah ditentukan yaitu, sebagai berikut:

1. Jika  $r_{rx}$  lebih besar daripada  $r_{\text{tabel}}$  maka variabel dapat diartikan sebagai reliabel.
2. Jika  $r_{rx}$  lebih kecil daripada  $r_{\text{tabel}}$  maka variabel dapat diartikan sebagai tidak reliabel.

**Tabel 9. Daftar Interpretasi Koefisien Reliabel**

Koefisien r	Reliabilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

*Sumber : Rusman, 2019*

Berdasarkan perhitungan SPSS versi 25, hasil rekapitulasi pengujian reliabilitas instrumen dengan 20 responden dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 10. Rekapitulasi Reliabilitas Instrumen**

No	Variabel	r <sub>hitung</sub>	Hasil
1	Kemudahan Penggunaan	0,971	Sangat Tinggi
2	Persepsi Manfaat	0,915	Sangat Tinggi
3	Ketersediaan Fitur	0,956	Sangat Tinggi
4	Minat Menggunakan	0,951	Sangat Tinggi

*Sumber : Hasil Olah Data 2023*

Berdasarkan hasil rekapitulasi pengujian reliabilitas instrumen dengan 20 responden menunjukkan bahwa variabel Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Ketersediaan Fitur memiliki reliabilitas sangat tinggi. Hal ini menandakan bahwa instrumen penelitian bisa dipercaya untuk melakukan olah data selanjutnya.

## H. Uji Persyaratan Analisis

Untuk menggunakan alat analisis *statistic parametric* selain diperlukan data yang interval dan rasio juga diperlukan adanya persyaratan uji normalitas dan uji homogenitas.

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan sebagai data yang berdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini, uji normalitas yang dilakukan menggunakan statistik Kolmogorov-Smirnov.

Rumusan Hipotesis :

$H_0$  = Distribusi variabel normal.

$H_1$  = Distribusi variabel tidak normal.

Dengan statistik uji yang digunakan sebagai berikut :

$$D = \max |F_0(X_i) - S_n(X_i)| \quad i = 1, 2, 3, \dots$$

Dimana :

$F_0(X_i)$  = fungsi distribusi frekuensi kumulatif relatif dari distribusi teoritis dalam kondisi  $H_0$ .

$S_n(X_i)$  = distribusi frekuensi kumulatif dari pengamatan sebanyak  $n$ .

Dengan kriteria pengujian membandingkan nilai  $D$  dengan nilai  $D$  pada tabel Kolmogorov-Smirnov dengan taraf nyata  $\alpha$ , maka terdapat aturan pengambilan keputusan dalam uji ini adalah :

Jika  $D \leq D$  tabel, maka terima  $H_0$  dan tolak  $H_1$

Jika  $D \geq D$  tabel maka tolak  $H_0$  dan terima  $H_1$

## 2. Uji Homogenitas

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah data sampel yang diperoleh berasal dari populasi yang bervarians homogen atau tidak. Pada penelitian ini, uji homogenitas yang digunakan adalah metode Bartlett Rumusan Hipotesis:

$H_0$  = Varians populasi homogen.

$H_1$  = Varians populasi tidak homogen.

Metode Bartlett, dilakukan dengan mengikuti langkah sebagai berikut:

- a. Menghitung varians gabungan semua sampel.

$$S^2 = \frac{\sum (n_i - 1)S_i^2}{\sum (n_i - 1)}$$

- b. Harga satuan  $B$ , dengan rumus

$$B = (\text{Log } S^2) \sum (n_i - 1)$$

c. Uji Bartlett digunakan statistik chi-kuadrat, yaitu:

$$\chi^2 = (In10)\{B - \sum (ni - 1)logs_i^2\}$$

Dengan kriteria pengujian, jika  $X^2_{hitung} < X^2_{tabel}$ , maka diterima  $H_0$  varians populasi tersebut bersifat homogen, sebaliknya jika  $X^2_{hitung} > X^2_{tabel}$ , maka terima  $H_1$  berarti varians populasi tersebut tidak homogen.

## I. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Kelinearan Regresi

Uji kelinearan regresi digunakan untuk mengetahui apakah model regresi yang akan digunakan dalam penelitian ini linier atau non linier. Dalam penelitian ini pengujian menggunakan *Ramsey Test* dengan rumus sebagai berikut :

$$F = \frac{(R_{New}^2 - R_{Old}^2)/m}{(1 - R_{New}^2)/(n - k)}$$

Rumusan Hipotesis :

$H_0$  = Model regresi berbentuk linier.

$H_1$  = Model regresi berbentuk non linier.

Dengan kriteria pengujian, apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dengan  $\alpha = 0,05$ , dk pembilang = m, dan dk penyebut = n-k maka  $H_0$  ditolak berarti model regresi adalah tidak linier. Sebaliknya apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dengan  $\alpha = 0,05$ , dk pembilang = m, dan dk penyebut = n-k maka  $H_0$  diterima berarti model regresi adalah linier.

### 2. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas digunakan untuk menguji ada tidak hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel lainnya. Untuk mengetahui hal tersebut maka dapat menggunakan korelasi *product moment* dari Pearson dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$  = koefisien korelasi antara X dengan Y

X = skor gejala X

Y = skor gejala Y

N = jumlah sampel

Rumusan Hipotesis:

$H_0$  = Tidak terdapat hubungan antar variabel independen

$H_1$  = Terdapat hubungan antar variabel independen

Dengan kriteria pengujian, apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  dengan  $dk = n$  dan  $\alpha = 0,05$  maka  $H_0$  diterima, maka tidak terjadi multikorelasi dan sebaliknya apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan  $dk = n$  dan  $\alpha = 0,05$  maka  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima, berarti terjadi multikorelasi.

### 3. Uji Autokorelasi

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi antara data pengamatan atau tidak. Adanya autokorelasi dapat mengakibatkan penaksir mempunyai varians minimum. Dalam penelitian ini menggunakan metode uji autokorelasi yaitu statistik *Durbin-Watson*.

Tahap-tahap pengujian dengan uji *Durbin Watson* sebagai berikut :

- a. Carilah nilai-nilai residu dengan OLS (*Ordinary Least Square*) dari persamaan yang akan di uji dan hitung statistic  $d$  dengan menggunakan persamaan  $d = \frac{\sum_2^t (u_t - u_{t-1})^2}{\sum_1^t u_t^2}$
- b. Menentukan ukuran sampel dan jumlah variabel independen kemudian lihat tabel statistik *Durbin-Watson* untuk mendapatkan nilai-nilai kritis  $d$  yaitu nilai *Durbin-Watson Upper*,  $d_u$  dan nilai *Durbin-Watson*,  $d_l$

Rumusan Hipotesis :

$H_0$  = Tidak terjadi adanya autokorelasi diantara data pengamatan

$H_1$  = terjadi adanya autokorelasi diantara data pengamatan

Dengan kriteria pengujian, apabila nilai statistic Durbin-Watson berada diantara angka 2 atau mendekati angka 2 dapat dinyatakan data pengamatan tersebut tidak memiliki autokorelasi.

#### 4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini digunakan untuk mengetahui apakah variasi residual absolute sama atau tidak sama untuk semua pengamatan. Pendekatan yang digunakan untuk mendeteksi atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu *rank korelasi* dari *spearman*. Kriteria yang digunakan untuk menyatakan apakah terjadi heteroskedastisitas atau tidak menggunakan harga koefisien signifikansi dengan membandingkan tingkat alpha yang ditetapkan maka dapat dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas diantara data pengamatan. Pengujian *rank korelasi spearman* didefinisikan sebagai berikut :

$$r_s = 1 - 6 \left[ \frac{\sum d_i^2}{N(N^2 - 1)} \right]$$

Keterangan :

$r_s$  = koefisien korelasi spearman

$d_i$  = perbedaan dalam rank yang diberikan kepada dua karakteristik yang berbeda dari individu atau fenomena kei.

$N$  = Banyaknya individu atau fenomena yang diberi rank.

Dimana nilai  $r_s$  adalah -1, r, 1.

Rumusan hipotesis :

$H_0$  = Tidak ada hubungan yang sistematis antara variabel yang menjelaskan dan nilai mutlak dari residual.

$H_1$  = Ada hubungan yang sistematis antara variabel yang menjelaskan dan nilai mutlak dari residual.

Dengan Kriteria pengujian, jika nilai t yang dihitung melebihi nilai  $t_{kritis}$ , kita bisa menerima hipotesis adanya heteroskedastisitas, kalau tidak dapat ditolak. Jika model resi meliputi lebih dari satu variabel X,  $r_s$ , dapat dihitung antara  $e_i$  dan tiap variabel X secara terpisah dan dapat

diuji untuk tingkat penting secara statistik dengan pengujian t.

## J. Pengujian Hipotesis

Untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan juga untuk mengukur keeratan hubungan antara variabel X dan variabel Y digunakan analisis regresi. Dalam penelitian ini uji hipotesis dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan regresi linier sederhana dan regresi linier multipel.

### 1. Uji Linier Sederhana

Untuk menguji hipotesis pertama, kedua, ketiga, dan keempat digunakan statistik t melalui regresi linier sederhana, dengan rumus :

$$\hat{Y} = \alpha + bX$$

Nilai  $\alpha$  dan  $b$  dicari dengan menggunakan rumus :

$$\alpha = \frac{(\Sigma Y)(\Sigma X) - (\Sigma X^2)(\Sigma XY)}{n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2}$$

$$b = \frac{n\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2}$$

Keterangan :

$\hat{Y}$  = Subjek dalam variabel yang diprediksikan

$\alpha$  = Nilai *intercept* (konstanta) atau jika harga  $X=0$

$b$  = Koefisien arah regresi penentu ramalan (prediksi) yang menunjukkan nilai peningkatan atau penurunan variabel Y

X = Subjek pada variabel bebas yang memiliki nilai tertentu

Y = Variabel terikat

Dengan mengetahui taraf signifikansi digunakan uji t dengan rumus sebagai berikut :

$$t_o = \frac{b}{s}$$

Keterangan :

$t_o$  = Nilai teoritis observasi

$b$  = Koefisien arah regresi

$s$  = Standar deviasi

Kriteria pengujian hipotesis :

- a. Apabila  $t_o > \alpha$ , maka  $H_0$  ditolak yang menyatakan bahwa adanya pengaruh. Sebaliknya jika  $t_o < \alpha$ , maka  $H_0$  diterima yang menyatakan tidak ada pengaruh dengan  $\alpha = 0,05$  dan  $dk = (n-2)$ .
- b. Apabila  $t_o < \alpha$ , maka  $H_0$  ditolak menyatakan bahwa ada pengaruh. Sebaliknya, jika  $t_o > \alpha$ , maka  $H_0$  diterima yang menyatakan tidak ada pengaruh dengan  $\alpha = 0,05$  dan  $dk (n-2)$ .
- c. Apabila  $t_o < -t$ , maka  $H_0$  ditolak menyatakan bahwa ada pengaruh. Sebaliknya, jika  $-t < t_o < t$ , maka  $H_0$  diterima yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh dengan  $\alpha = 0,05$  dan  $dk (n-2)$ . (Sugiyono, 2014:180).

## 2. Uji Linier Multiple

Untuk hipotesis kelima menggunakan statistik F dengan model regresi linier multiple yaitu suatu model yang menganalisis pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Berikut ini adalah persamaannya:

$$\hat{Y} = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4$$

$$a = \frac{Y - b_1 X_1 - b_2 X_2 - b_3 X_3 - b_4 X_4}{(\sum x_2^2)(\sum x_1 y) - (\sum x_1 x_2)(\sum x_2 y)}$$

$$b_1 = \frac{(\sum x_2^2)(\sum x_1 y) - (\sum x_1 x_2)(\sum x_2 y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1 x_2)^2}$$

$$b_2 = \frac{(\sum x_1^2)(\sum x_2 y) - (\sum x_1 x_2)(\sum x_1 y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1 x_2)^2}$$

$$b_3 = \frac{(\sum x_1^2)(\sum x_2 y) - (\sum x_1 x_2)(\sum x_1 y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1 x_2)^2}$$

$$b_4 = \frac{(\sum x_1^2)(\sum x_2 y) - (\sum x_1 x_2)(\sum x_1 y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1 x_2)^2}$$

Keterangan :

$\hat{Y}$  = Nilai ramalan variabel

$a$  = Nilai *intercept* (konstanta)

$b_1 b_2 b_3 b_4$  = Koefisien arah regresi

$X_1 X_2 X_3 X_4$  = Variabel bebas

Selanjutnya diuji dengan uji F, pengujian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui apakah variabel independen (X1, X2, X3, dan X4) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh X1, X2, X3, X4, terhadap Y, maka dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$F = \frac{JK_{reg}/k}{JK_{res}/(n - k - 1)}$$

Kriteria pengujian hipotesis adalah tolak  $H_0$  jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan jika  $F_{tabel} > F_{hitung}$  dan diterima  $H_0$ , dengan dk pembilang = K dan dk penyebut = n-k-1 dengan  $\alpha = 0,05$ . Sebaliknya, diterima jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  (Rusman, 2018:88).

## V. SIMPULAN DAN SARAN

### A. Simpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data serta hasil uji hipotesis yang telah dilakukan pada variabel kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan ketersediaan fitur memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi mobile banking pada mahasiswa FKIP Universitas Lampung, sehingga didapat kesimpulan sebagai berikut.

1. Kemudahan Penggunaan ( $X_1$ ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi *mobile banking* BNI 46 di *smartphone* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung. Hal ini membuktikan bahwa semakin mudah penggunaannya maka semakin tinggi minat mahasiswa untuk menggunakan aplikasi *mobile banking* BNI 46 di *smartphone*.
2. Persepsi Manfaat ( $X_2$ ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi *mobile banking* BNI 46 di *smartphone* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung. Hal ini membuktikan bahwa semakin baik manfaat pada aplikasi *mobile banking* BNI 46 di *smartphone* maka semakin tinggi pula rasa minat dan ketertarikan mahasiswa untuk menggunakan aplikasi *mobile banking* BNI 46 di *smartphone*.
3. Ketersediaan Fitur ( $X_3$ ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi *mobile banking* BNI 46 di *smartphone* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak fitur yang tersedia pada aplikasi *mobile banking* BNI akan semakin tinggi pula minat menggunakan aplikasi *mobile banking* BNI.

4. Secara keseluruhan, kemudahan penggunaan ( $X_1$ ), persepsi manfaat ( $X_2$ ), dan ketersediaan fitur ( $X_3$ ) secara bersama-sama memiliki pengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan aplikasi *mobile banking* BNI 46 *smartphone* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung. Hal ini membuktikan apabila terdapat kemudahan penggunaan tentu mahasiswa merasa mudah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* BNI 46, terlebih lagi didalam aplikasi tersebut memiliki banyak manfaat yang memudahkan mahasiswa dalam bertransaksi karena tersedianya fitur-fitur yang sangat membantu pada aplikasi dalam melakukan suatu transaksi.

## **B. Saran**

Berdasarkan penjelasan dari kesimpulan yang telah disampaikan, maka dapat diberikan saran yang meliputi sebagai berikut:

1. Aplikasi *Mobile Banking* BNI 46 diharapkan terus berinovasi dalam mengembangkan aplikasi *mobile banking* BNI 46 agar para pengguna selalu nyaman dan merasa mudah dalam menggunakannya ketika melakukan sebuah transaksi.
2. Mahasiswa diharapkan dapat merasakan manfaat dari aplikasi *mobile banking* BNI 46, mulai dari manfaat efisiensi waktu dan juga fleksibel dalam menggunakannya aplikasi *mobile banking* BNI 46.
3. Ketersediaan Fitur yang ada pada aplikasi *mobile banking* BNI 46 diharapkan agar dapat selalu dikembangkan fitur-fitur di dalamnya, dipelihara segi keamanannya, dan juga efektivitasnya. Sehingga para pengguna tidak mudah berpaling ke aplikasi lain dan juga aplikasi *mobile banking* BNI dapat selalu bersaing.
4. BNI 46 diharapkan selalu meningkatkan kualitas aplikasi *mobile banking* mulai dari kemudahan penggunaannya, manfaat yang di dapatkan oleh pengguna serta ketersediaan fitur yang semakin baik lagi guna menarik minat menggunakan aplikasi *mobile banking* BNI di *smartphone* agar lebih banyak dan disukai para pengguna.

# **DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR PUSTAKA

- Aksami, N. M. D., & Jember, I. M. 2019. Analisis Minat Penggunaan Layanan E Money Pada Masyarakat Kota Denpasar. *E-jurnal EP Unud*, 8(10).
- Anderson, J. 2010. *M-Banking In Developing Marketing Competitive and Regulatory Implication*, Info, Vol. 12 pp. 18-25.
- Anasti, A.P., Rupaidah, E., Nurdin. (2017). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kopma Digital. *JEE (Jurnal Edukasi Ekobis)*, Vol 5, No. 6. Hal 6.
- Bangkara, R. P. dan M. N. P. S. Harta. 2016. Pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Perceived Easy of Use* Pada Minat Penggunaan *Internet Banking* dengan *Attitude Toward Using* sebagai Variabel Intervening. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 16(3): 2408-2434.
- Davis, F. D. 2010. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*. 13(3): 319-339.
- Fernos, John., dan Mairizal Alfadino. 2021. Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada Pt. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Koto Baru, Dharmasraya. *Jurnal Manajemen Universitas BungHatta*, Vol. 16, No. 2. Hal. 116.
- Hasanah, W., Nurdin., Rahmawati. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi, Gaya Hidup, Konformitas, Dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung. *Economic Education and Entrepreneurship Journal*, Vol. 2, No. 1. Hal. 2.
- Hermansyah, A., Rusman, T., Nurdin. (2016). Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah. *JEE (Jurnal Edukasi Ekobis)*, Vol. 4, No. 5. Hal. 2-3.

- Hernan E. Riquell Rosa. 2010. The Moderating Effect Of Gender In The Adoption Of Mobile Banking. *International Journal Of Bank Marketing*. Vol.28 iss 5p. 328-341.
- Jefri Wandu, Syamsul Bachri. 2020. Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Keuntungan, Persepsi Keamanan, Terhadap Minat Nasabah BNI Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal Ilmumenejemen Universitas Tadulako*. 6 : 89-90.
- Jogiyanto. 2018. *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta; Andi.
- Kolter, P., & Keller K.L. 2012. *Manajemen Pemasaran (Edisi ke-14)*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lisnawati, D., Rusman, T., Rizal, Y. (2018). Kepercayaan Masyarakat, Bauran Produk, Lokasi Dan Pemasaran Produk Terhadap Minat Menabung. *JEE (Jurnal Edukasi Ekobis)*, Vol. 6, No. 4. Hal. 4.
- Makmuriyah, Amatun Nur. 2020. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Kota Semarang). *Jurnal Pendidikan, Hukum dan Bisnis*, Vol. 5, No. 1. Hal. 39.
- Marthauli., R. Elly Miranti dkk. 2021. Pengaruh Ketersediaan Fitur Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan BCA Mobile Di Wilayah Jabodetabek. *Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan*, Vol. 8, No. 1. Hal. 1465.
- Nurhayani, Ulfa. 2012. Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Untuk Mengikuti Pendidikan Profesi Akuntansi (Ppak) (Studi Empiris Pada Perguruan Tinggi Swasta Medan). *Jurnal Mediasi*, Vol. 4, No.1. Hal. 61.
- Putra, Wirmie Eka dkk. 2020. Determinan Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wajib Pajak Dalam Penggunaan *E-Filing*. *Jurnal SIKAP*, Vol. 4, No. 2. Hal. 176.
- Romadloniyah, Alifatul Laily., dan Dwi Hari Prayitno. 2018. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi*, Vol. 3, No. 2. Hal. 701.
- Rusman, T. 2012. *Modul Aplikasi Statistik Penelitian dengan SPSS*. Bandar Lampung: Pendidikan Ekonomi
- Sugiyono. 2014. *Statistika Untuk Penelitian (Edisi Ke-25)*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta. Bandung.
- Sukmawanti. (2016). *Aplikasi TAM, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan dalam Menjelaskan Niat Menggunakan Internet Banking*. *E- Journal Manajemen Universitas Udayana, Bali* 3(4): h. 1100-1118.
- Soetam Rizky Wicaksono. 2022. *Teori Dasar Technology Acceptance model*. CV Seribu Bintang, Malang. 32 hlm.
- Syardiansah. 2016. Hubungan Motivasi Belajar dan Minat Belajar terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Mata Kuliah Pengantar Manajemen (Studi kasus Mahasiswa Tingkat I EKM A Semester II). *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol. 5, No. 1. Hal. 444.
- Wibowo, S.F. 2015. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta)*. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. 6(1), 440-4445.
- Yulianti, E.I., Rusman, T., Nurdin. (2018). Pengaruh Persepsi Konsumen Tentang Harga, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *JEE (Jurnal Edukasi Ekobis)*, Vol. 6, No. 4. Hal. 5.