

**PENGARUH PERSEPSI RISIKO, MANFAAT, DAN KEAMANAN
TERHADAP PENGGUNAAN LAYANAN MOBILE BANKING
PADA BANK MANDIRI DI SURABAYA**

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Jurusan Manajemen



Oleh :

HENY RAHMAWATI

NIM : 2012210059

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
S U R A B A Y A
2016**

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : HenyRahmawati
Tempat, TanggalLahir : Bangkalan, 13April1994
N.I.M : 2012210059
Program Studi : Manajemen
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : ManajemenPerbankan
Judul : Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat, dan Keamanan Terhadap Penggunaan Layanan *mobile banking* pada Bank Mandiri di Surabaya

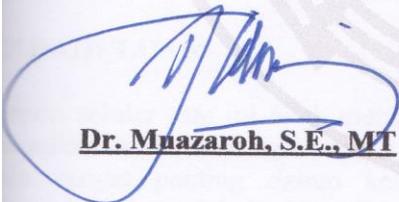
Disetujuidanditerimabaikoleh :

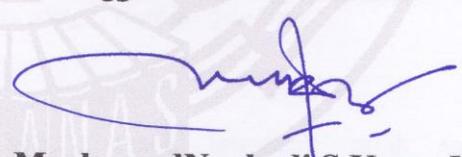
Ketua Program Jurusan Manajemen

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 03-10-2016

Tanggal : 03-10-2016


Dr. Muazaroh, S.E., MT


MochamadNurhadi.S.Kom., M.M.

THE EFFECTS OF RISK PERCEPTION, BENEFIT, AND SAFETY ON USAGE MOBILE BANKING SERVICES AT BANK MANDIRI IN SURABAYA

HENY RAHMAWATI
STIE Perbanas Surabaya
Email: henyrahmaa94@gmail.com
Jl. Nginden Semolo 34-36 Surabaya

ABSTRACT

This study examined the influence of the risk perceptions, benefits, and safety on usage mobile banking services in Surabaya. The Methods of data collection using questionnaires distributed to 100 respondents user of mobile banking at Bank Mandiri Surabaya with research areas conducted in Surabaya. The Testing analysis using SPSS 20.0 for windows that were used to analyze multiple linear regression and classical assumption test consisting of four trials that normality test, multicoleniritites, autocorrelation, and heteroscedasticity test. The independent variable used in this study was the risk perceptions, benefits, and security while the dependent variable was the user of mobile banking services. The results of this research simultaneous test showed that the risk perception variables, benefits and security (independent) simultaneously have given significant effect on usage of variable mobile banking services (dependent). The results of research partial test showed that the risk perception have given significant negative effect on usage of mobile banking services at Bank Mandiri in Surabaya, while the variable benefits showed the positive significant effect on usage variable of mobile banking services at Bank Mandiri in Surabaya, and for the security variable did not show significant effect on usage of mobile banking services at Bank Mandiri in Surabaya.

Keywords: *The risk perceptions, benefits, security, usage, mobile banking*

PENDAHULUAN

Telepon seluler saat ini telah menjadi alat komunikasi serta informasi yang memiliki peran sangat penting dalam kehidupan masyarakat dan telah berkembang sangat pesat. Telepon seluler dapat memberikan manfaat yang luar biasa bagi kehidupan masyarakat baik dalam berkomunikasi, berbisnis, bekerja, ataupun bertransaksi. Globalisasi sangat mempengaruhi seluruh aspek kehidupan, baik dalam perkembangan ilmu pengetahuan ataupun dalam gaya hidup.

Maraknya penggunaan telepon seluler atau ponsel saat ini, banyak dari aspek kehidupan yang menggunakan internet

serta ponsel, termasuk salah satunya industri perbankan. Maraknya ponsel saat ini dapat menciptakan evolusi bagi layanan perbankan untuk mencapai populasi melalui *mobile banking* (m-banking). Penggunaan *mobile banking* dapat membuat layanan keuangan lebih mudah diakses.

Mobile banking atau yang biasa lebih dikenal dengan m-banking merupakan layanan atau fasilitas yang menggunakan alat komunikasi bergerak, dengan menyediakan fasilitas untuk bertansaksi perbankan melalui pesan singkat (sms) yang disediakan oleh perbankan. Dengan

adanya layanan *mobile banking* dan ponsel, transaksi perbankan yang sebelumnya dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, kini dapat dilakukan tanpa harus datang ke bank, dengan hanya menggunakan ponsel nasabah bisa menghemat waktu dan biaya. Layanan *mobile banking* dapat memberikan kemudahan kepada para nasabah untuk melakukan transaksi perbankan seperti transfer, cek saldo, dan lain-lain. Dengan adanya fasilitas *mobile banking* maka nasabah akan lebih merasa efektif dan efisien.

Maraknya perkembangan bisnis *mobile banking* di Indonesia perlahan dapat menggeser gaya perbankan yang konvensional yang dapat melibatkan puluhan juta nasabah bank di Indonesia. Bukan sesuatu yang mudah untuk menggeser pola kebiasaan lama *cash and carry banking* atau *old banking style* ini menjadi *new banking style*.

Bagi perekonomian Indonesia dunia perbankan sangat penting, sehingga ada anggapan bahwa dunia perbankan merupakan nyawa untuk menggerakkan roda perekonomian suatu negara. Tetapi apabila tidak didukung dengan adanya nasabah roda perbankan tidak dapat berjalan. Sebagai nasabah memiliki berbagai pertimbangan kriteria yang dijadikan dalam memilih usaha perbankan yang akan dipergunakan. Penerapan strategi pemasaran dapat mempengaruhi nasabah maupun konsumen sehingga nasabah membuat suatu keputusan dan mempunyai keinginan untuk menggunakan fasilitas layanan *mobile banking*.

Keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* dapat dipengaruhi oleh akal pemikiran atas bagaimana informasi pengetahuan yang diperoleh. Salah satunya ialah faktor persepsi manfaat, merupakan hal yang sangat diperhatikan oleh nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Sebuah layanan yang mampu memberikan manfaat pada dasarnya dapat diterima dengan baik oleh nasabah. Semakin menanjak jauh dibandingkan transaksi pada tahun 2013 yang hanya Rp42 triliun,

nasabah merasa *mobile banking* bermanfaat maka nasabah semakin sering menggunakan fasilitas layanan *mobile banking*.

Persepsi merupakan proses yang digunakan oleh individu untuk dapat mengorganisasi, memilih, dan menginterpretasi masukan informasi guna untuk menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti (Kotler, 2014:172). Persepsi manfaat secara tidak langsung juga dapat mempengaruhi sikap penggunaan layanan *mobile banking*, serta nasabah diharapkan untuk dapat lebih sering menggunakan layanan perbankan *mobile banking* sebagai transaksi perbankan non tunai yang lebih fleksibel.

Selain persepsi manfaat, risiko juga dapat mempengaruhi sikap penggunaan layanan *mobile banking*, risiko dapat dilihat dari bagaimana tindakan yang dilakukan oleh bank dalam memperkecil risiko dari penggunaan layanan *mobile banking*. Apabila tindakan bank dalam memperkecil risiko telah terlaksana, maka akan berdampak positif terhadap minat konsumen terhadap layanan yang telah ditawarkan. Selain itu keamanan dalam menjaga data pribadi serta keamanan aplikasi yang berjalan pada perangkat akan kekhawatiran adanya hacker juga dapat mempengaruhi sikap penggunaan layanan *mobile banking*.

Dalam penelitian ini, penulis mengambil jasa layanan perbankan *mobile banking* Bank Mandiri. Seperti Bank Mandiri yang mengikuti perkembangan dalam teknologi berbasis perbankan yang salah satunya lebih dikenal dengan MANDIRI mobile. *Mobile banking* MANDIRI terdapat berbagai macam transaksi online diantaranya yaitu mengecek saldo rekening, transfer, mengecek transaksi yang telah dilakukan dalam membayar berbagai macam tagihan seperti tagihan listrik, telepon, pengisian pulsa serta transaksi perbankan lainnya. Menurut catatan bank MANDIRI jumlah transaksi MANDIRI MOBILE sepanjang tahun 2014 mencapai Rp 112 triliun, yang

dengan jumlah pengguna 6,6 juta orang serta pengguna yang aktif 1,1 juta orang (www.republika.co.id).

Sehubungan dengan uraian di atas, Penulis tertarik untuk melakukan penelitian pengaruh persepsi risiko, manfaat, dan keamanan terhadap penggunaan layanan *mobile banking* pada

Bank Mandiri di Surabaya. Hal ini dilakukan untuk mengetahui lebih jauh tentang pengaruh persepsi risiko, manfaat, dan keamanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile banking* pada Bank Mandiri di Surabaya.

RERANGKA TEORISTIS dan HIPOTESIS

Mobile banking merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau smartphone. Layanan *mobile banking* juga dapat digunakan dengan menggunakan menu yang sudah tersedia pada *SIM Subscriber Identity Module* card, atau melalui aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh nasabah. Fitur layanan *mobile banking* antara lain adalah layanan informasi saldo, mutasi rekening, tagihan kartu kredit, suku bunga dan layanan transaksi, seperti transfer, pembayaran berbagai macam tagihan yaitu tagihan listrik, air, pajak, kartu kredit, asuransi dan internet, berbagai macam pembelian pulsa dan tiket dan berbagai macam transaksi lainnya. Menurut Maryanto Supriyono (2010:65) kemajuan pesat teknologi komputer baik perangkat keras maupun perangkat lunak, sistem jaringan dan komunikasi data memberikan dampak yang luar biasa kepada jasa perbankan secara elektronik. *Mobile banking* memberikan banyak manfaat baik bagi nasabah dan bank. Manfaat bagi nasabah ialah *mobile banking* memberikan kemudahan bertransaksi dalam hal waktu, tempat, dan biaya.

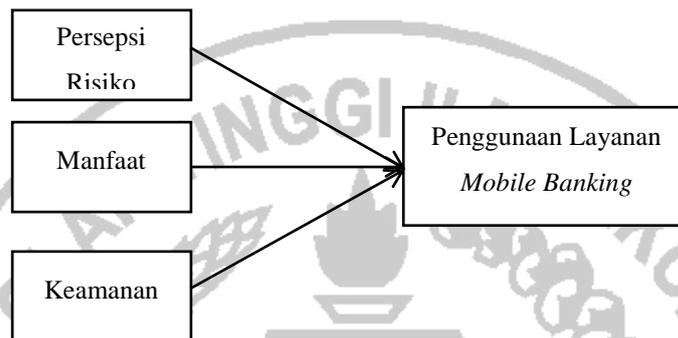
Persepsi risiko didefinisikan sebagai ketidakpastian yang dihadapi konsumen ketika mereka tidak mampu melihat kemungkinan yang akan terjadi (Tatik Suryani, 2013:86). Sedangkan menurut (Jogiyanto, 2007:71) Persepsi risiko merupakan persepsi-persepsi pelanggan yang dimana tentang ketidakpastian serta

konsekuensi-konsekuensi yang tidak diinginkan dalam melakukan suatu hal atau kegiatan. Bila di hubungkan dengan konteks penelitian persepsi risiko adalah persepsi pengguna internet terhadap ketidakpastian dan konsekuensi yang dihadapi saat menggunakan transaksi secara online karena penggunaan transaksi online tidak terlepas dari risiko. Menurut Dowling dan Staelin dalam Pavlou (2003), risiko dapat dilihat dari tindakan yang dilakukan oleh bank untuk memperkecil risiko dari penggunaan *mobile banking*.

Persepsi manfaat dalam *mobile banking* didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Jogiyanto, 2007). Dari definisinya, diketahui bahwa persepsi manfaat merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Menurut Lewis (2010) terjadi hubungan yang signifikan antara persepsi manfaat dengan sikap penggunaan teknologi informasi. Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kemanfaatan penggunaan teknologi informasi terdapat dari kepercayaan penggunaan teknologi informasi, dengan satu kepercayaan bahwa penggunaan teknologi informasi dapat memberikan kontribusi yang positif. Keamanan adalah persepsi nasabah bahwa penggunaan layanan *mobile banking* dapat terlindungi dari terjadinya pencurian atau segala bentuk penyalahgunaan lainnya. Keamanan merupakan unsur penting yang

dipertimbangkan nasabah (Tatik Suryani, 2013:86).Keamanan sistem dalam *mobile banking* mengacu pada perlindungan terhadap semua sumber daya informasi dari ancaman pihak-pihak yang tidak berhak. Keamanan informasi adalah untuk memastikan bahwa informasi hanya dibaca, diubah, didengar, disebar dan tidak digunakan oleh orang-orang yang tidakberhakuntukmelakukannya.Berdasarkan

an penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator yang mempengaruhi penggunaan layanan *mobile banking* adalah persepsi risiko yang dirasakan oleh nasabah dalam penggunaan layanan *mobile banking*, manfaat penggunaan *mobile banking* yang dapat meningkatkan kinerja pekerjaan nasabah serta keamanan layanan *mobile banking*.



Gambar 1
Rerangka Pemikiran

HIPOTESIS PENELITIAN

Berdasarkan rerangka pemikiran tersebut maka Hipotesis yang dirumuskan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H1: Persepsi risiko memiliki pengaruh signifikan positif terhadap penggunaan layanan *mobile banking* Bank MANDIRI di Surabaya.
- H2: Manfaat memiliki pengaruh signifikan positif terhadap penggunaan layanan *mobile banking* Bank MANDIRI di Surabaya.

H3: Keamanan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap penggunaan layanan *mobile banking* Bank MANDIRI di Surabaya.

H4: Persepsi risiko, manfaat, dan keamanan secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan layanan *mobile banking* Bank MANDIRI di Surabaya.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Desain penelitian merupakan rencana menentukan sumber daya serta data yang akan digunakan untuk diolah dalam rangka untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Penelitian yang dilakukan berdasarkan metode pengumpulan data, penelitian ini menggunakan kuisisioner untuk diisi. Data yang didapat dari kuisisioner yang dibagikan pada responden menggunakan skala Likert yang berupa

ekspresi pertanyaan dengan penilaiannya mulai dari skor 1 untuk sangat tidak setuju sampai dengan 5 untuk sangat setuju. Sumber indikator dari kuisisioner tersebut merupakan dari beberapa penelitian mengenai persepsi risiko, manfaat, keamanan, dan penggunaan layanan *mobile banking* yang dilakukan oleh Khasawneh MHA (2015) dan Safeena (2012). Sedangkan berdasarkan sumber datanya, penelitian ini adalah termasuk penelitian primer bersumber dari kuisisioner yang

disebarkan kepada nasabah Bank MANDIRI pengguna *mobile banking* di Surabaya.

Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti memberikan batasan agar penelitian sesuai dengan harapan. Objek penelitian ini yaitu untuk meneliti nasabah Bank MANDIRI pengguna *mobile banking* di Surabaya dengan batasan penelitiannya yang meliputi variabel persepsi risiko, manfaat, dan keamanan terhadap penggunaan layanan *mobile banking* Bank MANDIRI di Surabaya.

Identifikasi Variabel

Mengenai variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah persepsi risiko, manfaat, dan keamanan sebagai variabel bebas dan untuk variabel terikat yang digunakan adalah penggunaan layanan *mobile banking*.

Definisi Operasional

Penggunaan *mobile banking* dapat didefinisikan *Mobile banking* Bank Mandiri membantu nasabah untuk melakukan transaksi perbankan secara privasi. Merupakan pendapat responden mengenai dalam bertansaksi dengan menggunakan layanan *mobile banking* bank Mandiri dilakukan secara privasi. *Mobile banking* berguna dalam mengelola kegiatan keuangan nasabah. Merupakan pendapat responden mengenai layanan *mobile banking* bank Mandiri dapat berguna dalam mengelola keuangan. Persepsi risiko dalam penggunaan *mobile banking* dapat diartikan risiko penipuan untuk layanan transaksi online rendah, Merupakan pendapat responden mengenai layanan *mobile banking* bank Mandiri di Surabaya untuk memberikan perlindungan terhadap penipuan layanan *mobile*

banking. Semakin tinggi kekhawatiran responden atas risiko penipuan layanan *mobile banking*.

Manfaat dalam penggunaan *mobile banking* Bank Mandiri di Surabaya dapat didefinisikan adalah sejauh mana nasabah percaya bahwa menggunakan *mobile banking* akan meningkatkan pekerjaan mereka. Apabila nasabah merasa percaya bahwa *mobile banking* memiliki manfaat dan berguna, maka dia akan menggunakannya.

Keamanan dalam penggunaan layanan *mobile banking* Bank Mandiri di Surabaya dapat diartikan nasabah merasa aman dalam melakukan transaksi karena setiap nasabah mempunyai nomor PIN yang berbeda, Bank tidak akan mengekspos informasi pribadi kepada pihak ketiga, Percaya terhadap teknologi *mobile banking* yang dapat menjamin keamanan

Populasi, Sampel , dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi merupakan jumlah dari keseluruhan objek (satuan atau individu) yang karakteristiknya akan diduga (Danang Sunyoto, 2012 : 47). Populasi yang ditentukan dalam penelitian ini adalah nasabah bank MANDIRI yang menggunakan *mobile banking* di Surabaya. Sampel merupakan sebagian dari populasi yang karakteristiknya akan diteliti serta dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi (Danang Sunyoto, 2012 : 47). Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna *mobile banking* bank MANDIRI yang ada di Surabaya yang memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Nasabah pengguna *mobile banking* Surabaya
2. Nasabah minimal berusia 19 tahun
3. Nasabah memiliki fasilitas akses *mobile banking*

Analisis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dimana data tersebut diperoleh secara langsung dari hasil survey dengan mengedarkan kuisioner kepada responden. Data primer

merupakan data yang diperoleh langsung dari sumbernya. Data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini seperti data identitas responden.

Uji Validitas

Pengujiannya dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor individu masing-masing pernyataan dengan skor total dari variabel. Dengan tingkat signifikansi <0,05 maka variabel tersebut

di nyatakan valid, Suatu item adalah tidak valid jika nilai signifikasinya melebihi nilai $(\alpha) = 0,05$ atau tidak terdapat korelasi yang signifikan antara item pertanyaan tersebut dengan skor total seluruh item pertanyaan.

Uji Reliabilitas

Suatu kuisioner akan dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Teknik yang digunakan dalam menguji keandalan kuisioner pada penilaian ini adalah metode *split-half* dari *spearman-Brown*. Pengujian reliabilitas dianalisis menggunakan teknik

dari Cronbach yaitu *Cronbach's Alpha* yang terdapat pada program SPSS suatu variabel atau konstruk dikatakan reliabel jika pemberian nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,60$ dala imam Ghozali (2011: 48). Secara umum apabila keandalan kurang dari 0,60 maka dianggap buruk, jika keandalan dalam 0,70 bisa diterima, dan jika lebih dari 0,80 maka dianggap baik.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis statistik yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan program komputer SPSS. Persamaan regresi yang diharapkan terbentuk dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

α = koefisien konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = koefisien regresi

X1 = persepsi risiko

X2 = maanfaat

X3 = keamanan

Y = penggunaan *mobile banking*

e = error

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis statistik yang diperoleh dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel.

Tabel 1
KOEFISIEN REGRESI LINIER BERGANDA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	17,520	2,425		7,225	,000		
X1	-,356	,142	-,242	-2,503	,014	,967	1,034
X2	,351	,113	,300	3,105	,003	,968	1,034
X3	-,068	,064	-,102	-1,067	,289	,988	1,012

Sumber : Data diolah

Tabel 2
HASIL ANALISIS UJI SIMULTAN (UJI F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	65,706	3	21,902	4,939	,003 ^b
	Residual	425,734	96	4,435		
	Total	491,440	99			

Sumber : Data diolah

Tabel 3
KOEFISIEN DETERMINAN SIMULTAN
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,366 ^a	,134	,107	2,106	2,226

Sumber : Data diolah

Tabel 4
HASIL PERHITUNGAN UJI T
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	17,520	2,425		7,225	,000		
	X1	-,356	,142	-,242	-2,503	,014	,967	1,034
	X2	,351	,113	,300	3,105	,003	,968	1,034
	X3	-,068	,064	-,102	-1,067	,289	,988	1,012

Sumber : Data diolah

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, koefisien regresi untuk persepsi risiko adalah negatif 0,356 Artinya apabila variabel persepsi risiko (variabel bebas) mengalami penurunan sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan peningkatan pada variabel penggunaan (variabel bebas) sebesar 0,356 satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan. Sebaliknya apabila variabel persepsi risiko mengalami peningkatan sebesar satu satuan maka akan terjadi penurunan pada variabel penggunaan sebesar 0,356 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa tingkat signifikansi pada uji F adalah 0,003. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,003 < 0,05$ berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima yang mengindikasikan secara keseluruhan variabel persepsi risiko, manfaat, dan keamanan

secara bersamaan mempunyai pengaruh yang signifikan variabel penggunaan layanan *mobile banking* Bank Mandiri di Surabaya.

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi R square yang terjadi pada tabel di atas adalah 0,134. Hal ini menunjukkan perubahan atau variasi yang terjadi pada variabel terikat sebesar 13,4 persen yang disebabkan oleh variabel bebas secara bersamaan dan sisanya sebesar 86,6 persen disebabkan oleh variabel lain diluar kedua variabel yang digunakan penelitian ini.

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui uji t dari probabilitas signifikansi. Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$ maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima.

a. Persepsi Risiko Terhadap Penggunaan *Mobile Banking*

Berdasarkan tabel bisa dilihat angka signifikansi variabel persepsi risiko sebesar 0,014 lebih kecil dari ketentuan 0,05 ($0,014 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian dapat variabel persepsi risiko berpengaruh signifikan negatif terhadap variabel penggunaan layanan *mobile banking*.

b. Manfaat Terhadap Penggunaan *Mobile Banking*

Berdasarkan tabel diatas maka bisa dilihat angka signifikansi dari variabel manfaat sebesar 0,003 lebih kecil dari ketentuan angka signifikansi 0,05 ($0,003 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel manfaat berpengaruh signifikan positif terhadap variabel penggunaan *mobile banking*.

c. Keamanan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking*

Berdasarkan data diatas, diperoleh angka signifikansi dari variabel keamanan sebesar 0,289 yang menunjukkan bahwa angka tersebut lebih besar dari ketentuan angka signifikansi 0,05 ($0,289 > 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak. Dengan demikian variabel keamanan berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel penggunaan *mobile banking*.

Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Penggunaan Layanan *Mobile Banking* Bank Mandiri di Surabaya

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan pada penelitian ini, menunjukkan bahwa nilai signifikan yaitu 0,014 lebih kecil dari taraf signifikan yaitu 0,05 dan hasil beta sebesar -0,242, sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile banking* Bank Mandiri. Hasil negatif signifikan dapat diartikan bahwa semakin tinggi persepsi nasabah akan risiko yang akan didapat maka akan semakin kecil minat nasabah untuk

menggunakan *mobile banking* Bank Mandiri. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah persepsi nasabah akan risiko yang akan didapat maka akan semakin besar minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* Bank Mandiri.

Hasil dalam penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Khasawneh MHA (2015) yang menyatakan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh negatif terhadap adopsi penggunaan layanan *mobile banking* di Jordania. Hal ini disebabkan oleh perbedaan sampel, penelitian terdahulu menggunakan 404 sampel sedangkan peneliti sekarang menggunakan 100 sampel dan juga tempat yang berbeda. Lokasi penelitian terdahulu di Jordania dan penelitian sekarang di Surabaya.

Pengaruh Manfaat Terhadap Penggunaan Layanan *Mobile Banking* di Surabaya

Berdasarkan uji t variabel manfaat yang telah dilakukan pada penelitian ini, dapat dilihat bahwa variabel manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile banking* Bank Mandiri di Surabaya, Hal tersebut dapat disimpulkan pada hasil uji t yang telah dilakukan pada penelitian ini bahwa nilai signifikansi yaitu sebesar 0,003 lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu sebesar 0,05 dan hasil beta sebesar 0,351.

Hasil ini mendukung penelitian yang terdahulu yang dilakukan oleh Khasawneh MHA (2015) dan Rahmath Safeena (2012) dimana hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan berpengaruh positif signifikan terhadap adopsi layanan *mobile banking* di Jordania. Manfaat dalam transaksi online merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Dengan demikian jika nasabah merasa percaya bahwa sistem informasi maka dia akan menggunakannya. Dalam penelitian Rahmath Safeena (2012) menunjukkan bahwa manfaat dan kemudahan

penggunaan merupakan faktor penting dalam penggunaan *mobile banking*.

Pengaruh Keamanan Terhadap Penggunaan Layanan *Mobile Banking* di Surabaya

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile banking* Bank Mandiri. Hal tersebut dapat di simpulkan dari nilai signifikan pada uji t yaitu sebesar 0,289 lebih besar dari nilai taraf signifikan yaitu sebesar 0,05 dan hasil beta sebesar 0,68.

Hasil dalam penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Khasawneh MHA (2015) yang menyatakan bahwa keamanan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap adopsi layanan *mobile banking* di Jordania. Keamanan *mobile banking* sendiri kini telah menjadi perhatian utama bagi institusi perbankan. Hal ini disebabkan karena perbedaan jumlah sampel dan tempat penelitian yang berbeda serta pengujian pada peneliti terdahulu menggunakan pls sedangkan peneliti saat ini menggunakan spss.

KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Melalui hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Variabel persepsi risiko secara parsial mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile banking* Bank Mandiri di Surabaya, variabel Manfaat secara parsial mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile banking* Bank Mandiri di Surabaya, variabel Keamanan secara parsial mempunyai pengaruh tidak signifikan

terhadap penggunaan layanan *mobile banking* Bank Mandiri di Surabaya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang diantaranya adalah Terdapat kendala pada penyebaran kuisisioner, karena banyak nasabah responden yang menolak dalam pengisian kuesioner dengan alasan terlalu sibuk sehingga tidak bisa meluangkan waktu sedikit untuk mengisi kuesioner tersebut.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, saran-saran yang dapat diberikan adalah

Bagi Bank Mandiri :

Berdasarkan hasil penelitian, nasabah merasa bahwa meskipun lingkungan sekitar telah merekomendasikan atau memberikan informasi mengenai *mobile banking* Bank Mandiri, hal tersebut tidak mempengaruhi nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* Bank Mandiri dimasa yang akan datang. Oleh karena itu, sudah seharusnya Bank Mandiri memberikan nilai lebih pada layanan *mobile banking*. Nilai lebih tersebut bisa dilakukan dengan cara memberikan poin atau *reward* kepada nasabah ketika melakukan transaksi *via mobile banking*. Selain itu langkah-langkah yang dilakukan Bank Mandiri sudah sangat baik untuk meningkatkan manfaat dalam penggunaan layanan *mobile banking*.

Bagi Penelitian yang akan Datang :

Memperluas wilayah penyebaran kuisisioner penelitian sehingga bisa memperoleh gambaran penelitian yang lebih luas. Untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal maka disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk mengambil jumlah responden yang lebih banyak serta menambahkan jumlah variabel bebas.

DAFTAR RUJUKAN

- Danang, S. 2012. *Dasar-dasar manajemen pemasaran*. Cetakan Pertama, Caps, Yogyakarta.
- Farzianpour, F. 2014. Consumers Perceived Risk and its Effect on Adopsi Of Online Banking Services. *American Journal of Applied Sciences*, 47-56.
- Hadyan, F. 2014. Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kesesuaian dan Persepsi Risiko Terhadap Sikap Penggunaan *Mobile Banking*. Malang.
- Ghozali Imam. 2011. *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- <http://www.republika.co.id> (di akses pada tanggal 29 Januari 2015)
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keprilakuan*. Yogyakarta : ANDI.
- Kotler, Philip, dan G. Amstrong. 2014. *Principles of Marketing Global Edition*. 15th Edition New Jersey : Prentice – Hall Inc.
- Kuncoro, M. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Edisi 3. Jakarta : Erlangga.
- Maryanto Supriyono. 2010. *Buku Pintar Perbankan Jogjakarta* : CV. ANDI OFFSET
- MHA., Kashawneh. 2015. A Mobile Banking Adoption Model in the Jordanian Market: An Integration of TAM with Perceived Risks and Perceived Benefits. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 20-128.
- Nasri, Wadie. 2011. Factors Influencing the Adoption of Internet Banking in Tunisia. *International Journal of Business and Management*. Vol. 6, No. 8
- Nicolaou, A., I. 2013. A Contingency Model of Perceived Effectiveness in Accounting Information System : Organizational Coordination and Control Effect. *International Journal of Accounting Information System* : Vol. 1, No 91.
- Pavlou, P., A. 2003. Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with The Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*.
- Safeena, R. 2012. Technology Adoption and Indian Consumers: Study on Mobile Banking. *Journal of computer theory and engineering*: Vol. 4, No.6.
- Salimon, G., M. 2016. The influence of E-Satisfaction, E-Trust and Hedonic Motivation on the Adoption of E-banking and Its Determinants in Nigeria: A Pilot Study. *College of business*
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RND*. Bandung : Alfabeta
- Tatik S. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

