
PENERAPAN MODEL UTAUT (*THE UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY*) TERHADAP MINAT DAN PERILAKU PENGGUNAAN *MOBILE BANKING*

Widya Anjani¹

Email: widya.anjani14@gmail.com

Imam Mukhlis²

Email: imam.mukhlis.fe@um.ac.id

Abstract

BRI mobile banking is a form of banking service that provides a strategic role in facilitating customer transaction processes. The development of m-banking BRI service needs to be done by analyzing the factors that motivate of acceptance and use of mobile banking. This research aims to determine the behavioral intention and use behavior of m-banking BRI by applying the UTAUT model. The research approach used by the researcher is quantitative. Then, data collection was obtained through a questionnaire instrument in google form which was distributed to 130 user of m-banking BRI. The sampling technique used purposive sampling method with data analysis by using of multiple linear regression test through Ordinary Least Square (OLS) technique. The results of the research on regression 1 prove that the constructs of the UTAUT model in the form of performance expectancy, effort expectancy and social influence have a positive and significant influence on their relationship with behavioral intention in using m-banking BRI. Meanwhile, the results of the research in regression 2 namely facilitating conditions and behavioral intention are also positive and significant in their influence on the use behavior of using m-banking BRI.

Keywords: *UTAUT, Mobile Banking, Behavioral Intention, Use Behavior*

1. PENDAHULUAN

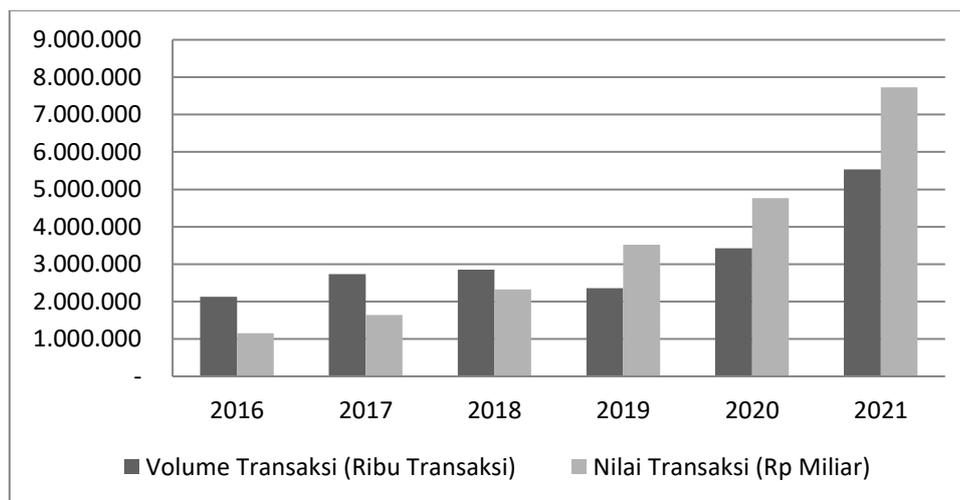
Pada masa digital saat ini kemajuan teknologi berkembang dengan cepat dan menjangkau setiap struktur lapisan kehidupan. Melalui keberadaan teknologi informasi, kegiatan ekonomi dapat dilakukan secara produktif dan efisien sehingga akan mengarah pada transformasi pertumbuhan ekonomi dan bisnis (Mukhlis et al. 2018). Hadirnya perkembangan teknologi telah merevolusi berbagai aspek pada aktivitas layanan keuangan dan perbankan. Menurut (Styarini dan Riptiono 2020),

¹ Corresponding author: Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang, Jalan Semarang No.5, Malang, Jawa Timur, 65145

² Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang, Jalan Semarang No.5, Malang, Jawa Timur, 65145

kemajuan teknologi ini dimanfaatkan oleh lembaga perbankan untuk menunjang keberhasilan operasional bank. Adanya pergeseran kegiatan konvensional ke arah digital pada sektor perbankan terkait erat dengan tingginya penggunaan *smartphone* yang terus meningkat. Hal ini kemudian menjadikan kegiatan perbankan secara fisik beralih ke layanan *mobile* yang bisa mengakses pengecekan saldo, transfer dana, pembayaran tagihan dan lainnya secara langsung melalui perangkat seluler (Rita dan Fitria 2021).

Pertumbuhan layanan perbankan digital (*digital banking*) dinilai mampu memberikan nilai tambah bagi bank kepada nasabahnya, yaitu berupa kemudahan akses pada beragam layanan dan produk yang ditawarkan oleh bank (Rachmawati et al. 2020). Hal tersebut selanjutnya dimanfaatkan oleh sektor perbankan untuk menciptakan inovasi layanan melalui teknologi informasi dengan bantuan internet. Pemanfaatan teknologi internet merupakan strategi yang dijalankan oleh perbankan dengan mengutamakan fokus pada *multichannel delivery* pada pengembangan *digital banking* secara internal seperti *mobile banking* (Bank Indonesia 2019). Layanan *mobile banking* diciptakan untuk memberikan fleksibilitas kepada pengguna dalam mengakses rekening bank dan melakukan kegiatan transaksi (Sharma 2019). Selain menciptakan keuntungan bagi nasabah, *mobile banking* memungkinkan agar bank dapat melakukan kinerja yang optimal dalam menawarkan layanan hemat biaya dan meningkatkan efektivitas layanan.



Gambar 1.1 Volume dan Nilai Transaksi *Mobile Banking*

Sumber: Statistik Bank Indonesia (2022)

Berdasarkan laporan statistik Bank Indonesia pada Maret 2022, volume dan nilai transaksi *m-banking* di Indonesia terus mengalami pelonjakan sejak tahun 2016. Nilai transaksi *mobile banking* meningkat dari Rp 1.159 Triliun di tahun 2016 menjadi Rp 7.730 Triliun pada tahun 2021 atau naik lebih dari 300 persen. *Price Waterhouse Cooper* atau PWC juga menyatakan bahwa 86% responden dari hasil survey tahun 2018 telah memiliki aplikasi *mobile banking* yang digunakan sebagai strategi digital pada era *Society 5.0*. Diperkuat dengan laporan dari *Youth Finsight Survey* pada tahun 2018 menunjukkan jika milenial berpotensi besar dalam peningkatan layanan keuangan digital yaitu dengan bukti dimana 95% mempunyai *smartphone* dan 49% telah menggunakan *internet banking* dalam menunjang aktivitas transaksi (Otoritas Jasa Keuangan 2021).

Bank Rakyat Indonesia (BRI) selaku bank BUMN senantiasa berupaya meningkatkan layanan pada sistem *mobile banking*. Berdasarkan laporan pada survey *Bank Service Excellence Monitor* (BSEM) oleh *Marketing Research Indonesia* (MRI) tahun 2020, BRI menempati posisi ketiga sebagai bank konvensional dengan performa *e-banking* terbaik setelah BNI dan BCA yaitu sebesar 92,65%. Akan tetapi pada implementasi penggunaan *m-banking* BRI masih banyak ditemukan persepsi negatif dan keluhan pengguna yang menyebabkan ketidaknyamanan saat bertransaksi, dimana hal ini dapat mengurangi kepercayaan nasabah terhadap layanan tersebut. Dengan demikian BRI perlu lebih responsif terhadap aspek layanan *m-banking* agar mampu mengoptimalkan fasilitas pada aplikasi dan bersaing lebih unggul melampaui bank-bank nasional yang menyediakan layanan serupa. Hal tersebut dilakukan dengan memperluas tingkat penetrasi *digital banking* nasabah untuk menggunakan *m-banking* BRI melalui analisis penerimaan dan penggunaan oleh pengguna. Oleh karenanya isu terpenting saat ini adalah memahami faktor penerimaan sistem informasi dari individu terhadap perkembangan *mobile banking*. Menurut Moghavvemi et al. (2016) mengungkapkan jika sebagian faktor pendorong dapat dilihat melalui minat perilaku (*behavioral intention*) terhadap teknologi dan perilaku atas penggunaan (*use behavior*) pada teknologi tersebut.

Suatu penerimaan penggunaan pada sistem *m-banking* BRI dapat ditentukan dan diprediksi oleh beberapa faktor yang mengukur kemungkinan tindakan konsumen (Venkatesh et al. 2012). Hal ini dapat dianalisis melalui penerapan teori model UTAUT yang dicetuskan oleh Venkatesh et al. (2003). *The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) ialah model teori yang dibangun dengan tujuan mengkaji serta memperkirakan sebuah tingkat penerimaan maupun penggunaan pada teknologi informasi. UTAUT terbentuk dari empat penyusun utama yang tergolong atas ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), faktor sosial (*social influence*) dan kondisi yang memfasilitasi (*facilitating condition*) (Venkatesh et al. 2003). Model teori UTAUT diterapkan pada penelitian ini karena mampu memberikan penjabaran lebih kuat mengenai minat dan memprediksi perilaku individu terhadap penggunaan teknologi informasi secara berkelanjutan (Wu dan Wu 2019). Alasan lain model UTAUT dipilih dalam penelitian ini dikarenakan model teori sebelumnya yaitu TAM memiliki keterbatasan dalam memperhitungkan faktor penting berupa pengaruh sosial. Selain itu, UTAUT terbukti 70% lebih berhasil dalam menjelaskan dan mewakili rangkaian konstruk teori penerimaan teknologi dalam memprediksi perilaku pengguna dibanding dengan teori sebelumnya (Venkatesh et al. 2003).

Adanya pemanfaatan *m-banking* yang kian meningkat mengakibatkan sebagian besar peneliti melakukan riset dalam upaya mempelajari minat pengguna dan perilaku pada pemakaian *mobile banking*. Bukti empiris pada penelitian Raza et al. (2018) menemukan bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha serta kondisi fasilitas mampu memengaruhi adanya minat pengguna dan perilaku aktual pemanfaatan *mobile banking* pada bank Islam di Pakistan, sedangkan pengaruh sosial tidak berpengaruh demikian. Didukung dengan hasil temuan yang sejalan dalam penelitian Rachmawati et al. (2020), menemukan bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial maupun kondisi yang memfasilitasi mampu mempengaruhi minat perilaku dalam mengadopsi *m-banking* dalam segi transaksi. Disamping itu, minat perilaku serta kondisi yang memfasilitasi juga memiliki pengaruhnya dalam perilaku atas pemanfaatan *m-banking*. Hasil temuan Tarhini et al. (2016) mengungkapkan jika

ekspektasi kinerja dan pengaruh sosial menjadi prediktor yang signifikan dalam memengaruhi adanya minat perilaku pelanggan untuk mengadopsi *internet banking*, sedangkan pengaruh ekspektasi usaha terhadap minat tidak signifikan. Selain itu, baik minat perilaku dan kondisi fasilitasi ditemukan memengaruhi perilaku penggunaan aktual *internet banking* di Lebanon.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penelitian ini bertujuan untuk memahami pengimplementasian model UTAUT dalam mempengaruhi minat perilaku (*behavioral intention*) serta perilaku penggunaan (*use behavior*) pada *m-banking* BRI, khususnya bagi mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Negeri Malang. Penelitian dilakukan di Kota Malang dengan dukungan alasan bahwa Kota Malang merupakan kota pendidikan dengan jumlah pemanfaatan *mobile banking* yang cukup besar oleh mahasiswa. Didukung dengan hasil temuan Abrar (2020), Kota Malang di tahun 2017 telah memiliki presentase masyarakat dengan pengakses pengakses *e-banking* tertinggi kedua setelah Surabaya yaitu sebanyak 6,99%. Dengan demikian rumusan masalah yang dianalisis pada penelitian ini mengenai bagaimana konstruk pada model UTAUT dapat mempengaruhi minat perilaku maupun perilaku atas penggunaan BRI *mobile banking*.

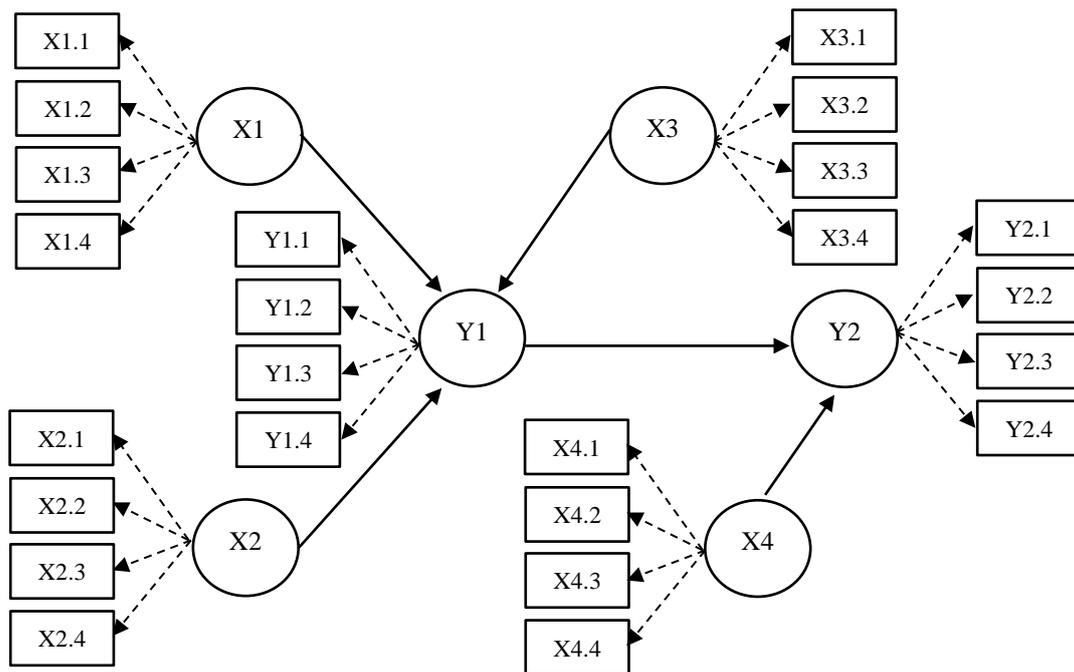
2. KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Teori Model UTAUT

The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology atau UTAUT dapat didefinisikan sebagai model teoritis menyeluruh yang termasuk ke dalam pengembangan teori oleh Venkatesh et al. (2003). Model teori UTAUT menjabarkan tentang penerimaan beserta perilaku penggunaan terhadap suatu teknologi. UTAUT bermaksud untuk mendeskripsikan minat serta perilaku pengguna selanjutnya dalam mengadopsi teknologi informasi (Meiranto 2016). Teori gabungan UTAUT merupakan teori penyempurnaan yang mengintegrasikan tinjauan mengenai karakteristik dari delapan teori dibidang penerimaan teknologi yang telah dicetuskan sebelum model teori ini muncul (Handayani dan Sudiana 2015). Menurut Venkatesh et al. (2003), pengembangan model UTAUT dibangun atas teori-teori yang antara lain: (1) *Innovation Diffusion Theory* (IDT), (2) *Theory of Reasoned Action* (TRA), (3) *Social Cognitive Theory* (SCT) (4) *Technology Acceptance Model* (TAM), (5) *Theory of Planned Behavioral* (TPB), (6) *Model of PC Utilization* (MPCU), (7) *Motivational Model* (MM), (8) *Combined TAM dan TPB*. Model UTAUT terbentuk dari empat penyusun utama yang mampu mempengaruhi secara langsung sebuah minat perilaku pada teknologi serta perilaku atas penggunaan teknologi informasi, dimana terdiri dari ekspektasi kinerja dan ekspektasi usaha, pengaruh sosial dan juga kondisi yang memfasilitasi (Venkatesh et al. 2003).

2.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual secara menyeluruh menjelaskan mengenai pengaruh langsung dari variabel Ekspektasi Kinerja (X_1), Ekspektasi Usaha (X_2) dan Pengaruh Sosial (X_3) terhadap Minat Perilaku menggunakan *m-banking* BRI. Kerangka ini juga menggambarkan pengaruh secara langsung antara variabel Kondisi yang Memfasilitasi (X_4) dan Minat Perilaku (Y_1) terhadap Perilaku Penggunaan *m-banking* BRI (Y_2). Adapun rancangan penelitian dapat digambarkan seperti berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian

2.3 Hipotesis Yang Dikembangkan

2.3.1 Pengaruh *Performance Expectancy* Terhadap Minat Perilaku Pemanfaatan *m-banking* BRI

Ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) didefinisikan menjadi seberapa besar individu mempercayai manfaat dan keuntungan kinerja dari teknologi yang digunakan pada aktivitas yang dilakukan (Venkatesh et al. 2003). Indikator dalam ekspektasi kinerja telah diteliti menjadi satu elemen kunci untuk meningkatkan minat dalam mengadopsi *mobile banking* (Tarhini et al. 2016). Kajian empiris dalam temuan oleh Alalwan et al. (2017) memberikan kesimpulan bahwa minat pengguna pada pemanfaatan *m-banking* diprediksi secara signifikan oleh ekspektasi kinerja. Individu akan memiliki persepsi yang baik ketika layanan *m-banking* dapat mendukung pencapaian keuntungan dalam melakukan aktivitas pembayaran. Hal ini nantinya akan berdampak pada meningkatnya minat perilaku pengadopsian layanan tersebut (Gupta et al. 2019). Dengan begitu hipotesis pertama yang di uji yaitu:

H1: Ekspektasi Kinerja Memengaruhi Secara Positif Signifikan Terhadap Minat Perilaku Pemanfaatan *m-banking* BRI

2.3.2 Pengaruh *Effort Expectancy* Terhadap Minat Perilaku Pemanfaatan *m-banking* BRI

Ekspektasi usaha (*effort expectancy*) dapat dideskripsikan sebagai kemauan seseorang untuk memanfaatkan suatu teknologi informasi dikarenakan sifat pengoperasian yang mudah dan memberikan kenyamanan (Venkatesh et al. 2003). Indikator dalam ekspektasi usaha berkontribusi secara signifikan terhadap minat pengguna dalam mengadopsi *mobile banking* karena sifat khusus dari layanan tersebut yang membutuhkan tingkat pengetahuan dan keterampilan tertentu (Alalwan et al.

2016). Penelitian yang relevan telah mengungkapkan adanya pengaruh ekspektasi usaha yang mampu memengaruhi minat nasabah dalam pemanfaatan *mobile banking* oleh temuan Tan dan Lau (2016). Pengguna akan merasa lebih puas apabila menggunakan suatu layanan yang mudah dioperasikan, sehingga berpeluang untuk terus menggunakan teknologi tersebut (Gupta et al. 2019). Dengan begitu hipotesis yang kedua yaitu:

H2: Ekspektasi Usaha Memengaruhi Secara Positif Signifikan Terhadap Minat Perilaku Pemanfaatan *m-banking* BRI

2.3.3 Pengaruh *Social Influence* Terhadap Minat Perilaku Pemanfaatan *m-banking* BRI

Pengaruh sosial (*social influence*) menggambarkan keyakinan seseorang untuk menggunakan teknologi tertentu karena adanya kepercayaan terhadap orang terdekat atau lingkungan sosialnya (Venkatesh et al. 2003). Adanya pengaruh sosial membuktikan fakta bahwa pengguna akan dihadapkan oleh sebuah pertimbangan tentang layanan *mobile banking* dan memungkinkan seseorang untuk berkonsultasi mengenai keputusan dalam menggunakan layanan tersebut (Oliveira et al. 2014). Penelitian Bhatiasevi (2016) dan Rahi et al. (2019) menjelaskan bahwa pengaruh sosial berhubungan secara langsung dengan minat seseorang dalam mengadopsi layanan *m-banking* maupun *internet banking*. Maka dari itu hipotesis ketiga pada penelitian yaitu:

H3: Pengaruh Sosial Memengaruhi Secara Positif Signifikan Terhadap Minat Perilaku Pemanfaatan *m-banking* BRI

2.3.4 Pengaruh *Facilitating Condition* Terhadap Perilaku Atas Penggunaan *m-banking* BRI

Kondisi yang memfasilitasi (*facilitating condition*) merupakan tingkat kepercayaan seseorang terhadap sumber daya dan infrastruktur yang mendukung pemanfaatan suatu teknologi berupa teknologi informasi (Venkatesh et al. 2003). Menurut Chairia et al. (2020), kondisi yang memfasilitasi menggambarkan tentang pandangan individu mengenai sarana pendukung yang tersedia untuk membantu pengguna melakukan tindakan atau perilaku. Penelitian Tarhini et al. (2016) menunjukkan bahwa *facilitating condition* mempunyai hubungan yang berpengaruh pada perilaku aktual penggunaan *internet banking*. Adanya pengalaman penggunaan yang lebih besar dapat meningkatkan pengetahuan yang lebih baik dalam memfasilitasi penggunaan teknologi (Kwateng et al. 2018). Maka hipotesis keempat yaitu:

H4: Kondisi yang Memfasilitasi Memengaruhi Secara Positif Signifikan Terhadap Perilaku Atas Penggunaan *m-banking* BRI

2.3.5 Pengaruh *Behavioral Intention* Terhadap Perilaku Atas Penggunaan *m-banking* BRI

Minat perilaku (*behavioral intention*) dideskripsikan dengan suatu kemauan individu untuk mengadopsi teknologi dan dianggap sebagai faktor penting dalam menentukan penerimaan teknologi (Raza et al. 2018). Minat seseorang dalam menggunakan teknologi informasi sangat bervariasi dan tergantung dari keberagaman layanan yang disajikan pada sistem (Rita dan Fitria 2021). *Behavioral intention* menggambarkan kemungkinan yang dirasakan oleh pengguna dan mengindikasikan persepsi seseorang dalam memanfaatkan suatu hal pada kondisi tertentu (Kwateng et

al. 2018). Terdapat beberapa bukti yang mengungkapkan jika minat perilaku mempengaruhi adanya perilaku aktual pada penerimaan teknologi seperti dalam penelitian Iskandar et al. (2020) dan Win et al. (2021). Adapun hipotesis kelima yang diajukan adalah:

H5: Minat Perilaku Memengaruhi Secara Positif Signifikan Terhadap Perilaku Atas Penggunaan *m-banking* BRI

3. METODE PENELITIAN

Pada penelitian yang dilakukan, diterapkan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan jenis penelitian eksplanasi (*explanatory research*). Jenis penelitian eksplanasi yang dipilih berfungsi untuk menguraikan hubungan antar variabel melalui uji hipotesis yang dikembangkan (Sugiyono 2017). Jenis data yang diaplikasikan pada penelitian yakni diperoleh langsung atau berupa data primer. Pada penelitian terdiri atas variabel independen yang antara lain ekspektasi kinerja (X_1), ekspektasi usaha (X_2) dan pengaruh sosial (X_3) serta kondisi yang memfasilitasi (X_4). Sedangkan variabel dependen/variabel terikat yang digunakan yakni Minat Perilaku (Y_1) dan Perilaku Penggunaan (Y_2) BRI *mobile banking*.

Populasi yang terdapat pada penelitian merupakan mahasiswa dari fakultas ekonomi Universitas Negeri Malang yang mana sebagai pengguna *m-banking* BRI. Sedangkan sampel penelitian merupakan responden pengguna *m-banking* BRI yang diambil sesuai dengan kriteria dan ketentuan pada penelitian. Responden ditentukan melalui teknik *purposive sampling* atau pengumpulan sampel dilakukan sesuai dengan kriteria khusus dari peneliti (Sugiyono 2017). Dalam penelitian ini telah ditetapkan kriteria diantaranya adalah: (1) responden menggunakan aplikasi BRImo, (2) responden merupakan mahasiswa angkatan 2018 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang (UM). Penentuan ukuran sampel menggunakan rumus Hair et al. (2010) yang menjelaskan jika jumlah sampel sebagai responden yang diambil datanya adalah minimal 5 kali dari total indikator pertanyaan yang diestimasi. Adapun penelitian ini menggunakan 24 item pertanyaan, sehingga sampel minimal yang diperlukan adalah sebesar $24 \times 5 = 120$. Dengan demikian didapatkan sebanyak 130 sampel responden yang diolah datanya dari total mahasiswa Fakultas Ekonomi UM angkatan 2018.

Metode pengumpulan data pada penelitian menggunakan survey kuesioner. Teknik pengambilan data pada kuesioner dilakukan dengan menyebarkan link *google form* kepada responden sebagai sumber data yang terdapat didalam penelitian. Instrumen penelitian ini mengaplikasikan skala pengukuran dengan *skala likert*, antara lain: (1) tidak setuju; (2) kurang setuju; (3) cukup setuju; (4) setuju; dan (5) sangat setuju. Pada penelitian, teknik analisis data dilakukan melalui analisis statistika inferensial dengan uji regresi linier berganda menggunakan metode *Ordinary Least Squares (OLS)*. Pengujian dilakukan melalui analisis regresi dengan 2 model olahan data. Uji regresi pada model 1 bertujuan untuk memahami pengaruh dari variabel X_1 , X_2 , dan X_3 terhadap Y_1 dengan persamaan:

$$Y_1 = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon \quad (1)$$

Setelah pengujian pada model 1 dilakukan regresi model 2 bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel X_4 dan Y_1 terhadap Y_2 , dengan persamaan:

$$Y_2 = \alpha + \beta_4 X_4 + \beta_5 Y_1 + \varepsilon \quad (2)$$

Keterangan:

Y_1 = Minat Perilaku Menggunakan *m-banking* BRI

Y_2 = Perilaku Penggunaan *m-banking* BRI

X_1 = Ekspektasi Kinerja

X_2 = Ekspektasi Usaha

X_3 = Pengaruh Sosial

X_4 = Kondisi yang Memfasilitasi

α = Konstanta

β = Koefisien regresi

ε = Standar error

Uji selanjutnya pada instrumen penelitian ini diantaranya yaitu uji validitas untuk mengukur validitas butir pertanyaan pada kuesioner dan uji reliabilitas untuk melihat konsistensi jawaban yang diberikan (Sugiyono 2017). Uji asumsi klasik diterapkan untuk memenuhi estimasi dari regresi dengan OLS yang telah di uji agar data tidak bersifat bias atau dikatakan BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*) (Ghozali 2016). Pengolahan data menggunakan *software Stata 13.0*.

4. HASIL PENELITIAN

4.1 Analisis Data Responden

Berdasarkan dari hasil angket atau kuesioner yang disebarakan melalui *Google Form*, total responden yang diolah adalah sebanyak 130 responden. Karakteristik umum responden didasarkan menurut jenis kelamin/gender dan intensitas penggunaan BRImo per bulan. Hasil didapatkan dari setiap karakteristik responden yang telah ditentukan sebelumnya akan digunakan untuk memberikan gambaran responden yang diteliti. Adapun rincian statistika demografi responden adalah seperti pada tabel berikut:

Tabel 4.1 Profil Demografi

Item	Opsi	Frekuensi	Presentase (%)
Jenis Kelamin	Perempuan	90	69,2%
	Laki-Laki	40	30,8%
	Total	130	100%
Intensitas Penggunaan/Bulan	1 - 5 Kali	63	48.5%
	6 - 10 Kali	40	30.8%
	11 - 15 Kali	10	7.7%
	Lebih dari 15 Kali	17	13.1%
	Total	130	100%

Sumber: Data primer diolah (2021)

Pada tabel 4.1 diatas, dijelaskan bahwa karakteristik umum responden dilihat dari jenis kelamin didominasi oleh kelompok jenis kelamin perempuan yang mana berjumlah sebanyak 90 orang dengan total presentase 69,2% dan sisanya 40 orang atau 30,8% adalah laki-laki. Kemudian apabila dilihat dari intensitas penggunaan BRImo/bulan oleh responden, mayoritas pengguna menggunakan dengan intensitas 1-5 kali perbulannya yaitu sebesar 48,5% dan intensitas penggunaan paling sedikit adalah >15 kali dengan presentase 13,1%.

4.2 Hasil Uji Validitas dan Hasil Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Tujuan dari uji validitas yang ada didalam penelitian yaitu untuk menguji seberapa valid butir-butir pertanyaan pada kuesioner/angket. Uji validitas diukur

melalui teknik uji korelasi berupa ukuran korelasi *Pearson Product Moment*. Pertanyaan dianggap valid ketika nilai dari r hitung $>$ r tabel. Nilai pada r tabel yang terhitung dalam penelitian ini pada $df = n-2$ (130-2) adalah 0,1723. Sehingga dikatakan valid jika r hitung $>$ 0,1723. Tabulasi perhitungan uji validitas yaitu seperti pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator/Butir Pertanyaan	Nilai R- Tabel	Nilai-R Hitung	Keputusan
<i>Performance Expectancy (X₁)</i>	PE ₁	0.1723	0.8119	Valid
	PE ₂	0.1723	0.8400	Valid
	PE ₃	0.1723	0.7778	Valid
	PE ₄	0.1723	0.7893	Valid
<i>Effort Expectancy (X₂)</i>	EE ₁	0.1723	0.7587	Valid
	EE ₂	0.1723	0.7765	Valid
	EE ₃	0.1723	0.7810	Valid
	EE ₄	0.1723	0.7752	Valid
<i>Social Influence (X₃)</i>	SI ₁	0.1723	0.8148	Valid
	SI ₂	0.1723	0.7694	Valid
	SI ₃	0.1723	0.7939	Valid
	SI ₄	0.1723	0.8350	Valid
<i>Facilitating Condition (X₄)</i>	FC ₁	0.1723	0.8013	Valid
	FC ₂	0.1723	0.8221	Valid
	FC ₃	0.1723	0.8476	Valid
	FC ₄	0.1723	0.7548	Valid
<i>Behavioral Intention (Y₁)</i>	BI ₁	0.1723	0.7808	Valid
	BI ₂	0.1723	0.7157	Valid
	BI ₃	0.1723	0.7528	Valid
	BI ₄	0.1723	0.7657	Valid
<i>Use Behavior (Y₂)</i>	UB ₁	0.1723	0.8599	Valid
	UB ₂	0.1723	0.8197	Valid
	UB ₃	0.1723	0.8331	Valid
	UB ₄	0.1723	0.7879	Valid

Sumber: Data primer diolah (2021)

Melalui tabel 4.2 yang merupakan hasil dari uji validitas menunjukkan apabila seluruh butir pertanyaan dinyatakan valid. Dikatakan demikian sebab terdapat nilai pada r hitung yang mana lebih besar dibanding dengan nilai dari r tabel. Dalam hal ini besaran r hitung $>$ 0,1723.

2. Uji Reliabilitas

Pengukuran pada uji reliabilitas dianalisis melalui metode *Cronbach Alpha*, bertujuan untuk melihat sejauh mana konsistensi pada instrumen penelitian yang digunakan. Pengujian dapat dikatakan reliabel ketika besaran korelasi pada *cronbach's alpha* menghasilkan nilai dengan angka yang lebih besar daripada 0,7 (Ghozali 2016). Adapun tabulasi hasil pengukuran uji reliabilitas yaitu:

Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Indikator	Nilai Cronbach Alpha	Keputusan
<i>Performance Expectancy</i> (X ₁)	4	0.8094	Reliabel
<i>Effort Expectancy</i> (X ₂)	4	0.7742	Reliabel
<i>Social Influence</i> (X ₃)	4	0.8157	Reliabel
<i>Facilitating Condition</i> (X ₄)	4	0.8121	Reliabel
<i>Behavioral Intention</i> (Y ₁)	4	0.7454	Reliabel
<i>Use Behavior</i> (Y ₂)	4	0.8406	Reliabel

Sumber: Data primer diolah (2021)

Melalui tabel 4.3 perhitungan uji reliabilitas menggambarkan bahwa setiap konstruk model bernilai lebih besar dari ketetapan toleransi, yaitu 0,7. Dapat dijelaskan bahwa nilai *cronbach's alpha* pada Ekspektasi Kinerja (X₁) = 0.8094, Ekspektasi Usaha (X₂) = 0.7742, Pengaruh Sosial (X₃) = 0.8157, Kondisi Fasilitas (X₄) = 0.8121, Minat Perilaku (Y₁) = 0.7454, dan Perilaku Penggunaan (Y₂) = 0.8406. Maka dengan demikian hasil pengukuran pada uji reliabilitas dalam penelitian dinyatakan reliabel.

4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas berfungsi memaparkan apakah terdapat hubungan atau sebab akibat antara variabel bebas pada uji regresi yang dilakukan. Uji multikolinieritas dianalisis melalui nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) pada satu persatu variabel tersebut. Apabila diketahui nilai dari VIF < 10 maka bisa dideskripsikan jika model regresi terbebas dari gejala multikolinieritas. Adapun hasil pengukuran uji multikolinieritas ialah sebagai berikut:

Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinieritas

Model Regresi 1		
Variabel	VIF	1/VIF
<i>Performance Expectancy</i> (X ₁)	2.00	0.49
<i>Effort Expectancy</i> (X ₂)	1.91	0.52
<i>Social Influence</i> (X ₃)	1.17	0.85
Model Regresi 2		
Variabel	VIF	1/VIF
<i>Facilitating Condition</i> (X ₄)	1.97	0.50
<i>Behavioral Intention</i> (Y ₁)	1.97	0.50

Sumber: Data primer diolah (2021)

Diketahui melalui hasil pengukuran uji multikolinieritas pada tabel 4.4 diatas, terlihat jika masing-masing nilai VIF pada variabel bernilai kurang dari 10 dan nilai 1/VIF > 0,1. Hal tersebut mengungkapkan bahwa gejala multikolinieritas tidak terjadi pada model regresi yang diuji.

2. Uji Heteroskedastisitas

Terdapat dua cara pengolahan uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini. Pada model regresi pertama pengujian dilakukan menggunakan metode *Breusch-Pagan*, yaitu dengan melihat nilai pada hasil probabilitas *Chi-Squared*. Sedangkan pada model regresi yang kedua, uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat perubahan pada

nilai *Robust Standar Error* dengan nilai standar eror pada model regresi sebelum di *Robust*. Adapun hasil olahan data pada uji heteroskedastisitas yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model Regresi 1		
chi2(1)	0.03	
Prob > chi2	0.8675	
Model Regresi 2		
Variabel	Robust Std. Error	Std. Error
<i>Facilitating Condition</i>	0.0865309	0.0750054
<i>Behavioral Intention</i>	0.0991924	0.0893787
_cons	1.075012	1.144187

Sumber: Data primer diolah (2021)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dalam tabel 4.5, menunjukkan jika pada model regresi pertama perhitungan probabilitas *Chi-Squared* bernilai sebesar 0.8675 atau mempunyai makna lebih besar dibanding dengan tingkatan signifikansi yang ditetapkan yakni 0.05. Sehingga didapatkan model regresi tidak terdapat gejala heteroskedastisitas atau bersifat homokedastisitas. Kemudian pada model regresi kedua terlihat bahwa nilai *Robust Standar Error* memiliki perubahan dibandingkan dengan nilai standar eror sebelum di *Robust*. Hal ini turut membuktikan bahwa model regresi kedua juga terbebas atau tidak mempunyai gejala heteroskedastisitas.

3. Uji Normalitas

Perhitungan pada uji normalitas berfungsi untuk mengukur apakah pada suatu model regresi antara variabel dependen (Y) dan variabel independen (X) terdeteksi mempunyai sebaran berdistribusi normal ataupun sebaliknya. Uji normalitas pada model regresi pertama dilakukan menggunakan *Saphiro-Wilk*, sedangkan pada model kedua menggunakan *Shapiro-Francia*. Adapun tabulasi hasil pengukuran yaitu:

Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas

Model Regresi 1	Shapiro-Wilk W test for normal data
	0.18663
Model Regresi 2	Shapiro-Francia W' test for normal data
	0.05926

Sumber: Data primer diolah (2021)

Melalui tabulasi nilai dalam tabel 4.6, perhitungan hasil pada uji normalitas memperlihatkan jika model regresi pertama memiliki nilai statistik 0.18663. Sedangkan pada model regresi kedua nilai statistik yang diperoleh adalah 0.05926. Maka dari itu ditarik kesimpulan bahwa residual atau sebaran data adalah berdistribusi normal sebab didapatkan nilai probabilitas lebih besar daripada 0,05.

4.4 Hasil Uji Regresi

1. Analisis Regresi Model 1

Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Model 1

Variabel	Koefisien	Std. Error	t	P> t
<i>Performance Expectancy</i> (X_1)	0.1959177	0.0893729	2.19	0.030
<i>Effort Expectancy</i> (X_2)	0.4773079	0.0874292	5.46	0.000
<i>Social Influence</i> (X_3)	0.2208153	0.0418561	5.28	0.000
Konstanta	1.955408	1.272098	1.54	0.127
Variabel Dependen	<i>Behavioral Intention</i> (Y_1)			
R-Squared	0.5839			
Adj R-Squared	0.5739			
F _{hitung}	58.93			
Prob > F	0.0000			
Persamaan Model Regresi	$Y_1 = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$			
Hasil Persamaan Regresi	$Y_1 = 1.955408 + 0.1959177 X_1 + 0.4773079 X_2 + 0.2208153 X_3$			

*t-tabel : 1.97897

Sumber: Data primer diolah (2021)

Menurut perhitungan uji regresi linier berganda yang termuat didalam tabel 4.7 tersebut dapat dianalisis dengan beberapa keterangan pengujian seperti penjelasan berikut:

a. Uji Parsial (Uji t)

Pengukuran pada uji t berfungsi untuk melihat adanya pengaruh parsial setiap variabel independen yang diamati dalam menjelaskan variabel dependen baik Y_1 atau Y_2 yang terdapat pada penelitian. Nilai t-tabel yang diperoleh dengan *degree of freedom* (df) : $(n - k) = (130 - 4) = 126$ dan $\alpha = 5\%$ adalah sebesar 1,97897. Pengambilan keputusan yang dilakukan yaitu apabila nilai P-value < 0.05, bisa dinyatakan variabel independen mampu memengaruhi variabel dependen secara signifikan dan begitupun kebalikannya. Melalui hasil uji regresi yang termuat pada tabel 4.7 menggambarkan bahwa:

1. Ekspektasi Kinerja (X_1) mempunyai nilai t-hitung sebesar 2.19, maka t-hitung (2.19) > t-tabel (1.97897) dan nilai Probabilitas = 0.030
2. Ekspektasi Usaha (X_2) dengan nilai t-hitung sebesar 5.46, maka t-hitung (5.46) > t-tabel (1.97897) dan nilai Probabilitas = 0.000
3. Pengaruh Sosial (X_3) dengan nilai t-hitung sebesar 5.28, maka t-hitung (5.28) > t-tabel (1.97897) dan nilai Probabilitas = 0.000

Menurut hasil analisis diatas, nilai t-hitung yang didapatkan pada setiap variabel bernilai lebih besar dari t-tabel (1.97897), sehingga seluruh variabel bebas berpengaruh pada minat mengadopsi *m-banking* BRI. Selain itu, nilai probabilitas masing-masing variabel bernilai lebih kecil dibanding dengan taraf signifikansi 5% (0.05). Oleh karenanya Ekspektasi Usaha (X_1), Ekspektasi Usaha (X_2) dan Pengaruh Sosial (X_3) mampu memengaruhi secara signifikan terhadap Minat Perilaku pemanfaatan BRI *mobile banking* (Y_1).

b. Uji Simultan (F)

Hasil Uji Simultan (F) dilakukan dengan membandingkan nilai F-tabel serta F-hitung yang diperoleh sebagai berikut:

- $F_{\text{tabel}} DF_1 : (k-1) = (4-1) = 3$
- $F_{\text{tabel}} DF_2 : (N-k) = (130-4) = 126$

Maka dengan demikian didapatkan nilai F-tabel sebesar 2.68. Berdasarkan pada tabel 4.7 menunjukkan hasil F-hitung yang didapatkan adalah $58.93 > F\text{-tabel} (2.68)$. Probabilitas F-statistik atau perhitungan Uji F yakni sebesar 0.0000 atau kurang dari taraf signifikansi 0.05 (5%). Artinya bahwa model regresi 1 pada variabel Ekspektasi Kinerja (X_1), Ekspektasi Usaha (X_2) dan juga Pengaruh Sosial (X_3) berpengaruh simultan atau bersama sama dalam memengaruhi Minat Perilaku menggunakan BRI *Mobile Banking* (Y_1).

c. Uji Koefisien Detrerminasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan besaran presentase variabel independen dalam memengaruhi variabel dependen. Pada tabel 4.7 model regresi 1 menunjukkan besaran R-Square yang didapatkan adalah senilai 0.5839. Hal demikian menunjukkan jika semua variabel independen yakni Ekspektasi Kinerja (X_1), Ekspektasi Usaha (X_2), dan Pengaruh Sosial (X_3) mampu memberikan pengaruh sebesar 58,39% terhadap Minat Perilaku mengadopsi BRI *Mobile Banking* (Y_1). Sedangkan estimasi pengaruh variabel lain di luar model regresi 1 yaitu sebesar 41,61%.

2. Analisis Regresi Model 2**Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Model 2**

Variabel	Koefisien	Std. Error	t	P> t
<i>Facilitating Condition</i> (X_4)	0.4240138	0.0750054	5.65	0.000
<i>Behaviral Intention</i> (Y_1)	0.3718138	0.0893787	4.16	0.000
Konstanta	3.741606	1.144187	3.27	0.001
Variabel Dependen	<i>Use Behavior</i> (Y_2)			
R-Squared	0.5602			
Adj R-Squared	0.5533			
F_{hitung}	80.88			
Prob > F	0.0000			
Persamaan Model Regresi	$Y_2 = \alpha + \beta_4 X_4 + \beta_5 Y_1 + \varepsilon$			
Hasil Persamaan Regresi	$Y_2 = 3.741606 + 0.4240138 X_4 + 0.3718138 Y_1$			

*t-tabel : 1.97882

Sumber: Data primer diolah (2021)

Merujuk pada hasil pengujian regresi linier berganda model 2 menunjukkan beberapa analisis dengan penjabaran sebagai berikut:

a. Uji Parsial (Uji t)

Nilai t-tabel yang diperoleh dengan *degree of freedom* (df) : $(n - k) = (130-3) = 127$ dan $\alpha = 5\%$ adalah sebesar 1,978. Melalui pengukuran dan analisis regresi model 2 pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa:

- Kondisi yang memfasilitasi (X_4) mempunyai nilai t-hitung sebesar 5.65, maka t-hitung (5.65) > t-tabel (1.97882) dan nilai Probabilitas = 0.000
- Minat Perilaku (Y_1) mempunyai nilai t-hitung sebesar 4.16, maka t-hitung (4.16) > t-tabel (1.97882) dan nilai Probabilitas = 0.000

Hal demikian memperlihatkan jika semua nilai t-hitung bernilai lebih besar dari t-tabel (1.97882), sehingga seluruh variabel bebas memengaruhi perilaku penggunaan *m-banking* BRI. Selanjutnya seluruh nilai probabilitas variabel adalah lebih kecil dibanding dengan taraf signifikansi 5% (0.05). Oleh karenanya pada model regresi ke-2 yaitu Kondisi yang Memfasilitasi (X_4) dan Minat Perilaku (Y_1) mampu memengaruhi sebuah Perilaku atas Penggunaan BRI *Mobile Banking* (Y_2) secara signifikan.

b. Uji Simultan (F)

Hasil Uji Simultan (F) regresi dua juga dilakukan dengan membandingkan nilai F-tabel serta F-hitung yang diperoleh sebagai berikut:

- $F_{\text{tabel}} DF_1 : (k-1) = (3-1) = 2$
- $F_{\text{tabel}} DF_2 : (N-k) = (130-3) = 127$

Nilai F-tabel diperoleh sebesar 3.07. Berdasarkan pada tabel 4.8 menunjukkan hasil F-hitung yang didapatkan adalah $80.88 > F\text{-tabel}$ (3.07). Selain itu, Probabilitas F-statistik atau perhitungan Uji F terhitung 0.0000 atau lebih rendah dari taraf signifikansi 0,05. Artinya bahwa model regresi 2 pada variabel Kondisi yang Memfasilitasi (X_4) serta Minat Perilaku (Y_1) bersifat memengaruhi secara simultan terhadap perilaku aktual penggunaan BRI *Mobile Banking* (Y_2).

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pada tabel 4.8 model regresi 2 menunjukkan nilai R-Square yang didapatkan adalah senilai 0.5602. Hal demikian berarti jika semua variabel independen yakni Kondisi yang Memfasilitasi (X_4) dan Minat Perilaku (Y_1) mempunyai pengaruhnya sebesar 56,02% terhadap Perilaku Penggunaan BRI *Mobile Banking* (Y_2). Sedangkan sisanya yaitu 43,98% dipengaruhi dari variabel diluar model yang tidak termasuk ke dalam perhitungan model regresi.

4.5 Uji Hipotesis

Setelah analisis perhitungan regresi linier berganda yang dilakukan baik dalam model regresi 1 atau pada model regresi 2, selanjutnya adalah melihat apakah pengembangan hipotesis diterima atau sebaliknya (ditolak). Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan nilai hasil dari uji parsial (uji t). Adapun hipotesis yang digunakan adalah:

- Apabila nilai t-hitung > t-tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- Apabila nilai t-hitung < t-tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Tabel 4.9 Uji Hipotesis

Hypothesis	Pengaruh Langsung	Prob	Keterangan	t-hitung	Kesimpulan Hipotesis (H_1)
$X_1 \rightarrow Y_1$	0.1959177	0.030	Signifikan	2.19	Diterima
$X_2 \rightarrow Y_1$	0.4773079	0.000	Signifikan	5.46	Diterima
$X_3 \rightarrow Y_1$	0.2208153	0.000	Signifikan	5.28	Diterima
$X_4 \rightarrow Y_2$	0.4240138	0.000	Signifikan	5.65	Diterima
$Y_1 \rightarrow Y_2$	0.3718138	0.000	Signifikan	4.16	Diterima

Sumber: Data primer diolah (2021)

Merujuk pada tabel 4.9 pengujian hipotesis diatas memberikan gambaran bahwa semua variabel mempunyai pengaruh secara positif serta signifikan secara langsung dalam mempengaruhi variabel dependen yang digunakan (Y_1 dan Y_2). Adapun kesimpulan berdasarkan pada tabel yang dapat diambil yaitu:

1. Ekspektasi Kinerja (X_1) = Prob. (0.030) < 0,05 dan t-hitung (2.19) > t-tabel (1.97897), maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Ekspektasi Usaha (X_3) = Prob. (0.000) < 0,05 dan t-hitung (5.46) > t-tabel (1.97897), maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
3. Pengaruh Sosial (X_3) = Prob. (0.000) < 0,05 dan t-hitung (5.28) > t-tabel (1.97897), maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
4. Kondisi yang memfasilitasi (X_4) = Prob. (0.000) < 0,05 dan t-hitung (5.65) > t-tabel (1.97882), maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
5. Minat Perilaku (Y_1) = Prob. (0.000) < 0,05 dan t-hitung (4.16) > t-tabel (1.97882), maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

5. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

5.1 Pengaruh *Performance Expectancy* Terhadap Minat Perilaku Pemanfaatan *m-banking* BRI

Berdasarkan pada hasil pengujian dalam penelitian yang dilaksanakan, menunjukkan bahwa Ekspektasi Kinerja (X_1) memberikan pengaruhnya yang bersifat positif dan juga signifikan dalam menentukan Minat Perilaku pada pemanfaatan BRI *Mobile Banking* (Y_1). Melalui persamaan model regresi 1 tersebut variabel Ekspektasi Kinerja (X_1) mempunyai besaran probabilitas senilai (0.030) atau lebih kecil dibanding dari tingkat signifikansi yaitu 5% (0.05). Nilai t-hitung variabel terukur ialah 2.19 lebih besar dari nilai pada t-tabel (2.19 > 1.97) dan nilai koefisiennya yaitu 0.195 (Tabel 4.7). Hasil yang ada dalam penelitian ini konsisten dengan penelitian oleh (Alalwan et al. 2017; Raza et al. 2018; Hariyanti et al. 2020). Alalwan et al. (2017) mendeskripsikan bahwa minat nasabah mengadopsi layanan *m-banking* pada bank di Yordania secara signifikan dan positif dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja. Temuan oleh Raza et al. (2018) menjelaskan jika ekspektasi kinerja mampu memengaruhi minat menggunakan *mobile banking* dalam kegiatan transaksi perbankan di Pakistan. Penelitian Hariyanti et al. (2020) dengan luaran hasil yang serupa menunjukkan jika ekspektasi kinerja berpengaruh yang signifikan dalam minat menggunakan *m-banking* Bank Jatim di Pasuruan.

Dalam hal ini terlihat jika pengguna memberikan fokus tersendiri terhadap sistem kerja pada layanan *m-banking* BRI, yaitu dengan menggunakan aplikasi ini nasabah akan mendapatkan manfaat dalam segi transaksi. Oleh karena itu apabila pengguna menemukan *m-banking* BRI berguna pada aktivitas pembayaran, maka nasabah cenderung memiliki persepsi yang lebih baik tentang penggunaan layanan dan semakin tinggi pula minat untuk terus menggunakan (Gupta et al. 2019). Hal tersebut dapat dibuktikan dengan fakta yang menunjukkan jika *m-banking* BRI mendapat *rating* 4,9 pada *Google Playstore* dan telah diunduh lebih dari 10 juta pengguna. Bank juga dapat menyampaikan informasi lebih luas terkait manfaat *m-banking* serta menetapkan lebih banyak fungsi *m-banking* dalam rangka menunjang peningkatan kinerja perbankan dalam segi transaksi (Tan dan Lau 2016). Hal tersebut bisa dilakukan dengan mempertimbangkan saran pengguna untuk memenuhi harapan kinerja terhadap fungsi-fungsi pada layanan yang ada pada BRI *mobile banking*.

5.2 Pengaruh *Effort Expectancy* Terhadap Minat Perilaku Pemanfaatan *m-banking* BRI

Melalui hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Ekspektasi Usaha (X_2) memengaruhi Minat Perilaku pemanfaatan BRI *mobile banking* (Y_1) secara signifikan dan positif. Perhitungan pada variabel Ekspektasi Usaha (X_2) mempunyai besaran probabilitas senilai (0.000) atau lebih rendah dibandingkan tingkat signifikansi 0,05. Nilai t-hitung variabel terukur ialah 5.46 lebih besar daripada nilai t-tabel ($5.46 > 1.97$) dan nilai koefisiennya yaitu 0.477 (Tabel 4.7). Hasil yang didapatkan konsisten dengan penelitian oleh (Tan dan Lau 2016; Herlambang dan Dewanti 2018; Gupta et al. 2019). Temuan hasil penelitian Tan dan Lau (2016) memperlihatkan bahwa ekspektasi usaha menjadi penentu signifikan dari minat untuk mengadopsi layanan *m-banking* pada generasi milenial di Malaysia. Gupta et al. (2019) dengan penelitiannya menjelaskan ekspektasi usaha disetujui memiliki dampak yang signifikan pada minat untuk mengadopsi layanan pembayaran bank di India. Penelitian Herlambang dan Dewanti (2018) menunjukkan jika ekspektasi usaha memengaruhi minat menggunakan *m-banking* BRI sesuai dengan besarnya upaya pengguna.

Dengan demikian pada penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna telah merasa yakin dapat dengan mudah mengoperasikan berbagai fitur pada aplikasi *Mobile Banking* BRI. Adanya hal tersebut berhubungan dengan sifat khusus dari *m-banking* yang mewajibkan pengguna memiliki pengetahuan dan keterampilan tersendiri (Alalwan et al. 2017). Hal ini mengingat bahwa *m-banking* mengharuskan nasabah untuk melakukan tugas transaksi secara mandiri tanpa bantuan orang lain. Fakta lain dapat dilihat dari layanan BRI *Mobile Banking* (BRImo) yang bersifat mudah digunakan (*user friendly*) dan dilengkapi dengan fitur yang lengkap, sehingga memberikan kenyamanan bagi pengguna serta tidak menyulitkan nasabah. Oleh karenanya bank harus memberikan panduan transaksi pada aplikasi *m-banking* secara padat dan jelas agar lebih mudah digunakan. Sistem yang dirancang dengan kinerja dan desain yang optimal tetapi menyulitkan dalam segi pengoperasian justru akan menghambat penggunaan *m-banking* Tan dan Lau (2016). Maka dari itu, penyedia layanan yaitu bank BRI dapat memfasilitasi aplikasi BRImo dengan menawarkan sistem antarmuka yang dirancang dengan baik dan sistem navigasi dengan respon yang cepat agar nyaman dioperasikan.

5.3 Pengaruh *Social Influence* Terhadap Minat Perilaku Pemanfaatan *m-banking* BRI

Berdasarkan dari hasil uji regresi pada model 1 mendeskripsikan bahwa variabel Pengaruh Sosial (X_3) bersifat memengaruhi secara positif dan juga signifikan dalam menentukan Minat Perilaku pemanfaatan BRI *Mobile Banking* (Y_1). Dari hasil pengujian tersebut didapatkan nilai probabilitas variabel Pengaruh Sosial (X_3) adalah senilai (0.000) yang mana lebih kecil daripada dari tingkat signifikansi yang ditetapkan yaitu 5% (0.05). Nilai t-hitung variabel pengaruh sosial (X_3) ialah 5.28 yaitu lebih besar apabila diukur dengan nilai pada t-tabel ($5.28 > 1.97$) dan nilai koefisiennya adalah 0.220 (Tabel 4.7). Hasil analisis dan pengukuran pada penelitian ini relevan dengan temuan (Nawaz et al. 2020; Usman et al. 2020; Chaidir et al. 2021). Nawaz et al. (2020) menjelaskan bahwa dampak pengaruh sosial terhadap minat nasabah berpengaruh signifikan dalam pemanfaatan *m-banking* pada perbankan Syariah di Sri Lanka. Sama halnya dengan Usman et al. (2020) menemukan jika pengaruh sosial dapat menyebabkan peningkatan minat penggunaan secara langsung dan tidak

langsung pada *m-banking* bank BUMN di Jakarta. Penelitian Chaidir et al. (2021) mengungkapkan bahwasanya pengaruh sosial mampu memengaruhi secara positif yang signifikan dalam menentukan minat perilaku adopsi *mobile banking* di NTB pada bank syariah dan konvensional.

Dengan demikian hal ini memperlihatkan bahwa rekomendasi maupun pendapat dari orang terdekat dan seseorang yang dianggap penting, sejatinya dapat mendorong pengadopsian *m-banking* BRI sesuai dengan citra positif tentang layanan tersebut. Dalam hal ini pengaruh sosial bersifat menentukan suatu tahap awal penerimaan terhadap *m-banking* (Usman et al. 2020). Menurut Bhatiasevi (2016), sebagian besar masyarakat Asia Tenggara masih menganut budaya kolektif yang menganggap individu harus menggunakan sistem yang sama dengan orang yang mampu mempengaruhi sikap individu tersebut. Hal ini membuktikan bahwa adopsi *m-banking* BRI di Kota Malang dipengaruhi oleh preferensi sosial untuk kepentingan relasi penggunaan. Oleh sebab itu BRI dapat bekerja sama dengan institusi pendidikan atau lembaga tertentu untuk mempromosikan BRImo melalui pendekatan dari teman, rekan kerja, keluarga dan lain-lain.

5.4 Pengaruh *Facilitating Condition* Terhadap Perilaku Atas Penggunaan *m-banking* BRI

Berdasarkan pada hasil regresi model 2 mengungkapkan bahwa variabel Kondisi yang Memfasilitasi (X_4) dapat mempengaruhi secara positif serta signifikan dalam menentukan perilaku atas penggunaan *m-banking* BRI (Y_2). Besaran probabilitas variabel kondisi yang memfasilitasi (X_4) adalah senilai (0.000) dimana lebih kecil dibandingkan tingkat signifikansi yang ditetapkan yaitu 5% (0.05). Nilai t-hitung variabel terhitung yakni senilai 5.65 dimana lebih besar dibandingkan dengan nilai pada t-tabel ($5.65 > 1.97$) dan nilai koefisiennya yaitu 0.424 (Tabel 4.7). Hasil yang ada pada temuan ini relevan dengan (Tarhini et al. 2016; Ferghyna dan Herlambang 2020; Rachmawati et al. 2020). Tarhini et al. (2016) menemukan jika kondisi yang memfasilitasi memegang peranan penting dalam memengaruhi perilaku penggunaan aktual *internet banking* di Lebanon. Sama halnya dengan Ferghyna dan Herlambang (2020) yaitu menunjukkan bahwa *facilitating condition* mempunyai pengaruhnya dalam perilaku penggunaan BNI *Mobile Banking* dalam kegiatan transaksi perbankan oleh nasabah. Rachmawati et al. (2020) membuktikan jika kondisi yang memfasilitasi memberikan implikasinya pada perilaku atas penggunaan *m-banking* di Kota Malang.

Adanya hal di atas memberikan gambaran jika individu memperlakukan keberadaan fasilitas, sumber daya, dan keterampilan sebagai aspek mendasar dalam mengakses *mobile banking* secara lancar dan mudah (Alalwan et al. 2017). Dalam hal ini fasilitas penunjang berupa *smartphone*, akses internet, pusat bantuan bagi pelanggan (*call center*) dan keamanan aplikasi adalah hal terpenting untuk mengakses layanan secara lancar dan mudah. Dengan demikian mengungkapkan bahwa fasilitas pada *m-banking* BRI mampu menyediakan infrastruktur yang lengkap dalam menunjang layanan transaksi selama 24 jam, sehingga berdampak bagi penggunaan *m-banking* secara aktual dan kontinu. Oleh karena itu, kondisi yang memfasilitasi pada layanan BRI *mobile banking* harus terus dikembangkan untuk menghasilkan layanan yang optimal bagi nasabah. Bank Rakyat Indonesia (BRI) dapat berinvestasi lebih menyeluruh pada peningkatan sistem aplikasi. Hal tersebut dapat dilakukan dengan

cara pemantauan terhadap sistem pada aplikasi secara berkala serta meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pengguna dalam mengoperasikan layanan tersebut.

5.5 Pengaruh *Behavioral Intention* Terhadap Perilaku Atas Penggunaan *m-banking* BRI

Berdasarkan pada hasil uji regresi model 2 menunjukkan bahwa variabel Minat Perilaku (Y_1) berpengaruh secara positif dan juga signifikan dalam menentukan perilaku atas penggunaan *m-banking* BRI (Y_2). Perhitungan regresi pada variabel Minat Perilaku (Y_1) mempunyai besaran probabilitas senilai (0.000), yang mana lebih kecil dibanding dengan tingkat signifikansi 5% (0,05). Nilai t-hitung variabel terukur ialah sebesar 4.16 yakni lebih besar daripada nilai t-tabel ($4.16 > 1.97$) dan nilai koefisiennya yaitu 0.371 (Tabel 4.7). Hasil penelitian yang diperoleh relevan dengan beberapa temuan lain (Raza et al. 2018; Fernandez dan Pujani 2019; Purwanto dan Loisa 2020). Temuan oleh Raza et al. (2018) mengungkapkan bahwa minat perilaku memiliki dampak yang positif pada pengaruhnya dalam perilaku aktual penggunaan *m-banking* di Bank Islam Pakistan. Fernandez dan Pujani (2019) menemukan jika minat perilaku (*behavioral intention*) pengguna *m-banking* BCA mempunyai pengaruh signifikan positif pada perilaku penggunaan (*Use Behavior*). Dijelaskan bahwa apabila nasabah memiliki minat yang tinggi dalam menggunakan aplikasi *m-banking* maka perilaku penggunaan layanan pada sistem tersebut juga akan semakin meningkat. Purwanto dan Loisa (2020) menyatakan bahwa pengaruh minat perilaku dalam memengaruhi suatu perilaku penggunaan *mobile banking* berpengaruh positif dikarenakan adanya ketergantungan dan kebiasaan menggunakan layanan tersebut untuk menunjang aktivitas pengguna.

Dalam hal ini individu akan menjalankan perilaku tertentu secara kontinu ketika memiliki minat untuk bertindak (Rachmawati et al. 2020). Di satu sisi individu akan merasa berminat untuk menggunakan BRI *Mobile Banking* karena tuntutan kebutuhan, sehingga hal ini dapat mempengaruhi perilaku penggunaan mereka dalam mengoptimalkan layanan pada *m-banking* BRI. Oleh karena itu, implikasinya ialah penyedia layanan *Mobile Banking* BRI harus mampu meningkatkan minat nasabah agar penggunaan layanan BRI *mo* semakin tinggi. Bank terkait harus mampu menawarkan dukungan teknis dan sistem aplikasi yang ramah pengguna agar mendorong minat nasabah untuk memanfaatkan keuntungan yang diberikan oleh *m-banking* (Kwateng et al. 2018). Hal tersebut juga dapat terkait dengan promosi dan penawaran fitur yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.

6. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Merujuk pada hasil perhitungan dan analisis tentang penerapan model UTAUT dengan hubungannya pada minat perilaku serta perilaku atas penggunaan BRI *Mobile Banking* di Kota Malang didapatkan kesimpulan yaitu, Ekspektasi Kinerja (*performance expectancy*) memengaruhi secara positif serta signifikan dalam menentukan minat perilaku (*behavioral intention*) pengguna BRI *Mobile Banking*. Hal ini memperlihatkan bahwa pengguna telah mempercayai jika aplikasi *m-banking* BRI dapat meningkatkan efektivitas kerjanya. Kedua, Ekspektasi Usaha (*effort expectancy*) memengaruhi secara positif dan juga signifikan dalam menentukan minat perilaku (*behavioral intention*) pengguna BRI *Mobile Banking*. Dalam hal ini aplikasi *m-banking* BRI cukup mudah untuk dioperasikan, sehingga mendukung nasabah untuk

menggunakannya. Ketiga, Pengaruh Sosial (*social influence*) bersifat positif dan juga signifikan dalam mempengaruhi minat perilaku (*behavioral intention*) pengguna BRI *Mobile Banking*. Penelitian ini menemukan bahwa lingkungan sosial pengguna mampu memotivasi dan mendorong pengguna untuk menggunakan aplikasi tersebut.

Selanjutnya Kondisi yang Memfasilitasi (*facilitating condition*) juga bersifat positif dan juga signifikan dalam pengaruhnya pada perilaku penggunaan (*use behavior*) pengguna BRI *Mobile Banking*. Dalam hal ini aplikasi *m-banking* BRI telah mampu memberikan infrastruktur sistem yang lengkap bagi pengguna. Terakhir yaitu, Minat Perilaku (*behavioral intention*) memengaruhi secara positif dan juga signifikan terhadap pengaruhnya atas perilaku penggunaan (*use behavior*) pengguna BRI *Mobile Banking*. Hal ini mengindikasikan bahwa minat pengguna terhadap aplikasi menyebabkan perilaku untuk terus menggunakan akan semakin besar.

6.2 Keterbatasan Penelitian

1. Jumlah responden yang diteliti terbatas pada generasi milenial, sehingga belum sepenuhnya mampu menggambarkan kondisi dengan cakupan yang lebih luas pada semua kelompok usia.
2. Objek penelitian hanya berfokus pada satu lembaga perbankan yaitu BRI, dimana masih banyak bank lain yang perlu dikaji lebih lanjut mengenai *mobile banking* pada masing-masing bank.
3. Sifat penelitian adalah *cross sectional* atau terbatas pada satu waktu saat dilakukannya penelitian ini, sehingga adanya perubahan yang mungkin terjadi tidak dapat diamati di masa mendatang.

6.3 Saran

Dikarenakan adanya keterbatasan pada penelitian ini, peneliti menyarankan atau merekomendasikan beberapa hal, yaitu:

1. Sampel penelitian masih terbatas pada lingkup layanan *mobile banking* BRI sebagai objek penelitian, maka dari itu penelitian selanjutnya dapat mengkaji keunggulan kompetitif dari beberapa layanan *m-banking* lainnya. Hal ini mengingat hampir semua bank telah menggunakan layanan *mobile banking* namun dengan kualitas sistem dan informasi yang berbeda.
2. Penelitian lebih lanjut dapat melakukan penambahan moderator sesuai model asli UTAUT untuk mengukur minat dan perilaku penggunaan *mobile banking*.
3. Bagi lembaga terkait yaitu Bank Rakyat Indonesia (BRI) sebagai penyedia layanan diharapkan agar mengoptimalkan kualitas dan mengevaluasi kinerja *m-banking* secara berkala demi meningkatkan kepuasan pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrar, M. 2020. Karakteristik dan Kesenjangan Spasial Pengguna Internet, E-Commerce, serta E-Banking di Jawa Timur. *Jurnal Penelitian Komunikasi* 23 (1).
- Alalwan, A. A., Y. K. Dwivedi, dan N. P. Rana. 2017. Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. *International Journal of Information Management* 37 (3): 99–110.
- Alalwan, A. A., Y. K. Dwivedi, dan M. D. Williams. 2016. Customers' intention and adoption of telebanking in Jordan. *Information Systems Management* 33 (2): 154–

- 178.
- Bank Indonesia. 2019. Blue Print Sistem Pembarayan Indonesia 2025. Jakarta: Bank Indonesia.
- . 2022. Statistik Sistem Pembayaran dan Infrastruktur Pasar Keuangan (SPIP). <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/spip/Default.aspx>.
- Bhatiasevi, V. 2016. An extended UTAUT model to explain the adoption of mobile banking. *Information Development* 32 (4): 799–814.
- Chaidir, T., I. Ro'is, dan A. Jufri. 2021. Penggunaan Aplikasi Mobile Banking Pada Bank Konvensional dan Bank Syariah di Nusa Tenggara Barat: Pembuktian Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *Elastisitas-Jurnal Ekonomi Pembangunan* 3 (1): 61–76.
- Chairia, C., C. Sukmadilaga, dan I. Yuliafitri. 2020. Peran Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, dan Kondisi yang Mendukung terhadap Perilaku Pengguna Itqan Mobile yang Dimediasi oleh Niat Perilaku Menggunakannya. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship* 10 (1): 48–72.
- Ferghyna, A. R., dan A. D. Herlambang. 2020. Pengaruh Facilitating Conditions dan Behavioral Intention terhadap Use Behavior pada Pengguna Aplikasi BNI Mobile Banking. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer e-ISSN* 2548: 964X.
- Fernandez, F., dan V. Pujani. 2019. Persepsi Nasabah Bank BCA Dalam Penggunaan Mobile Banking. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS INDONESIA* 5 (2): 165–180.
- Ghozali, I. 2016. Aplikasi Analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23 (Edisi 8). *Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro* 96.
- Gupta, K. P., R. Manrai, dan U. Goel. 2019. Factors influencing adoption of payments banks by Indian customers: extending UTAUT with perceived credibility. *Journal of Asia Business Studies*.
- Hair, J. F., W. C. Black, B. J. Babin, R. E. Anderson, dan R. L. Tatham. 2010. edition 7. *Multivariate data analysis*. Upper Saddle River. Prentice Hall.
- Handayani, T., dan S. Suidiana. 2015. Analisis penerapan model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) terhadap perilaku pengguna sistem informasi (studi kasus: sistem informasi akademik pada STTNAS Yogyakarta). *Angkasa: Jurnal Ilmiah Bidang Teknologi* 7 (2): 165–180.
- Hariyanti, A. O., S. Hidayatullah, dan D. A. Prasetya. 2020. Analysis of the Acceptance and Use of Mobile Banking Services Using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (Case Study of Bank Jatim Pasuruan Branch). *Research Journal of Advanced Engineering and Science* 5 (1): 254–262.
- Herlambang, A. D., dan A. Dewanti. 2018. Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia* 12 (1): 48–55.
- Iskandar, M., H. Hartoyo, dan I. Hermadi. 2020. Analysis of factors affecting behavioral intention and use of behavioral of mobile banking using unified theory of acceptance and use of technology 2 model approach. *International Review of Management and Marketing* 10 (2): 41.
- Kwateng, K. O., K. A. O. Atiemo, dan C. Appiah. 2018. Acceptance and use of mobile banking: an application of UTAUT2. *Journal of enterprise information management*.
- Marketing Research Indonesia (MRI). 2020. Bank Service Excellence Monitor

- (BSEM). <https://mri-research-ind.com/home/bsem/mriresearchindmarketingresearchindonesiamarketingresearchdiindonesiaperusahaanrisetdiindonesiarisetpasar>.
- Meiranto, W. 2016. Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Dan Penggunaan Teknologi Pembayaran Elektronik Bergerak Dengan Menggunakan Model UTAUT.(Studi Kasus Pada Teknologi M-Dinar Payment System). *Jurnal Akuntansi Indonesia* 1 (1): 50–60.
- Moghavvemi, S., N. A. M. Salleh, dan C. Standing. 2016. Entrepreneurs adoption of information system innovation: The impact of individual perception and exogenous factors on entrepreneurs behavior. *Internet Research*.
- Mukhlis, I., S. H. Utomo, dan E. Yusida. 2018. Potensi Ekonomi Digital dalam Meningkatkan Kinerja Perekonomian Daerah.
- Nawaz, S. S., H. M. A. Hilmy, dan S. Gunapalan. 2020. Islamic banking customers' intention to use mobile banking services: A Sri Lankan study. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems* 12 (2): 1610–1626.
- Oliveira, T., M. Faria, M. A. Thomas, dan A. Popovič. 2014. Extending the understanding of mobile banking adoption: When UTAUT meets TTF and ITM. *International journal of information management* 34 (5): 689–703.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2021. Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021 – 2025. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Purwanto, E., dan J. Loisa. 2020. The intention and use behaviour of the mobile banking system in Indonesia: UTAUT Model. *Technology Reports of Kansai University* 62 (06): 2757–2767.
- Rachmawati, I. K., M. Bukhori, Y. Majidah, S. Hidayatullah, dan A. Waris. 2020. Analysis of use of mobile banking with acceptance and use of technology (UTAUT). *International Journal of Scientific and Technology Research* 9 (08): 8.
- Rahi, S., M. M. O. Mansour, M. Alghizzawi, dan F. M. Alnaser. 2019. Integration of UTAUT model in internet banking adoption context: The mediating role of performance expectancy and effort expectancy. *Journal of Research in Interactive Marketing*.
- Raza, S. A., N. Shah, dan M. Ali. 2018. Acceptance of mobile banking in Islamic banks: evidence from modified UTAUT model. *Journal of Islamic marketing*.
- Rita, R., dan M. H. Fitria. 2021. Analisis Faktor-Faktor UTAUT dan Trust Terhadap Behavioral Intention Pengguna BNI Mobile Banking Pada Pekerja Migran Indonesia. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)* 4 (2): 926–939.
- Sharma, S. K. 2019. Integrating cognitive antecedents into TAM to explain mobile banking behavioral intention: A SEM-neural network modeling. *Information Systems Frontiers* 21 (4): 815–827.
- Styarini, F., dan S. Riptiono. 2020. Analisis Pengaruh Customer Trust Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Melalui Perceived Risk dan Perceived Usefulness Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)* 2 (4): 670–680.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tan, E., dan J. L. Lau. 2016. Behavioural intention to adopt mobile banking among the millennial generation. *Young Consumers*.
- Tarhini, A., M. El-Masri, M. Ali, dan A. Serrano. 2016. Extending the UTAUT model

- to understand the customers' acceptance and use of internet banking in Lebanon: A structural equation modeling approach. *Information Technology & People*.
- Usman, O., T. Monoarfa, dan M. Marsofiyati. 2020. E-Banking and mobile banking effects on customer satisfaction. *Accounting* 6 (6): 1117–1128.
- Venkatesh, V., M. G. Morris, G. B. Davis, dan F. D. Davis. 2003. User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS quarterly*: 425–478.
- Venkatesh, V., J. Y. L. Thong, dan X. Xu. 2012. Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS quarterly*: 157–178.
- Win, N. N., P. P. Aung, dan M. T. Phy. 2021. Factors Influencing Behavioral Intention to Use and Use Behavior of Mobile Banking in Myanmar Using a Model Based on Unified Acceptance Theory. *Human Behavior, Development And Society* 22 (1): 19–30.
- Wu, C.-G., dan P.-Y. Wu. 2019. Investigating user continuance intention toward library self-service technology: The case of self-issue and return systems in the public context. *Library Hi Tech*.