

**PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN
PENGUNAAN, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP
SIKAP NASABAH PENGGUNA *MOBILE BANKING*
DI BANK BRI SIDOARJO**

ARTIKEL ILMIAH

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



Oleh :

SHEILA NANDA AYU PRAMUDITA

NIM : 2013210296

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2017**

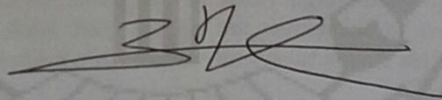
PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Sheila Nanda Ayu Pramudita
Tempat, Tanggal Lahir : Purwokerto, 27 Januari 1995
NIM : 2013210296
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Sarjana
Kosentrasi : Manajemen Perbankan
Judul : Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Sikap Nasabah Pengguna *Mobile Banking* Di Bank BRI Sidoarjo

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing

Tanggal : 27 - 8 - 2017



(Dr. Ronny, S.Kom, M.Kom, M.H)

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen

Tanggal : 27 - 8 - 2017



(Dr. Muazaroh, S.E, M.T)

**PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN,
DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP SIKAP NASABAH PENGGUNA *MOBILE*
BANKING DI BANK BRI SIDOARJO**

Sheila Nanda Ayu Pramudita

STIE Perbanas Surabaya

Email : sheilananda2701@gmail.com

Permata Alam Permai B1/06 Gedangan Sidoarjo

Ronny

STIE Perbanas Surabaya

Email : ronny@perbanas.ac.id

Jalan Nginden Semolo 34-36 Surabaya

ABSTRACT

Currently information and communication technology has grown very rapidly and has an important role in human life, one of them in terms of transactions. The form of online banking facility is Mobile Banking (also known as M-Banking or SMS banking) which is a means used for checking balances, financial transactions, payments and so forth by using mobile communication means is cellular telephone (mobile phone). This study aims to analyze the effect of usability perceptions, perceptions of ease of use, and risk perceptions on the attitudes of customers of mobile banking users in Bank BRI Sidoarjo. The method used in this research is by quantitative method and using primary data by distributing questionnaires to 74 respondents of mobile banking users in Bank BRI Sidoarjo. The sampling technique used in this study is purposive sampling, with the criteria of the customer is at least 19 years old. The analysis used in this research is using MRA (Moderated Regression Analysis). The results of this study indicate that the perception of utility significantly affects the attitude of customers of mobile users of Bank BRI, but on the perception of ease of use and risk perception have an insignificant effect on customer attitude of mobile users of Bank BRI.

Keywords : *perception of usefulness, perception of ease of use, perception of risk, attitude of customers.*

PENDAHULUAN

Teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang pesat saat ini sudah sangat canggih dan memiliki peran yang penting dalam kehidupan masyarakat. Teknologi memberikan manfaat dan kemudahan bagi kehidupan masyarakat dalam berkomunikasi, bekerja, berbisnis, maupun bertransaksi.

Menurut Radityo F.H. (2015), bentuk fasilitas perbankan berbasis *Online* salah satunya adalah *Mobile Banking* (yang juga dikenal sebagai *M-Banking* atau *SMS banking*) merupakan sebuah sarana yang digunakan untuk melakukan pemeriksaan saldo, transaksi keuangan, pembayaran dan lain sebagainya. *Mobile banking* saat ini kebanyakan ditunjukkan melalui via *SMS*. Dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan

melalui via sms (pesan *singkat*) pada *handphone*.

Mobile Banking menjadi sangat terkenal karena kemudahan yang diberikan kepada para nasabahnya. Nasabah dapat mengakses informasi mutasi debit atau kreditnya, bisa melakukan pembayaran rekening, mengecek jumlah tabungan, histori transaksi, dan lain-lain sebagainya. Nasabah bisa mendapatkan konektivitas *mobile*, meskipun saat itu sedang berada di daerah terpencil atau ketika bermasalah pada jaringan internetnya.

Persepsi kegunaan adalah hubungan determinan antara pengaruh sosial dan kualitas sistem. Pengaruh sosial didefinisikan sebagai persepsi seseorang, bahwa kebanyakan orang berpikir apakah seseorang harus atau tidak melakukan sebuah perilaku terhadap sebuah pertanyaan. Banyak penelitian empiris yang menunjukkan bahwa pengaruh sosial memiliki efek positif terhadap kegunaan yang dirasakan.

Persepsi kemudahan penggunaan mendefinisikan faktor kemudahan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini, bahwa penggunaan sistem informasi adalah mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras dari untuk dapat melakukannya. Persepsi kemudahan penggunaan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Hal ini berlaku untuk fasilitas pembayaran *mobile* yang bersaing dengan solusi pembayaran yang perlu untuk memberikan manfaat ketika menuju ke aspek kemudahan.

Persepsi risiko merupakan suatu ketidakpastian yang di pertimbangkan orang untuk memutuskan atau tidak melakukan transaksi secara *online*. Risiko termasuk perkiraan subjektif konsumen untuk menderita kerugian dalam menerima hasil yang tidak di inginkan atau suatu

persepsi pelanggan tentang ketidakpastian dengan konsekuensi-konsekuensi yang tidak di inginkan.

KERANGKA TEORITIS DAN YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

Persepsi Kegunaan

Menurut David Kurniawan (2013), Persepsi kegunaan merupakan suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang-orang yang menggunakannya. Persepsi kegunaan juga didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Dalam persepsi kegunaan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan dan terjadi hubungan yang signifikan antara persepsi kegunaan dengan sikap penggunaan teknologi informasi. Pada Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan teknologi. Dalam penelitian ini persepsi kegunaan diukur dengan beberapa indikator, yaitu :

1. Kerja lebih cepat
2. Keefektifan kegunaan
3. Pekerjaan lebih mudah
4. Bermanfaat dalam kegunaan

Persepsi Kemudahan Penggunaan

Menurut Radityo F.H. (2015), Persepsi kemudahan penggunaan mendefinisikan bahwa dalam keterbatasan teknis perangkat *mobile*, kemudahan penggunaan menjadi *driver* penerimaan dari aplikasi *mobile*. Hal ini berlaku untuk layanan pembayaran *mobile*, yang bersaing dengan solusi pembayaran yang perlu untuk memberikan manfaat ketika menuju ke aspek kemudahan. Aspek penting terkait dengan layanan pembayaran *mobile* yaitu kemudahan penggunaan termasuk misalnya, simbol-simbol yang jelas dan tombol fungsi, langkah-langkah proses pembayaran hanya sedikit dan sederhana, tampilan grafis, dan membantu fungsinya.

Persepsi kemudahan penggunaan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang bukan untuk menyulitkan pemakainya, tetapi justru mempermudah seseorang menyelesaikan pekerjaannya dimana seseorang meyakini bahwa, penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. Dalam penelitian ini persepsi kemudahan penggunaan diukur dengan beberapa indikator, yaitu :

1. Mudah dipelajari dan dipahami
2. Kemudahan penggunaan di inginkan pengguna
3. Meningkatkan keterampilan pengguna
4. Mudah di operasikan

Persepsi Risiko

Menurut Syamsul Hadi (2014), persepsi terhadap risiko adalah persepsi negatif konsumen atas sejumlah aktivitas yang didasarkan pada hasil yang negatif dan memungkinkan bahwa hasil tersebut menjadi nyata. Persepsi risiko sangat mempengaruhi tingkat kepercayaan. Semakin kecil persepsi risiko dari suatu individu maka semakin besar tingkat kepercayaannya, begitupun sebaliknya. Perkiraan subjektif konsumen untuk menderita kerugian dalam menerima hasil di inginkan. Dalam penelitian ini indikator risiko dilihat dari tindakan yang dilakukan oleh bank untuk memperkecil risiko dari penggunaan *mobile banking*, apabila tindakan yang dilakukan oleh bank untuk memperkecil risiko sudah terlaksana, maka akan berdampak positif pada sikap konsumen untuk menggunakan teknologi yang ditawarkan. Kepercayaan konsumen pada fasilitas yang ditawarkan akan berpengaruh terhadap sikap konsumen untuk memanfaatkan fasilitas tersebut. Dalam penelitian ini persepsi risiko diukur dengan beberapa indikator, yaitu :

1. Tingkat tingginya risiko
2. Keamanan bertransaksi
3. Ketepatan waktu

Sikap Nasabah

Menurut Mohamad Majedul (2014), sikap adalah evaluasi kepercayaan atau perasaan positif maupun negatif dari seseorang yang harus melakukan perilaku yang akan ditentukan. Sikap adalah jumlah dari afeksi (perasaan) yang dirasakan seseorang untuk menerima atau menolak suatu objek atau perilaku dan diukur dengan suatu prosedur yang menempatkan individual pada skala evaluatif dua kutub misalkan, baik atau jelek ; setuju atau menolak ; dan lainnya. Dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa sikap seseorang terhadap sistem informasi menunjukkan seberapa jauh orang tersebut merasakan bahwa sistem informasi baik atau jelek bagi dirinya. Penelitian ini membedakan dua macam sikap, yaitu sikap terhadap obyek-obyek dan sikap berhubungan dengan perilaku. Sikap terhadap obyek-obyek merupakan perasaan seseorang terhadap benda-benda atau obyek. Berbeda dengan sikap mengenai perilaku yang lebih mengarah ke perilakunya bukan ke obyeknya. Sikap seseorang terdiri atas unsur kognitif atau cara pandang, afektif, dan komponen-komponen yang berkaitan dengan perilaku. Dalam penelitian ini sikap nasabah diukur dengan beberapa indikator, yaitu :

1. Kenyamanan bertransaksi
2. Nasabah mengecek
3. Mencari informasi
4. Sikap nasabah dalam bertransaksi

Hubungan Persepsi Kegunaan Terhadap Sikap Nasabah

Pengaruh persepsi kegunaan terhadap sikap nasabah akan meningkatkan produktivitas dan kinerja nasabah apabila nasabah tersebut memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap aplikasi *Mobile Banking*. Nasabah akan percaya bahwa mereka dapat mengembangkan kinerjanya, meningkatkan produktivitas, dan meningkatkan efektivitas ketika menggunakan *Mobile Banking*. Dalam penelitian Mohamad Majedul (2014)

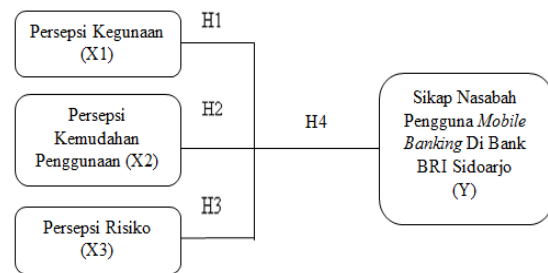
menyatakan bahwa persepsi kegunaan sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi sikap konsumen dalam menggunakan fasilitas / layanan *mobile banking*

Hubungan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Sikap Nasabah

Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap nasabah adalah meningkatnya produktivitas dan kinerja nasabah apabila nasabah tersebut memiliki tingkat sikap kepercayaan yang tinggi, bahwa aplikasi *Mobile Banking* dapat digunakan dengan mudah. Nasabah akan di mudahkan dalam menggunakan aplikasi *Mobile Banking* akan mudah untuk dipelajari, mudah digunakan, jelas, dan dapat dipahami, serta membuat nasabah semakin lebih terampil, sehingga nasabah akan menggunakannya secara kontinyu (terus-menerus) dalam kehidupan sehari-hari ketika bertransaksi.

Hubungan Persepsi Risiko Terhadap Sikap Nasabah

Pengaruh persepsi risiko terhadap sikap nasabah adalah ketika risiko yang tinggi akan mempengaruhi sikap nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking*, karena risiko dipandang sebagai suatu hal ketidakpastian yang dihubungkan dengan hasil dari suatu keputusan. Hal ini juga berarti bahwa nasabah akan merasa khawatir dalam menggunakan fasilitas / layanan *Mobile Banking* akan ada risiko yang terjadi pada saat-saat tertentu. Risiko bisa datang dari sistem maupun dari nasabah tersebut, risiko yang berasal dari sistem kendalanya ada pada *signal* atau jaringan internet yang digunakan, karena apabila saat bertransaksi *signal* atau jaringan internetnya tidak bagus, maka akan mempengaruhi transaksi tersebut dan risiko yang datang dari pengguna (nasabah) adalah apabila ketika nasabah kehilangan *handphone* yang digunakan untuk bertransaksi. Hal ini menyatakan bahwa persepsi risiko mempunyai pengaruh terhadap pengguna *Mobile Banking*.



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

Hipotesis Penelitian

Berikut ini adalah perumusan hipotesis sementara penelitian yang dapat diajukan :

H1 : Persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap nasabah pengguna *mobile banking* di Bank BRI Sidoarjo.

H2 : Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap nasabah pengguna *mobile banking* di Bank BRI Sidoarjo.

H3 : Persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap sikap nasabah pengguna *mobile banking* di Bank BRI Sidoarjo.

H4 : Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko secara simultan berpengaruh signifikan terhadap sikap nasabah pengguna *mobile banking* di Bank BRI Sidoarjo.

METODE PENELITIAN

Klasifikasi Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek / subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013 : 148). Sampel adalah sebagian elemen-elemen populasi dari jumlah dan karakteristik tertentu (Rosady Ruslan, 2010:139). Sampelnya di ambil dari beberapa nasabah Bank BRI di Sidoarjo dan di ambil 74 sampel besar (responden)

dalam penelitian ini. Dan kriteria responden dalam pengambilan sampel penelitian ini adalah nasabah bank BRI di Sidoarjo, usia minimal 19 tahun, bertempat tinggal di Sidoarjo.

Menurut Van Voorchis dan Morgan (2007:48), untuk menentukan ukuran sampel rumus yang digunakan dapat digambarkan sebagai berikut :

$$N = 50 + 8 (m) = 50 + (8 \times 3) = 74$$

Keterangan : N : *sampel*
(m) : Variabel Bebas

Suatu sampel yang baik harus memenuhi persyaratan mengenai “ukuran” (besar) adalah cukup “memadai” yang tergantung kepada sifat populasi dengan tujuan penelitian. Menurut Rosady Ruslan (2010) menyatakan bahwa semakin besar sampel diambil, maka akan semakin kecil terjadi kemungkinan salah dalam menarik kesimpulan tentang populasi. Untuk penelitian yang menggunakan analisis data dengan statistik, jumlah sampel yang terkecil adalah 30 subjek / objek. Jumlah sampel keseluruhan dalam penelitian ini adalah 104 sampel sebagai salah satu alternatif jika terjadi *Error Sample* yang terdiri dari 30 sampel kecil dan 74 sampel besar, karena jumlah anggota sampel yang paling tepat digunakan dalam penelitian adalah tergantung pada tingkat ketelitian atau kesalahan yang dikehendaki.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *purposive sampling* yang merupakan salah satu teknik *non random sampling*. Menurut Rosady Ruslan (2010:157), teknik pengambilan sampel menggunakan *Metode Purposive Sampling* yaitu, teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dan pemilihan sampel berdasarkan pada karakteristik tertentu, dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga dapat menjawab permasalahan penelitian. *Sampling* ini digunakan pada penelitian-penelitian yang lebih mengutamakan

tujuan penelitian dari pada sifat populasi dalam menentukan sampel penelitian.

Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode survei secara langsung. Metode survei yang dilakukan, yaitu melakukan pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. *Mensurvei* adalah mengajukan pernyataan pada orang-orang untuk dijawab lalu dianalisis. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya.

Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu meliputi variabel dependen yaitu sikap nasabah (SN) dan variabel independen yaitu terdiri dari persepsi kegunaan (PK), persepsi kemudahan penggunaan (PKP), dan persepsi risiko (PR).

Definisi Operasional

a. Persepsi Kegunaan (PK)

Persepsi kegunaan adalah pendapat responden tentang kegunaan *mobile banking* Bank BRI yang percaya bahwa kegunaan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Persepsi kegunaan dalam penelitian ini diukur dengan beberapa indikator, yaitu :

- 1) Kerja Lebih Cepat terhadap penilaian nasabah yang menyatakan bahwa pekerjaan perbankan dapat lebih cepat dengan penggunaan *mobile banking*.
- 2) Keefektifan Kegunaan terhadap penilaian nasabah yang menyatakan bahwa adanya keefektifan dengan penggunaan *mobile banking* sehingga bisa menghemat waktu.

- 3) Pekerjaan Lebih Mudah terhadap penilaian nasabah yang menyatakan bahwa akan menjadikan pekerjaan lebih mudah dengan *mobile banking*.

b. Persepsi Kemudahan Penggunaan (PKP)

Persepsi kemudahan penggunaan adalah pendapat responden tentang kemudahan penggunaan *mobile banking* Bank BRI yang percaya bahwa penggunaan teknologi itu mudah. Persepsi kemudahan penggunaan dalam penelitian ini diukur dengan beberapa indikator, yaitu :

- 1) Mudah Dipelajari Dan Dipahami terhadap penilaian nasabah yang menyatakan bahwa dengan sangat mudah dapat mempelajari isi dan cara menggunakan *mobile banking*.
- 2) Di Inginkan Pengguna terhadap penilaian nasabah yang menyatakan bahwa dalam menggunakan *mobile banking* dengan mudah sesuai yang di inginkan oleh pengguna.
- 3) Meningkatkan Keterampilan Pengguna terhadap penilaian nasabah yang menyatakan bahwa dengan mudah untuk meningkatkan keterampilannya menggunakan *mobile banking*.

c. Persepsi Risiko (PR)

Persepsi Risiko adalah pendapat responden tentang risiko *mobile banking* Bank BRI sebagai potensi kerugian akibat terjadinya suatu hal atau peristiwa tertentu. Dalam konteks perbankan merupakan kejadian potensial, baik yang dapat diperkirakan maupun yang tidak dapat diperkirakan. Sikap nasabah dalam penelitian ini diukur dengan beberapa indikator, yaitu :

- 1) Tingginya Risiko terhadap penilaian nasabah yang menyatakan bahwa akan terjadi risiko yang tinggi ketika menggunakan *mobile banking*.
- 2) Keamanan Bertransaksi terhadap penilaian nasabah yang

menyatakan bahwa akan merasa aman ketika bertransaksi menggunakan *mobile banking*.

- 3) Ketepatan Waktu terhadap penilaian nasabah yang menyatakan bahwa akan lebih tepat waktu ketika bertransaksi menggunakan *mobile banking*.

d. Sikap Nasabah (SN)

Sikap nasabah adalah pendapat responden tentang sikap nasabah pengguna *mobile banking* Bank BRI dalam suatu keinginan dan keputusan untuk melakukan dan memutuskan suatu perilaku atau sikap tertentu, jika mempunyai minat atau berkeinginan untuk melakukannya. Persepsi risiko dalam penelitian ini diukur dengan beberapa indikator, yaitu :

- 1) Memilih Akses *Mobile Banking* BRI terhadap penilaian nasabah yang menyatakan bahwa lebih memilih mengakses *mobile banking* BRI dari pada *mobile banking* bank lain.
- 2) Kenyamanan Bertransaksi terhadap penilaian nasabah yang menyatakan bahwa adanya kenyamanan bertransaksi dengan fasilitas yang diberikan.
- 3) Nasabah Mengecek Dan Mencari Informasi terhadap penilaian nasabah yang menyatakan bahwa dengan memiliki akses *mobile banking* akan selalu mengecek / mencari informasi tentang tabungannya.
- 4) Dalam Bertransaksi terhadap penilaian nasabah yang menyatakan bahwa memiliki aplikasi *mobile banking* akan digunakan untuk bertransaksi via *phone*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Deskriptif

Uji deskriptif menjelaskan mengenai kontribusi masing-masing variabel yaitu

variabel dependen yaitu sikap nasabah untuk menggunakan dan variabel independen terdiri dari persepsi risiko, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi kegunaan.

Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kegunaan

Tabel 1
Hasil Uji Tanggapan Responden
Variabel Persepsi Kegunaan

Pernyataan	Mean	Penilaian
PK1	4,5	Sangat Setuju
PK2	4,39	Sangat Setuju
PK3	4,24	Sangat Setuju
PK4	4,56	Sangat Setuju
Mean	4,42	Sangat Setuju

Sumber : data diolah.

Berdasarkan Tabel diatas menunjukkan hasil tanggapan responden yang memiliki *mean* tertinggi adalah pada pernyataan PK4 sebesar 4,56 yang termasuk dalam kategori “sangat setuju” dengan isi pernyataan “saya menggunakan *Mobile Banking* BRI karena memiliki image Bank yang baik”. Sedangkan tanggapan responden yang memiliki *mean* terendah adalah pada pernyataan PK3 sebesar 4,24 yang juga masih termasuk dalam kategori “sangat setuju” dengan isi pernyataan “Saya menggunakan *Mobile Banking* BRI karena bermanfaat dengan keseluruhan kegunaan nya”. Secara keseluruhan hasil tanggapan responden untuk variabel Persepsi Kegunaan dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 4,42 yang menunjukkan penilaian untuk seluruh item pernyataan kuesioner pada variabel Persepsi Kegunaan dan termasuk dalam kategori “sangat setuju”.

Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan

Tabel 2
Hasil Uji Tanggapan Responden
Variabel Persepsi Kemudahan
Penggunaan

Pernyataan	Mean	Penilaian
PKP1	4,41	Sangat Setuju
PKP2	4,18	Setuju
PKP3	4,40	Sangat Setuju
PKP4	4,44	Sangat Setuju
PKP5	4,33	Sangat Setuju
Mean	4,35	Sangat Setuju

Sumber : data diolah.

Berdasarkan Tabel diatas menunjukkan hasil tanggapan responden yang memiliki *mean* tertinggi adalah pada pernyataan PKP4 sebesar 4,44 yang termasuk dalam kategori “sangat setuju” dengan isi pernyataan “Saya menggunakan *Mobile Banking* BRI karena memberikan kemudahan dalam bertransaksi”. Sedangkan tanggapan responden yang memiliki *mean* terendah adalah pada pernyataan PKP2 sebesar 4,18 yang termasuk dalam kategori “setuju” dengan isi pernyataan “Saya menggunakan *Mobile Banking* BRI karena mudah untuk meningkatkan keterampilan dalam penggunaan nya”. Secara keseluruhan hasil tanggapan responden untuk variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 4,35 yang menunjukkan penilaian untuk seluruh item pernyataan kuesioner pada variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan dan termasuk dalam kategori “sangat setuju”.

Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Risiko

Tabel 3
Hasil Uji Tanggapan Responden
Variabel Persepsi Risiko

Pernyataan	Mean	Penilaian
PR1	4,37	Sangat Setuju
PR2	4,43	Sangat Setuju
PR3	4,28	Sangat Setuju
Mean	4,36	Sangat Setuju

Sumber : data diolah.

Berdasarkan Tabel diatas menunjukkan hasil tanggapan responden yang memiliki *mean* tertinggi adalah pada pernyataan PR2 sebesar 4,43 yang termasuk dalam kategori “sangat setuju” dengan isi pernyataan “Adanya risiko yang rendah terhadap penggunaan *Mobile Banking* BRI”. Sedangkan tanggapan responden yang memiliki *mean* terendah adalah pada pernyataan PR3 sebesar 4,28 yang juga masih termasuk dalam kategori “sangat setuju” dengan isi pernyataan “Saya tidak peduli dengan risiko yang akan muncul saat menggunakan fasilitas *Mobile Banking* BRI”. Secara keseluruhan hasil tanggapan responden untuk variabel Persepsi Risiko dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 4,36 yang menunjukkan penilaian untuk seluruh item pernyataan kuesioner pada variabel Persepsi Risiko dan termasuk dalam kategori “sangat setuju”.

Analisis Deskriptif Variabel Sikap Nasabah

Tabel 4
Hasil Uji Tanggapan Responden
Variabel Sikap Nasabah

Pernyataan	Mean	Penilaian
SN1	4,25	Sangat Setuju

SN2	4,43	Sangat Setuju
SN3	3,75	Setuju
SN4	3,71	Setuju
SN5	3,68	Setuju
SN6	4,41	Sangat Setuju
Mean	4,03	Setuju

Sumber : data diolah.

Berdasarkan Tabel diatas menunjukkan hasil tanggapan responden yang memiliki *mean* tertinggi adalah pada pernyataan SN2 sebesar 4,43 yang termasuk dalam kategori “sangat setuju” dengan isi pernyataan “Saya akan selalu menggunakan *Mobile Banking* BRI karena sangat membantu dalam keseharian Saya”. Sedangkan tanggapan responden yang memiliki *mean* terendah adalah pada pernyataan SN5 sebesar 3,68 yang termasuk dalam kategori “setuju” dengan isi pernyataan “Saya akan merekomendasikan *Mobile Banking* BRI kepada setiap orang”. Secara keseluruhan hasil tanggapan responden untuk variabel Sikap Nasabah dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 4,03 yang menunjukkan penilaian untuk seluruh item pernyataan kuesioner pada variabel Sikap Nasabah dan termasuk dalam kategori “setuju”.

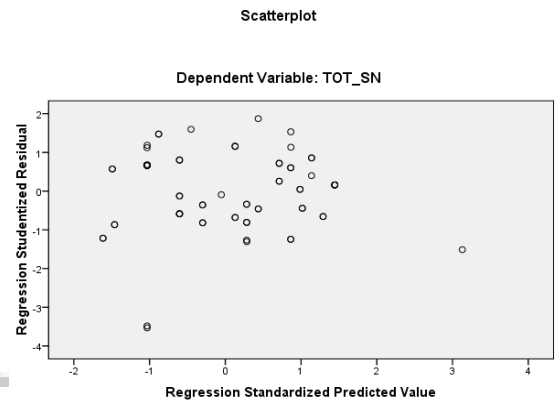
Uji Multikolonieritas

Tabel 5
MULTIKOLONIERITAS DENGAN VIF

No.	Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
1	Persepsi Kegunaan	0,479	2,089	Tidak Adanya Multikolonieritas
2	Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,467	2,142	Tidak Adanya Multikolonieritas
3	Persepsi Risiko	0,944	1,059	Tidak Adanya Multikolonieritas

Sumber : data diolah.

Berdasarkan Tabel menunjukkan nilai tolerance seluruh variabel bebas dalam penelitian ini > 0,10 yang menunjukkan bahwa dari semua variabel bebas tidak adanya gejala multikolonieritas. Nilai VIF seluruh variabel dalam penelitian ini juga menunjukkan nilai <10, yang artinya tidak ada hubungan antara variabel bebas yang satu dengan dengan variabel bebas yang lainnya dalam penelitian ini.



Uji Normalitas

Sumber : data diolah

**Tabel 6
HASIL UJI NORMALITAS
ONE-SAMPLE KOLMOGOROV-
SMIRNOW TEST**

**Gambar 2
SCATTERPLOT UJI
HETEROSKEDASTISITAS**

	Unstandardized Residual
N	74
Normal Parameters	Mean .0000000
	Std. Dev 2.15616305
Most Ext Differens	Absolute .115
	Positive .060
	Negative -.115
Kolmogorov-Sminov Z	.993
Asymp. Sig. (2-tailed)	.278

Berdasarkan Gambar diatas menunjukkan bahwa gambar tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar yang artinya gambar tersebut menunjukan bahwa tidak ada heteroskedastisitas.

Sumber : data diolah.

Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam pengujian hipotesis untuk uji normalitas terdapat kriteria sebagai berikut ini :

**Tabel 7
HASIL UJI REGRESI LINIER
BERGANDA**

H0 : Residual regresi berdistribusi normal

Variabel	Nilai β
Persepsi Kegunaan	0,708
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,253
Persepsi Risiko	0,000
a	6,199
e	3,541

H1 : Residual berdistribusi tidak normal

Sumber : data diolah.

Berdasarkan Tabel uji normalitas diatas bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,278, maka nilai tersebut lebih besar dari 0,05 yaitu 0,278 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H₀ diterima atau data berdistribusi secara normal.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan sebagai berikut :

Uji Heteroskedastisitas

1. Rumus persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = 6,199 + 0,708 X_1 + 0,253 X_2 + 0,000 X_3 + 3,541$$

2. Konstansta (α) = 6,199. Menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari

Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko = 0, maka sikap nasabah pengguna *mobile banking* di Bank BRI Sidoarjo sebesar 6,199 dengan asumsi seluruh variabel bebas bernilai 0.

3. Koefisien Persepsi Kegunaan (PK) = 0,708. Memiliki tanda koefisien regresi yang positif, hal tersebut menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang searah antara variabel Persepsi Kegunaan dengan Sikap Nasabah yang artinya bahwa apabila terjadi penambahan pada variabel Persepsi Kegunaan sebanyak 1 satuan, maka Sikap Nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,708 dengan asumsi seluruh variabel bebas bernilai 0.
4. Koefisien Persepsi Kemudahan Penggunaan (PKP) = 0,253. Memiliki tanda koefisien regresi yang positif, hal tersebut menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang searah antara variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan dengan Sikap Nasabah yang artinya bahwa apabila terjadi penambahan pada variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan sebanyak 1 satuan, maka Sikap Nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,253 dengan asumsi seluruh variabel bebas bernilai 0.
5. Koefisien Persepsi Risiko (PR) = 0,000. Memiliki tanda koefisien regresi yang positif, hal tersebut menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang searah antara variabel Persepsi Risiko dengan Sikap Nasabah yang artinya bahwa apabila terjadi penambahan pada variabel Persepsi Risiko sebanyak 1 satuan, maka Sikap Nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,000 dengan asumsi seluruh variabel bebas bernilai 0.
6. Error (e) = 3,541. Menunjukkan bahwa error adalah variabel pengganggu diluar variabel bebas yang nilainya sebesar 3,541.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 8
UJI R^2
Model Summary^b

Model	R	R Square
1	0,608	0,370

Sumber : data diolah.

Berdasarkan Tabel diatas diketahui bahwa nilai Koefisien Korelasi adalah sebesar 0,608 yang menunjukkan kecenderungan hubungan yang kuat diantara variabel yang diteliti. Koefisien Determinasi (*R Square*) sebesar 0,370 menunjukkan bahwa sebesar 37% variabel dependen disebabkan oleh variabel independen secara bersama-sama dan sisanya sebesar 63% disebabkan oleh variabel lain diluar ketiga variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini.

Uji F

Tabel 9
HASIL UJI F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	199,215	3	66,405	13,697	0,000
Residual	339,380	70	4,848		
Total	538,595	73			

Sumber : data diolah.

Berdasarkan Tabel diatas dapat diketahui bahwa dari uji ANOVA atau uji f terdapat f hitung sebesar 13,697 dengan nilai signifikansi $0,000 < \text{nilai sig.} < 0,05$ hal ini membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dari hasil output tersebut

dapat disimpulkan bahwa Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko berpengaruh signifikan terhadap Sikap Nasabah Pengguna *Mobile Banking* di Bank BRI Sidoarjo.

Hasil Analisis Dan Pembahasan

Tabel 10
HASIL UJI PARSIAL UJI T

Variabel	Sig.	Kriteria	Kesimpulan
PK	0,00 0	< 0.05	Signifikan
PKP	0,17 9	< 0.05	Tidak Signifikan
PR	0,99 6	< 0.05	Tidak Signifikan

Sumber : data diolah.

Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Sikap Nasabah

Hipotesis pertama pada variabel persepsi kegunaan berpengaruh signifikan positif terhadap sikap nasabah pengguna *mobile banking* Bank BRI di Sidoarjo. Berdasarkan hasil uji t pada variabel persepsi kegunaan berpengaruh signifikan positif terhadap sikap nasabah pengguna *mobile banking* di Bank BRI Sidoarjo. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,001 \leq 0,05$, dengan demikian dinyatakan bahwa secara parsial persepsi kegunaan berpengaruh signifikan positif terhadap sikap nasabah pengguna *mobile banking* di Bank BRI Sidoarjo.

Dapat dikatakan bahwa dalam kegunaan pada fasilitas *mobile banking* meningkat, maka sikap nasabah pengguna *mobile banking* Bank BRI akan meningkat pula karena kegunaan adalah suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya dan juga meningkatkan kinerjanya.

Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mohammad Majedul (2014) yang berjudul "*Consumers' Attitudes towards*

Mobile Banking in Bangladesh". Penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan pada variabel bebas persepsi kegunaan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap variabel terikat sikap nasabah pengguna *mobile banking*. Pada teori yang telah dijelaskan juga menyatakan bahwa pengaruh persepsi kegunaan mempengaruhi sikap nasabah pengguna *mobile banking* adalah positif dapat didukung kebenarannya sesuai dengan teori yang digunakan.

Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Sikap Nasabah

Hipotesis kedua pada variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh tidak signifikan positif terhadap sikap nasabah pengguna *mobile banking* di Bank BRI Sidoarjo. Berdasarkan hasil uji t pada variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh tidak signifikan positif terhadap sikap nasabah pengguna *mobile banking* di Bank BRI Sidoarjo. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,179 \geq 0,05$, dengan demikian dinyatakan bahwa secara parsial persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh tidak signifikan positif terhadap sikap nasabah pengguna *mobile banking* di Bank BRI Sidoarjo.

Dapat dikatakan bahwa dalam kemudahan penggunaan pada fasilitas *mobile banking* dikarenakan dalam penelitian ini banyak penggunanya yang rata-rata berusia 19 – 24 tahun yang hidup dimasa sekarang dimana teknologi semakin maju, sangat canggih, dan sudah terbiasa dengan kemajuan teknologi. Jadi wajar jika persepsi kemudahan penggunaan bukan merupakan salah satu faktor utama nasabah jika ingin menggunakan *mobile banking*.

Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Syamsul Hadi (2014) yang berjudul "*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking*". Dalam hasil penelitian terdahulu menunjukkan pada variabel bebas persepsi kemudahan penggunaan memiliki

pengaruh tidak signifikan positif terhadap variabel terikat sikap nasabah pengguna *mobile banking*. Pada teori yang telah dijelaskan juga menyatakan bahwa pengaruh persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi sikap nasabah (pengguna). Adanya keterbatasan teknis pada perangkat *mobile* dalam kemudahan penggunaan *mobile banking* yang seharusnya memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang bukan untuk menyulitkan pemakainya, tetapi justru mempermudah seseorang dalam memakai / menggunakannya. Dengan kata lain, seseorang yang menggunakan sistem akan bekerja lebih mudah dibandingkan dengan seseorang yang tidak menggunakan sistem atau bekerja secara manual.

Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Sikap Nasabah

Hipotesis ketiga pada variabel persepsi risiko berpengaruh tidak signifikan positif terhadap sikap nasabah pengguna *mobile banking* Bank BRI di Sidoarjo. Berdasarkan hasil uji t pada variabel persepsi risiko berpengaruh tidak signifikan positif terhadap sikap nasabah pengguna *mobile banking* di Bank BRI Sidoarjo. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,996 \geq 0,05$, dengan demikian dinyatakan bahwa secara parsial persepsi risiko berpengaruh tidak signifikan positif terhadap sikap nasabah pengguna *mobile banking* di Bank BRI Sidoarjo.

Dapat dikatakan bahwa jika adanya risiko pada fasilitas *mobile banking*, maka sikap nasabah (pengguna) akan mempertimbangkan untuk memutuskan iya atau tidaknya lanjut menggunakan fasilitas *mobile banking*. Secara garis besar apabila risiko suatu layanan tinggi maka hal tersebut akan mempengaruhi sikap nasabah dalam menggunakan fasilitas *mobile banking*, sehingga hal tersebut membuat nasabah menjadi khawatir akan keamanan dalam menggunakan fasilitas perbankan tersebut.

Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan

oleh Ilham Hassan (2014) yang berjudul “*Consumers’ attitude towards m-banking services in Islamic Banks: the case of Sudan*”. Penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan pada variabel bebas persepsi risiko berpengaruh tidak signifikan positif terhadap variabel terikat sikap nasabah pengguna *mobile banking*.

Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Sikap Nasabah

Dalam Tabel 4.20 hasil Uji F diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 menunjukkan hubungan antara variabel Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko terhadap Bank BRI memiliki nilai sig. 0,000 yang $< 0,05$ hal ini membuktikan bahwa H_0 ditolak atau H_1 diterima berarti bahwa secara bersama-sama variabel Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko berpengaruh secara signifikan terhadap Sikap Nasabah pengguna *mobile banking* di Bank BRI Sidoarjo. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko yang positif juga akan mempengaruhi sikap nasabah pengguna *mobile banking* di Bank BRI Sidoarjo.

Berdasarkan Tabel 4.22 peneliti memperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,370. Hal ini menunjukkan bahwa adanya perubahan yang terjadi pada variabel terikat sebesar 37% disebabkan oleh variabel bebas secara bersama-sama dan sisanya sebesar 63% disebabkan oleh variabel lain diluar ketiga variabel bebas tersebut.

KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, ditarik beberapa simpulan sebagai berikut :

1. Persepsi Kegunaan berpengaruh signifikan positif terhadap Sikap Nasabah Pengguna *Mobile Banking* Di Bank BRI Sidoarjo.
2. Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh tidak signifikan positif terhadap Sikap Nasabah Pengguna *Mobile Banking* Di Bank BRI Sidoarjo.
3. Persepsi Risiko berpengaruh tidak signifikan positif terhadap Sikap Nasabah Pengguna *Mobile Banking* Di Bank BRI Sidoarjo.
4. Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap Sikap Nasabah Pengguna *Mobile Banking* Di Bank BRI Sidoarjo.

Keterbatasan Penelitian

Terdapat beberapa keterbatasan yang dialami oleh peneliti dalam penelitian ini sehingga dijelaskan sebagai berikut :

1. Terdapat beberapa kesulitan saat menyebarkan kuesioner, dikarenakan beberapa dari nasabah pengguna *mobile banking* Bank BRI di Sidoarjo tidak berkenan meluangkan sedikit waktunya untuk mengisi kuesioner, dan ada juga beberapa responden yang mengisi kuesionernya kurang lengkap dalam mengisi alamat responden.
2. Kesulitan dalam mengolah dan mengumpulkan data.

Saran

1. Bagi Bank BRI Sidoarjo

- a. Pada variabel persepsi kegunaan berpengaruh signifikan positif terhadap sikap nasabah, mengindikasikan bahwa Bank BRI mampu memberikan layanan kegunaan dalam bentuk fasilitas *mobile banking* dengan baik kepada pengguna (nasabah). Oleh karena itu, Bank BRI harus mempertahankan dan

meningkatkan layanan atau fasilitas *mobile banking* agar persepsi kegunaan tetap baik.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Peneliti selanjutnya untuk lebih merata dalam menyebarkan kuisisioner yaitu keseluruhan lapisan usia responden.
- b. Peneliti selanjutnya hendaknya memberikan pertanyaan terbuka dalam kuisisioner agar data lebih lengkap.
- c. Untuk hasil yang lebih maksimal, maka disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mengambil jumlah responden atau sampel lebih banyak lagi, serta menambahkan jumlah variabel.
- d. Peneliti selanjutnya hendaknya menambahkan variabel lain karena R^2 masih kecil.

DAFTAR RUJUKAN

- David Kurniawan. 2013. "Analisis Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan *Mobile Banking* Dengan Menggunakan Pendekatan *Technology Acceptance Model* Dan *Theory Of Reasoned Action*". *Jurnal Manajemen Pemasaran*. vlm. 1, no. 1, hlm. 1-13.
- Giga Bawa Laksana, Endang Siti Astuti , Rizki Yudhi Dewantara, 2015. "Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, dan Persepsi Kesesuaian Menggunakan *Mobile Banking*". *Jurnal Adm. Bisnis*. Vol. 26, no. 02.
- Ilham Hassan. 2014. "*Consumers' Attitude Towards M-Banking Services In Islamic Banks: The Case Of Sudan*". School of Management Studies, University of Khartoum : Sudan.
- Imam Ghozali. 2013. "Aplikasi Analisis *Multivariate* dengan Program *IBM SPSS 21*". Edisi 7. Semarang: BP Universitas Diponegoro.

- Mohammad Majedul. 2014. “*Consumers' Attitudes towards Mobile Banking in Bangladesh*”. University of Rajshahi : Bangladesh. [tidak-bisa-digunakan.html](http://www.topbrand-award.com) (yang diakses pada tanggal 14 maret 2017, pukul 12:46 WIB).
- Muhammad Habibi dan Ahmad Zaky. 2014. “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking Syariah*”. Malang: BP Universitas Brawijaya.
- Radityo, F.H. 2015. “Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking*”. Solo: BP Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Rosady Ruslan. 2010. “Metode Penelitian: *Public Relations dan Komunikasi*”. Edisi 1. Rajawali Pers : Jakarta.
- Sulistiyarini, S. 2014. “*Mobile Banking, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Attitude, Subjective Norm, Perceived Behavioral Control, TAM, and TPB*”. Malang: BP Universitas Brawijaya.
- Syamsul Hadi. 2015. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan *Mobile Banking*”. Edisi 1. BP Universitas Islam Indonesia.
- Tatik Suryani. 2013, “Perilaku Konsumen di Era Internet : *Implikasinya pada strategi Pemasaran*”. Edisi 1. Cetakan Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Thatit Mahendra. 2014. “Minat Individu Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* : Pendekatan *Modified Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB)*”. Edisi 1. Malang.
- Van Voorhis C.R.W. & Morgan B.L., 2007. “*Understanding Power and Rules of AThumb for Determining Sample Size*”. *Tutorials in Quantitative Methods for Psychology*, 3 (2):43-50.
- <http://www.emingko.com/penyebab-aplikasi-bri-mobile-banking-bri->