

**PENGARUH MANFAAT, KEMUDAHAN YANG DIRASAKAN,
KESADARAN DAN PENGARUH SOSIAL TERHADAP
ADOPSI *MOBILE BANKING* BANK BCA
DI SURABAYA**

ARTIKEL ILMIAH

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



Oleh:
JIHAN ITA SALSABILA
NIM : 2013210793

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2017**

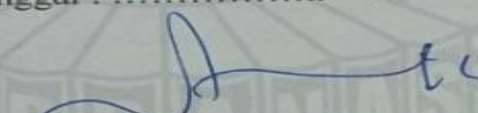
PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Jihan Ita Salsabila
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 12 Agustus 1995
N.I.M : 2013210793
Program Studi : Manajemen
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Manajemen Perbankan
Judul : Pengaruh Manfaat, Kemudahan Yang Dirasakan, Kesadaran Dan Pengaruh Sosial Terhadap Adopsi *Mobile Banking* Bank BCA Di Surabaya.

Disetujui dan diterima baik oleh :

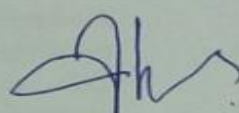
Dosen Pembimbing,

Tanggal : 05-10-2017


(Dra. Ec. Aniek Maschudah Ilfitriah, M.Si)

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen,

Tanggal : 12-10-2017


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

**INFLUENCE OF PERCIVED USEFULNESS, PERCIVED EASE OF USE,
AWARENESS AND SOCIAL EFFECT ON ADOPTION
MOBILE BANKING BANK BCA IN SURABAYA**

Jihan Ita Salsabila

STIE Perbanas Surabaya

Email : jihanita.smamda@gmail.com

Aniek M Ilfitriah

STIE Perbanas Surabaya

Email : aniek@perbanas.ac.id

Jl. Nginden Semolo 34-36 Surabaya

ABSTRACT

The purpose of this research is to know how big the significance of Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Awareness Social Influence on Mobile Banking adoption for BCA Bank customers in Surabaya simultaneously and partially. This study uses all BCA Bank customers in Surabaya who use Mobile Banking as their banking transaction tool, Judgmental and purposive sampling technique. The sample in this study amounted to 82 respondents who are domiciled in Surabaya and are customers of Bank BCA in Surabaya who use Mobile Banking as a means of banking transactions. Data used in this research is primary data obtained through survey by using questionnaire. The data analysis used in this research is descriptive analysis, classical asymmetry, and multiple linear regression using SPSS ver program. 16.00. Based on the analysis and results of this study found that simultaneously Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Awareness Social Influence have a significant positive effect on Mobile Banking adoption for BCA Bank customers in Surabaya.

Keywords: *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Awareness Social Influence, Adoption*

PENDAHULUAN

Teknologi informasi yang ada di Indonesia semakin berkembang dibandingkan dengan tahun sebelumnya dengan kemajuan teknologi sekarang membuat masyarakat menjadi berubah dan tidak dapat terlepas dari telepon genggam. Semakin meningkatnya pengguna internet membuat dunia perbankan mengembangkan pelayanan untuk menarik minat nasabah. Semua informasi yang

dibutuhkan oleh masyarakat dapat melalui telepon genggam. Kondisi tersebut merupakan salah satu kemajuan teknologi yang telah disediakan oleh perbankan bagi nasabah serta perbaikan layanan bank. Bank harus mampu memberikan layanan yang aman dan terpercaya bagi nasabah. Semua informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat dapat melalui telepon genggam. Bank Swasta dan Bank Pemerintah menggunakan teknologi yang canggih untuk memberikan

kemudahan bagi masyarakat. Tidak hanya menawarkan kecepatan dalam melakukan transaksi tetapi kemudahan dan kenyamanan bagi nasabah melakukan transaksi keuangan maupun non keuangan secara online tanpa harus mengantri dan datang ke Bank atau ATM. Saat ini Bank-Bank di Indonesia makin banyak yang menyediakan layanan *Mobile Banking* antara lain sebagai berikut : Bank BII, Bank BCA, Bank Mandiri, Bank BRI, Bank BNI, Bank Permata, Bank CIMB Niaga, Bank

OCBC NISP, Bank NISP, Panin Bank, Bank Bukopin dan lain-lain. Salah satu bank yang menggunakan layanan *Mobile Banking* kepada nasabahnya adalah PT. Bank Central Asia Tbk lebih dikenal dengan Bank BCA. Dengan menggunakan *Mobile Banking* dapat meningkatkan peringkat dalam persaingan layanan *Mobile Banking* di Indonesia pada saat ini. Hal ini dapat dilihat dari survei TOP Brand Awards pada layanan *Mobile Banking* pada tabel berikut:

TABEL 1
TOP BRAND AWARDS DALAM KATEGORI MOBILE
BANKING NASABAH TAHUN 2016

Nama Bank	2015	2016
m-BCA	52,2%	48,4%
m-Banking Mandiri	16,6%	22,7%
BNI <i>Mobile</i>	12,3%	10,2%
BRI <i>Mobile</i>	11,0%	10,1%
CIMB Niaga <i>Mobile</i>	3,2%	-

Sumber : (<http://www.topbrand-award.com>)

Jika dilihat pada Tabel 1.1 ini bahwa pengguna *Mobile Banking* BCA mengalami penurunan. Dapat dilihat dari presentase tahun 2015 mencapai 52,2% sedangkan tahun 2016 penurunan 48,4%. Data tersebut peneliti ingin melakukan penelitian apakah pengaruh manfaat, kemudahan yang dirasakan, kesadaran dan pengaruh sosial terhadap adopsi *Mobile Banking* Bank BCA di Surabaya.

Mobile Banking merupakan salah

bentuk elektronik *Banking* yang ditawarkan pihak bank kepada nasabah melalui *Mobile Service* yang dihubungkan melalui database internet dimana setiap nasabah dapat

melakukan jasa keuangan. Karena bank yang memiliki website tetapi tidak bisa bertransaksi tidak termasuk internet dan *Mobile Banking*. Sehingga bank-bank berinvestasi pada sistem informasi seperti *Internet Banking*, *Mobile Banking* dan lainnya.

KERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

Adopsi *Mobile Banking*

Amit Shankar (2016) mendefinisikan bahwa Adopsi merupakan keputusan untuk memanfaatkan secara optimal setiap akan berinovasi dalam adopsi *Mobile Banking*. Kurangnya

pengetahuan dan keterampilan teknologi dan budaya menjadi hambatan dalam pengembangan *Mobile Banking*. Kotler dan Keller (2016 : 476) mendefinisikan bahwa Adopsi merupakan keputusan individu untuk menjadi pengguna tetap sebuah produk. Adopsi merupakan langkah mental dimana melalui proses tersebut seseorang melalui tahap dari pertama sampai adopsi akhir.

Kotler dan Keller (2016 : 476) mendefinisikan bahwa Adopsi merupakan keputusan individu untuk menjadi pengguna tetap sebuah produk. Adopsi merupakan langkah mental dimana melalui proses tersebut seseorang melalui tahap dari pertama sampai adopsi akhir sebagai berikut : Kesadaran, minat, evaluasi, percobaan, dan adopsi.

Manfaat yang Dirasakan

Agbemabise George Cudje *et, al.*, (2016) mendefinisikan bahwa manfaat yang dirasakan akan dapat membuat nasabahnya mengadopsi *Mobile Banking* karena dapat meningkatkan kepercayaan mereka. Jogyanto (2007 : 14) mendefinisikan bahwa manfaat yang dirasakan adalah sejauh mana nasabah percaya bahwa dengan menggunakan satu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Dapat disimpulkan bahwa konteks dari penelitian ini adalah manfaat yang

Pengaruh Sosial

Agbemabise George Cudjoe, *et, al.*, (2015) menjelaskan bahwa pengaruh sosial akan dipengaruhi jika keputusan perilaku individu

dirasakan dalam *Mobile Banking* adalah meningkatnya kinerja nasabah karena menggunakan *Mobile Banking*.

Kemudahan yang Dirasakan

Amit Shankar (2016) mendefinisikan bahwa kemudahan yang dirasakan merupakan seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari penggunaannya. Menurut Ceva Lavenja & Jurry (2015 : Volume 4 no 4) Kemudahan yang dirasakan adalah tingkat seseorang percaya bahwa menggunakan sistem ini akan berdampak atau pengaruh pada perilaku dan tindakan seseorang dalam mengadopsi kemudahan yang dirasakan.

Kesadaran

Ceva Lavenja Arahita & Juri Attamimi (2015 : vol 4) mendefinisikan bahwa kesadaran adalah tingkat kesadaran nasabah akan adanya layanan *Mobile Banking* ini. Agbemabise George Cudje *et, al.*, (2015) menjelaskan bahwa Tingkat informasi yang dimiliki konsumen terhadap *Mobile Banking* adalah salah satu faktor utama yang mempengaruhi adopsi dan penggunaan perbankan online. Tingkat adopsi inovasi dapat ditentukan oleh tingkat kesadaran nasabah dan untuk menarik perhatian nasabah.

diperoleh dari saran orang sekitar tentang *Mobile Banking*. Adopsi *Mobile Banking* dapat memberikan saran dari orang tua untuk menggunakan *Mobile Banking*. Amit

Shankar (2016) menjelaskan bahwa Keluarga, kelompok sosial, kelas sosial dan budaya memiliki dampak yang signifikan pada adopsi konsumen terhadap teknologi baru. Pendapat anggota masyarakat dapat mempengaruhi niat nasabah untuk mengadopsi layanan *Mobile Banking*.

Pengaruh Manfaat yang Dirasakan Terhadap Adopsi

Amit Shankar (2016) menjelaskan bahwa pengaruh manfaat yang dirasakan merupakan bahwa menggunakan *Mobile Banking* akan berguna dalam kehidupan sehari-hari. Perkins dan Annan (2013) menjelaskan bahwa Manfaat yang dirasakan dapat membantu nasabah untuk menikmati manfaat yang dapat diterima secara langsung saat menggunakan layanan *Mobile Banking*. Tetapi akan membantu nasabah untuk menikmati manfaat yang akan diterima. Dapat disimpulkan hipotesis dalam variabel adalah H1: Manfaat yang dirasakan berpengaruh signifikan positif terhadap Adopsi *Mobile Banking* Bank BCA di Surabaya.

Pengaruh Kemudahan yang Dirasakan Terhadap Adopsi

Amit Shankar (2016) mendefinisikan bahwa kemudahan yang dirasakan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa kemudahan sistem atau inovasi tertentu terbebas dari usaha fisik dan mental. hal ini diyakini bahwa seorang akan mengadopsi inovasi atau sistem

tertentu jika mudah dipelajari dan digunakan. Perkins dan Annan (2013 : 105) menjelaskan bahwa Kemudahan yang dirasakan diberikan kepada pihak bank kepada nasabah dan akan menimbulkan keputusan untuk menggunakan *Mobile Banking* kemudahan yang dirasakan merupakan salah satu faktor utama yang berhubungan terhadap pengguna *Mobile Banking*. Dapat disimpulkan hipotesis dalam variabel adalah H2: Kemudahan yang dirasakan berpengaruh signifikan positif terhadap Adopsi *Mobile Banking* Bank BCA di Surabaya.

Pengaruh Kesadaran Terhadap Adopsi

Amit Shankar (2016) menunjukkan bahwa informasi mengenai *Mobile Banking* sangat penting pada adopsi *Mobile banking*. *Mobile banking* merupakan konsep baru bagi pengguna perbankan. Sehingga bank harus menciptakan kesadaran tentang hal itu untuk dapat mengadopsi *Mobile Banking*. Agbemabiese George Cudje *et, al.*, (2015) menjelaskan bahwa kesadaran sebagai penentu adopsi *Mobile Banking* menunjukkan bahwa tentang seseorang mengadopsi *Mobile Banking* ketika inovasi mudah digunakan oleh seseorang. Dapat disimpulkan hipotesis dalam variabel adalah H3: Kesadaran signifikan positif terhadap Adopsi *Mobile Banking* Bank BCA di Surabaya.

Pengaruh Sosial Terhadap Adopsi

Amit shankar (2106) mendefinisikan bahwa adopsi *Mobile Banking* akan

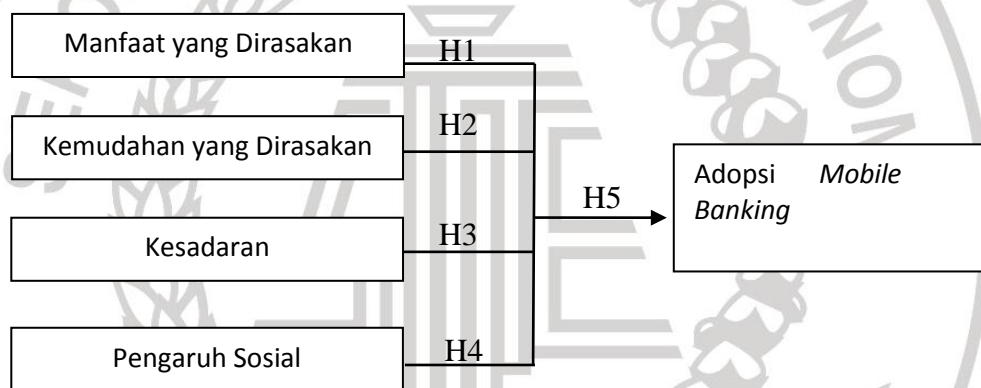
dipengaruhi oleh kepercayaan dan pendapat orang sekitar. Keluarga, kelompok sosial, kelas sosial dan budaya memiliki dampak yang signifikan pada adopsi nasabah terhadap teknologi baru. Ankit Kesharwani (2011) mendefinisikan bahwa pengaruh

sosial merupakan usaha mengubah kepercayaan, persepsi dan tingkah laku seseorang. Dapat disimpulkan hipotesis dalam variabel adalah H4: Pengaruh Sosial signifikan positif terhadap Adopsi *Mobile Banking* Bank BCA di Surabaya.

Kerangka Pemikiran:

Kerangka pemikiran ini adalah isi dari ringkasan yang telah diidentifikasi. Pada kerangka pemikiran ini akan dijelaskan pengaruh variabel manfaat yang dirasakan, kemudahan yang

dirasakan, kesadaran, pengaruh sosial terhadap adopsi *Mobile Banking*. Kerangka pemikiran yang mendasari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Klasifikasi Sampel

Populasi merupakan keseluruhan objek peneliti sehingga populasi diambil pada peneliti ini adalah nasabah *Mobile Banking* Bank BCA di Surabaya.

Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah nasabah yang Keterangan:

N = Jumlah Sampel
m = Jumlah Variabel Bebas

menggunakan *Mobile Banking* Bank BCA di Surabaya. Van Voorhis dan Morgan (2007) Menjelaskan perhitungan formula yang akan dipakai sebagai berikut:

$$N > 50 + 8m$$

$$N > 50 + 8(4)$$

$$N > 82$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka sampel pada penelitian ini menggunakan 82 responden.

Sehingga untuk sampel kecil menggunakan 30 responden dan

sampel besar 82 responden, jadi total

Data Penelitian

M. Burhan Bungin (2013 : 118) menjelaskan bahwa teknik pengambilan sampel merupakan teknik pengambilan menggunakan *Purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah pengambilan sampel yang mengutamakan tujuan penelitian dari pada sifat populasi untuk menentukan sampel peneliti. Peneliti Menggunakan sampel

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disebarlang langsung di Surabaya. Sebelum membuat kuesioner terdapat kisi-kisi pertanyaan yang akan digunakan

Definisi Operasional

Manfaat yang Dirasakan (MD)

Agbemabiese George Cudje *et al.*, (2015) mendefinisikan bahwa Manfaat yang dirasakan bagi responden adalah sejauh mana responden percaya bahwa adopsi nasabah *Mobile Banking* akan meningkatkan pekerjaannya.

Kemudahan yang Dirasakan (KD)

Amit Shankar (2016) mendefinisikan bahwa kemudahan yang Dirasakan bagi responden adalah sejauh mana responden percaya bahwa keyaninan dalam adopsi nasabah *Mobile Banking* tidak diperlukan usaha keras. Untuk mengukur variabel kemudahan yang dirasakan. Indiaktor Mudah untuk menjadi terampil dan mudah digunakan nasabah dalam

Kesadaran (K)

sampel yaitu 112 sampel.

dengan beberapa karakteristik yang diinginkan di penelitian untuk menjadi bagian responden sebagai berikut: Nasabah minimal berusia 19 tahun, nasabah menggunakan *Mobile Banking* Bank BCA minimal 6 bulan, sudah transaksi dengan *Mobile Banking* minimal harus 3 kali dari 6 bulan terakhir dan nasabah wilayah Surabaya.

Manfaat bagi responden, maka responden akan menggunakan untuk mengukur variabel manfaat yang dirasakan. Indikator yang digunakan untuk mengukur Manfaat yang dirasakan sebagai berikut:

1. Meningkatkan kepercayaan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* Bank BCA.
2. Meningkatkan kinerja pengguna pada nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* Bank BCA.
3. Meningkatkan penerimaan dan kegunaan pada nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* Bank BCA.

yang digunakan untuk mengukur Kemudahan yang dirasakan sebagai berikut:

1. Mudah untuk dipelajari nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* Bank BCA.
 2. Jelas dan mudah dimengerti nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* Bank BCA.
- menggunakan *Mobile Banking* Bank BCA.

Ceva Lavenja Arahita and Jurry Hatammimi (2015) mendefinisikan

bahwa kesadaran bagi responden adalah sejauh mana responden percaya bahwa kesadaran dalam adopsi nasabah *Mobile Banking* untuk menawarkan layanan ini agar responden sadar akan ketersediaan produk ini. Indikator yang digunakan untuk mengukur kesadaran sebagai berikut:

1. Pengetahuan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* Bank BCA.
2. Keputusan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* Bank BCA.
3. Konfirmasi nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* Bank BCA.

Pengaruh Sosial (PS)

Agbemabiese George Cudjoe, *et. al.*, (2015) menjelaskan bahwa pengaruh sosial bagi responden adalah sejauh mana responden percaya pengaruh sosial dalam adopsi nasabah *Mobile Banking* dapat dipengaruhi oleh orang lain dari berinteraksi dengan masyarakat sekitar. Untuk mengukur variabel pengaruh sosial. Indikator yang digunakan untuk mengukur pengaruh sosial sebagai berikut:

1. Saran orang sekitar nasabah yang menggunakan *Mobile Banking* Bank BCA.
2. Saran orang tua nasabah yang menggunakan *Mobile Banking* Bank BCA.
3. Saran kerabat dekat nasabah yang menggunakan *Mobile Banking* Bank BCA.

tentang penerapan atau penggunaan *Mobile Banking* Bank BCA. Indikator yang digunakan untuk mengukur adopsi yaitu :

1. Nasabah menyadari tentang inovasi yang ada dalam *Mobile Banking* Bank BCA.
2. Ide nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* Bank BCA.
3. Komunikasi nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* Bank BCA.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Uji Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk mengganti dan mengumpulkan data mentah menjadi data yang mudah dipahami oleh responden dan informasi dibentuk secara ringkas. dimana hasil penelitian dan analisis dijelaskan dalam tulisan ilmiah dari hasil analisisnya dihasilkan suatu kesimpulan.

Adopsi (A)

Rogers dalam Muhammad Badri dan Titi Antin (2015 : 186) mendefinisikan bahwa adopsi merupakan pendapat responden

Tabel 2
HASIL PERNYATAAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL
MANFAAT YANG DIRASAKAN

Item prnyataan	N	mean	keterangan
Manfaat yang dirasakan	82	3,69	setuju

Kemudahan yang dirasakan	82	3,77	setuju
Kesadaran	82	3,72	setuju
Pengaruh Sosial	82	3,68	setuju
Adopsi	82	3,90	setuju

Sumber : data diolah

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa tanggapan responden variabel manfaat yang dirasakan nilai rata-rata indikator tertinggi responden pada penelitian ini terdapat pada item pernyataan MD1 yaitu “*Mobile Banking Bank BCA dapat meningkatkan kepercayaan nasabah*” sebesar 3,77, hal ini dapat dijelaskan bahwa responden memberikan penilaian setuju dan termasuk dalam interval $3,4 < x \leq 4,2$. Sedangkan item pernyataan MD2 yaitu “saya merasakan peningkatan kinerja yang baik dengan memanfaatkan *Mobile Banking Bank BCA*” memiliki nilai rata-rata indikator terendah sebesar 3,57 dan termasuk dalam interval $3,4 < x \leq 4,2$ yang menunjukkan bahwa responden setuju terhadap pernyataan tersebut, sehingga secara keseluruhan responden pada penelitian ini menyatakan setuju dengan semua pernyataan yang menjadi indikator-indikator variabel manfaat yang dirasakan. Hal tersebut ditunjukkan dengan hasil nilai rata-

rata sebesar 3,69 dan termasuk dalam interval $3,4 < x \leq 4,2$.

Pada variabel kemudahan yang dirasakan tertinggi pada penelitian ini terdapat pada item pernyataan KD3 yaitu “ Saya sering menggunakan *Mobile Banking Bank BCA* semakin mahir menggunakan dan mudah diakses” memiliki nilai rata-rata 4,06 dan termasuk dalam interval $3,4 < x \leq 4,2$. Sedangkan item KD2 yaitu “*Mobile Banking Bank BCA* merasa jelas dan mudah dimengerti nasabah” memiliki nilai rata-rata 3,59 dan termasuk dalam interval $3,4 < x \leq 4,2$, yang menunjukkan bahwa responden setuju terhadap pernyataan tersebut. Sehingga, secara keseluruhan responden pada penelitian ini menyatakan setuju dengan semua pernyataan yang menjadi indikator variabel kemudahan yang dirasakan. Hal tersebut ditunjukkan dengan hasil nilai rata-rata 3,77 dan termasuk dalam interval $3,4 < x \leq 4,2$.

Tabel 3
HASIL UJI RELIABILITAS SAMPEL BESAR

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Manfaat Yang Dirasakan	0,711	Reliabel
Kemudahan Yang Dirasakan	0,673	Reliabel
Kesadaran	0,726	Reliabel
Pengaruh Sosial	0,722	Reliabel
Adopsi	0,631	Reliabel

Sumber: data diolah

Dari Tabel 3 diketahui nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,60$. Hal ini

membuktikan bahwa variabel manfaat yang dirasakan, kemudahan

yang dirasakan, kesadaran, pengaruh sosial dan adopsi adalah reliabel dengan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Ghozali (2012) mendefinisikan bahwa Uji F (Simultan) simultan digunakan untuk menunjukkan

apakah semua variabel yang dimasukkan dalam model penelitian mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Tabel 4
UJI F VARIABEL MANFAAT YANG DIRASAKAN, KEMUDAHAN YANG DIRASAKAN, KESADARAN, PENGARUH SOSIAL TERHADAP ADOPSI
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	130.486	4	32.622	22.022	.000 ^a
	Residual	114.062	77	1.481		
	Total	244.549	81			

a. Predictors: (Constant), Sosial, Kemudahan, Kesadaran, Manfaat

b. Dependent Variable: Adopsi

Sumber: data diolah

Pada Tabel 4 dapat dilihat bahwa hasil uji F terdapat F hitung 22.022 dengan nilai signifikansi 0,000 nilai signifikan < 0,05. Apabila angka probabilitas signifikansi < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dari hasil output tersebut

menyatakan bahwa variabel bebas yaitu Manfaat Yang Dirasakan, Kemudahan Yang Dirasakan, Kesadaran, Pengaruh Sosial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Adopsi.

Tabel 5
UJI t VARIABEL MANFAAT YANG DIRASAKAN, KEMUDAHAN YANG DIRASAKAN, KESADARAN, PENGARUH SOSIAL TERHADAP ADOPSI
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.199	1.696		-1.296	.199
	Manfaat	.187	.082	.184	2.285	.025
	Kemudahan	.402	.086	.365	4.684	.000
	Kesadaran	.454	.069	.525	6.574	.000
	Sosial	.202	.074	.217	2.739	.008

a. Dependent Variable: Adopsi

Sumber: data diolah

Hasil Uji t dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Perhitungan Uji t pada penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = \alpha + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + e$$

Berdasarkan hasil Uji t yang ditunjukkan pada Tabel 4.21, maka dapat diperoleh sebagai berikut:

$$Y = -2.199 + 0,187X_1 + 0,402X_2 + 0,454X_3 + 0,202X_4 + 1.696$$

Persamaan Uji t di atas menjelaskan bahwa:

- a. $\alpha = -2.199$
Konstanta sebesar -2.199 menunjukkan bahwa jika manfaat, kemudahan yang dirasakan, kesadaran dan pengaruh sosial tidak ada atau sama dengan nol, maka adopsi *Mobile Banking* akan menurun di tandai dengan angka negatif.
- b. $\beta_1 = 0,187$
Artinya apabila variabel manfaat yang dirasakan (MD) mengalami peningkatan sebesar satu-satuan, maka akan mengakibatkan kenaikan pada variabel adopsi *Mobile Banking* sebesar 0,187 satuan dan sebaliknya apabila variabel manfaat yang dirasakan (MD) mengalami penurunan, maka akan mengakibatkan penurunan pada variabel adopsi *Mobile Banking* sebesar 0,187 satuan. Dengan asumsi bahwa nilai dari variabel bebas yang lain dalam keadaan konstan.
- c. $\beta_2 = 0,402$
Artinya apabila variabel kemudahan yang dirasakan

(KD) mengalami peningkatan sebesar satu-satuan, maka akan mengakibatkan kenaikan pada variabel adopsi *Mobile Banking* sebesar 0,402 satuan dan sebaliknya apabila variabel kemudahan yang dirasakan (KD) mengalami penurunan, maka akan mengakibatkan penurunan pada variabel adopsi *Mobile Banking* sebesar 0,402 satuan. Dengan asumsi bahwa nilai dari variabel bebas yang lain dalam keadaan konstan.

- d. $\beta_3 = 0,454$
Artinya apabila variabel kesadaran (K) mengalami peningkatan sebesar satu-satuan, maka akan mengakibatkan kenaikan pada variabel adopsi *Mobile Banking* sebesar 0,454 satuan dan sebaliknya apabila variabel kesadaran (K) mengalami penurunan, maka akan mengakibatkan penurunan pada variabel adopsi *Mobile Banking* sebesar 0,454 satuan. Dengan asumsi bahwa nilai dari variabel bebas yang lain dalam keadaan konstan.
- e. $\beta_4 = 0,202$
Artinya apabila variabel pengaruh sosial (PS) mengalami peningkatan sebesar satu-satuan, maka akan mengakibatkan kenaikan pada variabel adopsi *Mobile Banking* sebesar 0,202 satuan dan sebaliknya apabila variabel pengaruh sosial (PS) mengalami penurunan, maka akan mengakibatkan penurunan pada variabel adopsi

Mobile Banking sebesar 0,202 satuan. Dengan asumsi bahwa nilai dari variabel bebas yang lain dalam keadaan konstan.

f. $error = 1,696$

Artinya jika *error* meningkat sebesar satu-satuan maka mengalami peningkatan pada variabel lain di luar variabel bebas sebesar 1,696.

Pengaruh Manfaat yang dirasakan Terhadap Adopsi

Berdasarkan hasil pengujian analisis uji t dapat diketahui bahwa manfaat yang dirasakan memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap adopsi, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan positif terhadap adopsi menggunakan sebesar $0,025 < 0,05$ yang berarti H_1 menyatakan bahwa manfaat yang dirasakan berpengaruh signifikan positif terhadap adopsi menggunakan *Mobile Banking* bank BCA di Surabaya yang telah terbukti kebenarannya. Dapat diartikan bahwa Semakin besar manfaat yang dirasakan dalam menggunakan *Mobile Banking* maka semakin meningkat adopsi *Mobile Banking*. Hasil ini sejalan dengan penelitian oleh Ayman Bassam Nassuora (2013) hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang menjelaskan bahwa variabel bebas manfaat yang dirasakan memiliki pengaruh signifikan terhadap adopsi menggunakan *Mobile Banking* pada konsumen di Yordania.

Pengaruh Kemudahan Yang Dirasakan Terhadap Adopsi

Berdasarkan hasil pengujian analisis uji t dapat diketahui bahwa kemudahan yang dirasakan memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap adopsi, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan positif terhadap adopsi menggunakan sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti H_1 menyatakan

bahwa kemudahan yang dirasakan berpengaruh signifikan positif terhadap adopsi menggunakan *Mobile Banking* bank BCA di

Surabaya yang telah terbukti kebenarannya. Semakin besar kemudahan yang dirasakan dalam menggunakan *Mobile Banking* maka semakin meningkat adopsi *Mobile Banking*.

hasil penelitian ini dibandingkan dengan hasil penelitian terdahulu oleh Ayman Bassam Nassuora (2013) hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang menjelaskan bahwa variabel bebas kemudahan yang dirasakan memiliki pengaruh signifikan terhadap adopsi menggunakan *Mobile Banking* pada konsumen di Yordania.

Pengaruh Kesadaran Terhadap Adopsi

Berdasarkan hasil pengujian analisis uji t dapat diketahui bahwa kesadaran memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap adopsi, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan positif terhadap adopsi menggunakan sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti H_1 menyatakan bahwa kesadaran berpengaruh signifikan positif terhadap adopsi menggunakan *Mobile Banking* Bank BCA di Surabaya yang telah terbukti kebenarannya.

Hasil ini sejalan dengan penelitian oleh Amit Shankar (2016) hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang menjelaskan bahwa variabel bebas kesadaran memiliki pengaruh signifikan terhadap adopsi menggunakan *Mobile Banking* pada nasabah di India.

Pengaruh Pengaruh Sosial Terhadap Adopsi

Berdasarkan hasil pengujian analisis uji t dapat diketahui bahwa pengaruh sosial memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap adopsi, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan positif terhadap adopsi menggunakan sebesar $0,008 < 0,05$ yang berarti H_1 menyatakan bahwa pengaruh sosial berpengaruh signifikan positif terhadap adopsi menggunakan *Mobile Banking* bank BCA di Surabaya yang telah terbukti kebenarannya. Dapat diartikan bahwa Semakin besar pengaruh sosial dalam menggunakan *Mobile Banking* maka semakin meningkat adopsi *Mobile Banking*.

Hasil ini sejalan dengan penelitian oleh Agbemabiese George Cudje, Patrick Amfo Anim, Joseph Gerald Tetteh Nyanyofio (2015) hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang menjelaskan bahwa variabel bebas pengaruh sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap adopsi menggunakan *Mobile Banking* pada nasabah di Ghana.

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Penelitian ini dilakukan di Surabaya dengan sampel akhir 82 responden nasabah *Mobile Banking* Bank BCA

di Surabaya dengan mengumpulkan data menggunakan kuesioner. Pengujian ini dilakukan dalam penelitian dan menggunakan uji validitas dan reliabilitas yang di bantu dengan program SPSS 16,0. dapat ditarik kesimpulan yang diuraikan sebagai berikut:

1. Variabel Manfaat Yang Dirasakan berpengaruh positif signifikan terhadap adopsi *Mobile Banking* Bank BCA di Surabaya. Dapat diartikan bahwa semakin tinggi manfaat yang dirasakan semakin tinggi adopsi nasabah untuk menggunakan layanan *Mobile banking* Bank BCA.
2. Variabel Kemudahan Yang Dirasakan berpengaruh positif signifikan terhadap adopsi *Mobile Banking* Bank BCA di Surabaya. Dapat diartikan bahwa semakin tinggi kemudahan yang dirasakan nasabah Bank BCA semakin tinggi pula adopsi untuk menggunakan layanan *Mobile Banking* Bank BCA.
3. Variabel Kesadaran berpengaruh positif signifikan terhadap adopsi *Mobile Banking* Bank BCA di Surabaya. Dapat diartikan semakin tinggi kesadaran seseorang terhadap layanan *Mobile Banking* semakin tinggi pula adopsi menggunakan layanan tersebut.
4. Variabel Pengaruh Sosial berpengaruh positif signifikan terhadap adopsi *Mobile Banking* Bank BCA di Surabaya. Dapat diartikan semakin tinggi pengaruh sosial seseorang terhadap lingkungan

maka semakin tinggi pula adopsi menggunakan *Mobile Banking*.

5. Variabel Manfaat, kemudahan yang dirasakan, kesadaran dan pengaruh sosial berpengaruh positif signifikan terhadap adopsi *Mobile Banking* Bank BCA di Surabaya. Dapat diartikan semakin tinggi Manfaat, kemudahan yang dirasakan, kesadaran dan pengaruh sosial dirasakan nasabah Bank BCA semakin tinggi pula adopsi untuk menggunakan layanan *Mobile Banking* Bank BCA.

Dalam penelitian yang telah dilakukan, maka ada beberapa keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Terdapat kendala dalam penyebaran kuesioner karena tidak mudah untuk mendapatkan responden yang sesuai dengan kriteria peneliti dan tidak semua responden bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner, responden yang kurang serius dalam ketersediaannya mengisi kuesioner dan terburu-buru dalam mengisi kuesioner.
2. Beberapa responden mengeluh saat mengisi pertanyaan terbuka.

Adapun saran-saran yang dapat dilakukan dalam penelitian selanjutnya

Bagi Bank BCA:

- a. Berdasarkan hasil tanggapan responden terhadap variabel manfaat yang dirasakan pada item pernyataan yang menyatakan bahwa *Mobile Banking* peningkatan kinerja

yang baik dengan memanfaatkan *Mobile Banking* menduduki peringkat terbawah diantara item pernyataan yang lainnya. Diharapkan Bank BCA dapat meningkatkan kinerja layanan yang ada pada *Mobile Banking*.

- b. Berdasarkan hasil tanggapan responden terhadap variabel kemudahan yang dirasakan pada item pernyataan yang menyatakan bahwa *Mobile Banking* merasa jelas dan mudah dimengerti nasabah menduduki peringkat terbawah diantara item pernyataan yang lainnya, maka customer service memberikan penjelasan cara penggunaan *Mobile Banking* dengan jelas dan mudah dimengerti agar nasabah mudah mempelajari cara penggunaan *Mobile Banking*.

- c. Berdasarkan hasil tanggapan responden terhadap variabel kesadaran pada item pernyataan yang menyatakan bahwa *Mobile Banking* tertarik dengan layanan *Mobile Banking* menduduki peringkat terbawah diantara item pernyataan yang lainnya. Diharapkan Bank BCA dapat menambah fasilitas agar nasabah dapat tertarik menggunakan *Mobile Banking*.

- d. Berdasarkan hasil tanggapan responden terhadap variabel pengaruh sosial pada item pernyataan yang menyatakan bahwa *Mobile Banking* saran dari orang tua menduduki peringkat terbawah diantara item pernyataan yang lainnya. Diharapkan Bank BCA dapat

menambah saran dari teman dekat agar nasabah dapat menggunakan layanan Mobile Banking.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya:

- a. Peneliti selanjutnya yang ingin meneliti judul yang sama diharapkan menambah jumlah variabel lain seperti: kepercayaan, kesesuaian dan sikap yang dapat mempengaruhi adopsi agar penelitian lebih bervariasi.
- b. Penelitian selanjutnya dalam melakukan penyebaran kuesioner diharapkan saat pengisian responden mendapat pendampingan.

DAFTAR RUJUKAN

- Agbemabiase George Cudje, Patrick Amfo Anim, Joseph Gerlad Nii Tetteh Nyanyofio. 2015. "Determinants of Mobile Banking Adoption in the Ghanaian Banking Industry: A Case of Access Bank Ghana Limited" *Journal of Computer and Communications*, 2015, 3, 1-19
- Amit Shankar. 2016. "Factors Affecting Mobile Banking Adoption Behaviour in India", *Journal of Internet Banking and Commerce* April, 2016, Vol. 21, No.1
- Ankit Kesharwani and Shailendra Singh Bisht 2011 "The Impact Of Trust And Percived Risk On Internet Banking Adoption In India", *International Journal Of Bank Marketing* vol. 30 no 4
- Ayman Bassam Nassuora. 2013. "Understanding Factors Affecting the Adoption Of M-Commerce by Consumers". *Journal of Applied Science* 13 (6) Pp. 913-918
- Dwi Suhartini, Wiwik Handayani. 2009. "Model Penerimaan Teknologi Informasi oleh Dosen pada Perguruan Tinggi di Surabaya". *Jurnal Sistem Manajemen*
- Imam Ghozali. 2013. "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS". Edisi 7. Semarang : Universitas Diponegoro
- Irmadhani dan Nugroho, Mahendra Adhi. 2012. "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Computer Self Efficacy, Terhadap Penggunaan Online Banking." Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, Vol 1, No 3 (2012)
- Jogiyanto. 2008. *Sistem informasi Keprilakuan Yogyakarta* :Penerbit ANDI. Yogyakarta
- Kotler dan Keller. 2016. *Marketing Management*. Edisi ke 15. Kendallville:Person
- Malhotra, Naresh K. 2009. *Riset Pemasaran Pendekatam Terapan*, Edisi Keempat, Jakarta : Indeks
- M. Burhan Bungin 2013. *Metodologi Penelitian Sosial & ekonomi*
- Morissan. 2014. *Metode Penelitian Survei*
- Mudrajad Kuncoro. 2012. *Manajemen Perbankan Teori dan Aplikasi*: Fakultas Ekonomika dan Bisnis UGM
- Perkins, Daniel dan Jonathan Annan, 2013. "Factor Affecting the

Adoption of Online Banking in Ghana: Implication for Bank Managers”. *International Journal of Business and Social Research (IJBSR)*, Vol 6. No 3. Pp 94-108.

Sulistiyarini, S (2013). *Pengaruh minat individu terhadap penggunaan Mobile Banking: model kombinasi technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB)*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya, 1 (2), 1-16

Tiwari, Buse., 2007, “Internet Banking adoption intention ini Malayasia: the roles of personal and system characteristics”, International Conference in Economics and Finance, Labuan, Jurnal (April).

Top Brand Index Layanan Mobile Banking Bank BCA Periode 2015-2106

<http://www.topbrand-award.com>, diakses 08 April 2017).

