

Analisis Minat Penggunaan *Mobile Banking* Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* Yang Telah Dimodifikasi

(Analysis Behavioral Intention to Uses of Mobile Banking Technology Acceptance Model (TAM) Approach Modified)

Hanif Astika Kurniawati, Wahyu Agus Winarno¹, Alfri Arif
Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember (UNEJ)
Jln. Kalimantan 37, Jember 68121
E-mail: wahyuaw@unej.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi persepsi mahasiswa tentang intensi untuk menggunakan aplikasi mobile banking untuk mendukung aktivitas mereka sehari-hari. Model dalam penelitian ini diadopsi dari *Technology Acceptance Model (TAM)* yang telah dikembangkan oleh Davis (1989), dan dengan memasukkan tiga variabel eksternal yaitu pengalaman, kompleksitas, dan gender. Model penelitian secara empiris diuji dengan menggunakan data survei pada mahasiswa di Universitas Jember. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *clustered random sampling*. Kuesioner dari 120 mahasiswa yang mendapat penawaran layanan mobile banking yang memenuhi syarat sebagai sampel dianalisis dengan menggunakan analisis Structural Equation Modelling (SEM) dengan menggunakan program AMOS 22.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua konstruk dalam model TAM original secara statistik signifikan. Sedangkan pada bagian lain, gender sebagai variabel eksternal dalam penelitian ini tidak mempunyai pengaruh terhadap kegunaan persepsian dan kemudahan penggunaan persepsian. Implikasi dari hasil penelitian ini relevan bagi mahasiswa yang berminat menggunakan *mobile banking* agar lebih memperhatikan faktor pengalaman dan kemudahan penggunaan. Pengguna *mobile banking* diharapkan untuk lebih yakin dengan menggunakan *mobile banking* dapat mempermudah aktivitas perbankan.

Kata Kunci: Complexity, Experience, Gender, Mobile Banking, Technology Acceptance Model (TAM).

Abstract

This study aimed to analyze the factors that may affect students' perceptions about the intention to use mobile banking applications to support their daily activities. The research model was developed using a Technology Acceptance Model developed by Davis (1989), and by including three external variables that experience, complexity, and gender. The research model empirically tested using data from a survey of students at the University of Jember. The sampling method in this study using a clustered random sampling. The questionnaire of 120 students who receive offers mobile banking service that qualifies as a sample analyzed using Structural Equation Modelling (SEM) using AMOS 22.0. The results showed that all constructs in the original TAM model was statistically significant. On the other hand, gender as external variables in this study had no effect on perceived usefulness and perceived ease of use. The implications of this study are relevant for students who are interested in using mobile banking in order to better take into account the experience and ease of use. Mobile banking users is expected to be more confident with using mobile banking can simplify their banking activity.

Keywords: Complexity, Experience, Gender, Mobile Banking, Technology Acceptance Model (TAM).

Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang semakin pesat dari tahun ke tahun mendukung keberhasilan sebuah organisasi dalam persaingan bisnis. Semakin mudah dan cepatnya mendapatkan informasi dengan menggunakan teknologi berdampak pada peningkatan interaksi antar individu untuk mendapat informasi yang dibutuhkan. Hal ini memberikan pengaruh terhadap perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, baik dalam kegiatan ekonomi maupun sosial masyarakat termasuk kegiatan transaksi keuangan baik secara langsung maupun tidak langsung. Salah satu yang mengikuti perkembangan teknologi informasi ini adalah perbankan. Perkembangan teknologi ini dilakukan perbankan dengan tujuan agar organisasinya berjalan dengan baik dan meningkatkan prestasi kerjanya. Hal ini diwujudkan dalam pengembangan sistem pelayanan terhadap nasabah dalam

bentuk mobile banking.

Mobile banking merupakan sebuah fasilitas dari bank dalam era modern ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan yang terdapat pada *mobile banking* meliputi pembayaran, transfer, *history*, dan lain sebagainya. Penggunaan layanan mobile banking pada telepon seluler memungkinkan para nasabah dapat lebih mudah untuk menjalankan aktivitas perbankannya tanpa batas ruang dan waktu. Dengan adanya layanan *mobile banking* diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi para nasabah dalam melakukan akses ke bank tanpa harus datang langsung ke bank.

Penawaran layanan perbankan melalui mobile banking sebenarnya sudah banyak dilakukan di media-media elektronik maupun dengan menawarkan secara langsung kepada nasabah pada saat pembuatan rekening tabungan.

¹ Corresponding author

Namun belum banyak nasabah yang menggunakan *mobile banking* dalam melakukan transaksi keuangannya. Hal tersebut disebabkan terdapat beberapa kendala seperti kurangnya pengetahuan akan kemudahan dan manfaat dari layanan *mobile banking* serta masih banyaknya nasabah yang lebih menyukai untuk menggunakan transaksi secara manual dengan datang langsung ke bank untuk mengantri. Dalam dunia pendidikan, bagi mahasiswa, kemudahan dalam penggunaan aplikasi ini biasanya dimanfaatkan untuk pembayaran biaya pendidikan secara daring. Fenomena kerjasama antara perguruan tinggi dengan perbankan dalam pemberian Kartu Tanda Mahasiswa (KTM) yang berfasilitas layaknya ATM semakin meningkat.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka peneliti akan melakukan penelitian terhadap mahasiswa Universitas Jember tahun angkatan 2013 yang berstatus aktif pada semester genap tahun ajaran 2014/2015 sebagai objek penelitian. Penelitian ini menggunakan angkatan tahun 2013 dengan alasan tahun angkatan tersebut merupakan tahun angkatan yang mendapat penawaran *mobile banking* pada saat melakukan pembuatan KTM plus ATM. Peneliti memilih Universitas Jember dikarenakan adanya kerjasama antara beberapa Bank dan Universitas Jember (UNEJ) dalam pembuatan dan pengelolaan kartu mahasiswa yang merupakan perluasan kerja sama antara pihak Bank dan Universitas Jember yang dimulai di tahun 2013. Pada penelitian ini peneliti akan menguji faktor-faktor yang mempengaruhi para mahasiswa dalam minat penggunaan layanan *mobile banking*. Permasalahan tentang bagaimana mahasiswa dapat menerima dan memanfaatkan layanan *mobile banking* ini dapat dijelaskan dengan menggunakan kerangka TAM (*Technology Acceptance Model*).

Model TAM telah banyak digunakan untuk menguji penerimaan teknologi oleh pemakai sistem dalam berbagai macam konteks. Teori ini menawarkan suatu penjelasan yang kuat dan sederhana untuk penerimaan teknologi dan perilaku para penggunanya (Davis 1989; Davis et al. 1989). Penelitian model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model*) telah banyak digunakan untuk menguji penerimaan teknologi oleh pemakai sistem salah satunya adalah penelitian model TAM yang dikembangkan oleh Gardner dan Amoroso (2004). Dalam penelitiannya, Gardner dan Amoroso (2004) mengembangkan TAM dengan menambahkan empat variabel eksternal untuk digunakan meneliti penerimaan pelanggan menggunakan teknologi internet. Empat variabel eksternal ini adalah *experience* (pengalaman), *complexity* (kompleksitas), *gender* dan *voluntariness* (kesukarelaan). Hasil penelitian Gardner dan Amoroso (2004) menyatakan bahwa *experience* berpengaruh signifikan positif terhadap *perceived usefulness* dan *behavioral intention*, *voluntariness* berpengaruh signifikan positif terhadap *behavioral intention*, *internet complexity* berpengaruh signifikan terhadap penggunaan sistem, dan *gender* berpengaruh terhadap penggunaan sistem. Penelitian dengan menggunakan model TAM juga pernah dilakukan oleh Sugihanti (2011) dengan objek e-filling, berbeda dengan Gardner dan Amoroso (2004). Hasil penelitian Sugihanti (2011) menyatakan bahwa *experience*, *complexity* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*.

Adanya penelitian tersebut mendorong peneliti untuk melakukan studi empiris mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *mobile banking* dengan

menggunakan model kerangka TAM yang dimodifikasi oleh Venkatesh (2000) untuk menguji pengaruh variabel kemudahan penggunaan persepsian dan persepsi kegunaan terhadap variabel minat untuk menggunakan *mobile banking* dengan menambahkan tiga variabel eksternal dari penelitian Gardner dan Amoroso (2004) yaitu *experience* (pengalaman), *complexity* (kompleksitas), *gender*. Hal ini bertujuan untuk mengetahui minat individu terhadap *mobile banking*.

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini dimaksudkan untuk mengkaji (1) apakah pengalaman berpengaruh terhadap persepsi kegunaan *Mobile Banking*? (2) apakah kompleksitas berpengaruh terhadap persepsi kegunaan *Mobile Banking*? (3) apakah *gender* berpengaruh terhadap persepsi kegunaan *Mobile Banking*? (4) apakah *gender* berpengaruh terhadap persepsi kegunaan *Mobile Banking*? (5) apakah kemudahan penggunaan persepsian berpengaruh terhadap persepsi kegunaan *Mobile Banking*? (6) apakah kemudahan penggunaan persepsian berpengaruh terhadap minat perilaku (*behavioral*) penggunaan *Mobile Banking*? (7) apakah persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat perilaku penggunaan *Mobile Banking*?

Metode

Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori yang membahas tentang analisis minat penggunaan *mobile banking* dengan pendekatan *technology acceptance model* (TAM) yang telah dimodifikasi dengan studi empiris di Universitas Jember. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji hipotesis subyek yang diteliti dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer, yang merupakan data utama dalam penelitian yang diperoleh dari responden secara langsung melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang dalam hal ini adalah mahasiswa Universitas Jember yang memanfaatkan KTM plus ATM.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Jember tahun angkatan 2013 yang berstatus aktif pada tahun ajaran 2014/2015. Dipilihnya Mahasiswa Universitas Jember didasarkan pada peneliti yang melihat adanya penawaran pemberian langsung aplikasi *mobile banking* pada saat perubahan atau pembuatan Kartu Tanda Mahasiswa (KTM) yang juga mempunyai fungsi sebagai (ATM) yang merupakan kerjasama yang dilakukan oleh pihak Universitas Jember dengan beberapa Bank. Berdasarkan data mahasiswa yang diperoleh dari BAAK (Bagian Akademik dan Administrasi Kemahasiswaan), terdapat 4959 mahasiswa angkatan 2013 yang aktif 2014/2015 dari 24.828 total mahasiswa Universitas Jember.

Pengambilan sampel dari populasi pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode sampel berdasarkan kelompok (*Clustered Random Sampling*) yaitu pemilihan sample yang dilakukan dengan satu tahap (*one stage*) penentuan unit sample.

Metode Analisis Data

Untuk mengetahui pola data/ gambaran umum dari data penelitian, peneliti menggunakan metode statistik deskriptif yaitu proses transformasi data penelitian dalam bentuk

tabulasi sehingga mudah dipahami dan diinterpretasikan (Indriantoro dan Supomo 2002). Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat analisis structural equation model (SEM), dengan menggunakan program AMOS ver. 22.0.

Hasil dan Pembahasan

Deskriptif Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan oleh peneliti untuk memberikan informasi mengenai data demografi responden (umur, jenis kelamin, dan program studi). Responden penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Jember tahun angkatan 2013 yang berstatus aktif pada Tahun Ajaran 2014/2015. Adapun jumlah responden dalam penelitian ini ditentukan sebanyak 120 orang. Pada penelitian ini diketahui bahwa responden sebagian besar berusia 19 tahun dan berjenis kelamin perempuan. Sedangkan dari sisi program studi, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden merupakan mahasiswa Universitas Jember yang mengambil Program Studi Ekonomi dan FKIP.

Tabel 1 Demografi Responden

Klasifikasi		Frekuensi	%
J/K	Laki-Laki	48	40%
	Perempuan	72	60%
Jurusan	Hukum	10	8,33%
	FISIP	9	7,50%
	Pertanian	10	8,33%
	Ekonomi	23	19,16%
	FKIP	23	19,16%
	Sastra	10	8,33%
	FTP	5	4,16%
	Kedokteran	2	1,66%
	Kesehatan	5	4,16%
	Masyarakat		
	F. Teknik	9	7,50%
	Ilmu	2	1,66%
	Keperawatan		
PSSI	2	1,66%	
FKG	2	1,66%	
MIPA	5	4,16%	
Total		120	100%

Deskriptif Variabel Penelitian

Statistik deskriptif untuk masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dijelaskan bahwa berkaitan dengan variabel pengalaman berkaitan dengan layanan *mobile banking* dipersepsikan "baik" oleh sebagian besar responden yang dibuktikan dengan diperolehnya nilai mean secara keseluruhan 4,04. Baiknya persepsi terhadap variabel pengalaman dapat dilihat melalui mahasiswa pernah menggunakan layanan mobile itu yang membuat tertarik menggunakan *mobile banking* dan layanan mobile yang pernah digunakan dapat mempermudah dalam menggunakan *mobile banking*.

Kompleksitas berkaitan dengan layanan *mobile banking* dipersepsikan "tinggi" oleh sebagian besar responden yang dibuktikan dengan diperolehnya nilai mean secara keseluruhan 3,81. Tingginya persepsi terhadap variabel kompleksitas dapat dilihat melalui penggunaan *mobile banking* memakan banyak waktu dalam menyelesaikan

transaksi dan mahasiswa menemukan banyak kesulitan dalam menggunakan *mobile banking*.

Persepsi kegunaan berkaitan dengan layanan *mobile banking* dipersepsikan "baik" oleh sebagian besar responden yang dibuktikan dengan diperolehnya nilai mean secara keseluruhan 4,39. Baiknya persepsi terhadap variabel persepsi kegunaan dapat dilihat melalui penggunaan *mobile banking* dapat memungkinkan penyelesaian transaksi lebih cepat, penggunaan *mobile banking* dapat meningkatkan kinerja, dan penggunaan *mobile banking* dapat meningkatkan efektifitas kerja.

Kemudahan penggunaan persepsian berkaitan dengan layanan *mobile banking* dipersepsikan "baik" oleh sebagian mahasiswa yang dibuktikan dengan diperolehnya nilai mean secara keseluruhan 4,10. Baiknya persepsi terhadap variabel persepsi kemudahan dapat dilihat melalui mahasiswa merasa mempelajari *mobile banking* merupakan hal yang mudah, banyak hal yang didapatkan dalam menggunakan *mobile banking*, mahasiswa merasa *mobile banking* jelas dan mudah dipahami, fleksibel, dan mahasiswa merasa *mobile banking* mudah penggunaannya.

Minat untuk menggunakan (*behavioral intention to use*) berkaitan dengan layanan *mobile banking* dipersepsikan "baik" oleh sebagian besar pegawai yang dibuktikan dengan diperolehnya nilai mean secara keseluruhan 4,12. Baiknya persepsi terhadap variabel minat penggunaan dapat dilihat melalui mahasiswa memilih *mobile banking* dalam penyelesaian transaksi, mahasiswa berencana untuk menggunakan *mobile banking* dalam menyelesaikan transaksi dimasa akan datang, dan mahasiswa berminat menggunakan *mobile banking* dimasa yang akan datang.

Hasil Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Suatu tes atau alat instrumen dapat dikatakan mempunyai validitas tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan tujuan pengukuran tersebut. Suatu alat ukur yang valid, tidak sekedar mampu mengungkapkan data dengan tepat dan memberikan gambaran yang cermat mengenai data tersebut. Kesahihan suatu data apabila faktor loading dari indikator variabel memiliki nilai diatas 0,50, maka dapat dikatakan bahwa item pertanyaan sebagai penyusun *unobserved variable* dalam path analysis adalah valid (Ghozali 2014). Pada penelitian ini diketahui bahwa masing-masing indikator yang digunakan dalam variabel penelitian mempunyai nilai loading faktor yang lebih besar dari 0,50. Hal ini berarti indikator-indikator yang digunakan dalam variabel penelitian ini layak atau valid digunakan sebagai pengumpul data.

2. Uji Reliabilitas

Uji alat ukur (kuesioner) yang kedua adalah reliabel, yaitu indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat diandalkan. Reliabilitas adalah ukuran konsistensi internal dari indikator-indikator sebuah variabel bentukan yang menunjukkan derajat sampai dimana masing-masing indikator itu mengindikasikan sebuah variabel bentukan yang umum. Pada penelitian ini dalam menghitung reliabilitas menggunakan composite (construct) reliability dengan cut off value adalah minimal 0,70 (Solimun dan Rinaldo 2006). Masing-masing variabel laten yang digunakan dalam penelitian ini memberikan nilai CR di atas nilai cut-off-nya

sebesar 0,7 sehingga dapat dikatakan masing-masing variabel laten reliabel.

Hasil Uji Asumsi Structural Equation Modelling (SEM)

a. Uji Normalitas

Untuk menguji ada atau tidaknya asumsi normalitas, maka dapat dilakukan dengan dengan nilai statistik z untuk skewness dan kurtosisnya secara empirik dapat dilihat pada

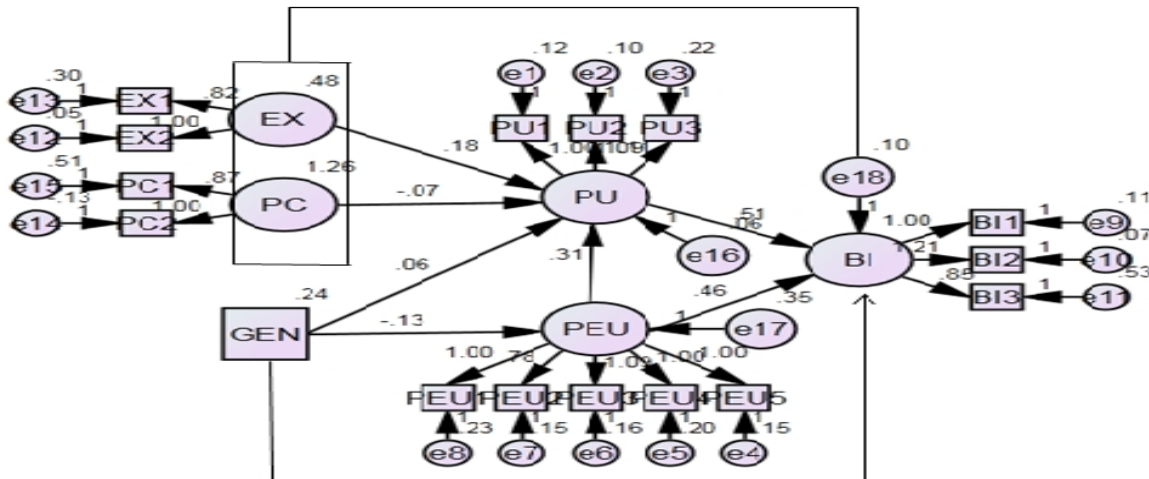
c. Uji Outliers

Hasil uji outliers dalam penelitian ini menunjukkan besarnya nilai Mahalanobis d-squared. Data dengan Mahalanobis d-squared lebih besar dari 30,578 berarti mengalami outliers

dan sebaliknya Mahalanobis d-squared lebih kecil dari 30,578 berarti tidak mengalami outliers. Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai Mahalanobis d-squared lebih kecil dari 30,578 berarti tidak mengalami outliers atau dapat dikatakan tidak ada perbedaan yang signifikan antara data dengan kelompok data.

Analisis Structural Equation Modelling (SEM)

Pada tahap ini akan dibahas mengenai uji kesesuaian model dan uji signifikansi kausalitas. Hasil pengujian dengan program AMOS memberikan hasil model SEM seperti terlihat pada gambar berikut.



Critical Ratio (CR) yang digunakan tingkat signifikansi 5%, maka nilai CR yang berada diantara -2,58 sampai dengan 2,58 ($-2,58 \leq CR \leq 2,58$) dikatakan data berdistribusi normal, baik secara univariat maupun secara multivariat (Ghozali 2014). Hasil pengujian normalitas diperoleh nilai CR sebesar 1,328 yang berarti CR yang berada diantara -2,58 sampai dengan 2,58. Sehingga dapat dinyatakan bahwa data multivariate normal. Selain itu juga data univariat normal ditunjukkan oleh semua nilai critical ratio semua indikator terletak diantara $-2,58 \leq CR \leq 2,58$.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas dapat dilihat melalui determinan matriks kovarians. Nilai determinan yang sangat kecil atau mendekati nol, menunjukkan indikasi terdapatnya masalah multikolinearitas atau singularitas, sehingga data tersebut tidak dapat digunakan untuk penelitian (Tabachnick and Fidell, 1998, dalam Ghozali, 2014:230). Hasil pengujian multikolinieritas memberikan nilai determinant of sample covariance matrix sebesar 68,591. Nilai ini tersebut jauh di atas angka nol sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinieritas dan singularitas pada data yang dianalisis.

Pengujian koefisien jalur secara rinci disajikan dalam Tabel berikut:

Tabel 2. Koefisin Jalur

	Estimate	S.E	C.R	P	Label
PEU ° GE	-0,134	0,117	-1,149	0,251	N.S
PU ° EX	0,175	0,080	2,187	0,029	S
PU ° GEN	0,063	0,063	0,992	0,321	N.S
PU ° PEU	0,313	0,079	3,973	0,000	S
PU ° PC	-0,071	0,034	-2,095	0,036	S
BI ° PU	0,512	0,174	2,939	0,003	S
BI ° PEU	0,458	0,104	4,404	0,000	S

Ket:

S: Significant

N.S: Not Significant

Pembahasan

1. Pengaruh Pengalaman (*Experience*) terhadap Kegunaan Persepsian (*Perceived Usefulness*)

Hasil penelitian menunjukkan faktor pengalaman mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap persepsi kegunaan. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa pengalaman berpengaruh terhadap kegunaan persepsian terbukti secara statistik signifikan atau H1 diterima. Berkaitan dengan pengalaman, aspek-aspek pengalaman mahasiswa telah dinilai baik. Baiknya persepsi terhadap variabel pengalaman dapat dilihat dari diperolehnya nilai mean secara keseluruhan 4,04 oleh sebagian besar mahasiswa dan hasil pengujian koefisien jalur untuk pengaruh pengalaman terhadap kegunaan persepsian memiliki jalur positif sebesar 0,175 dengan C.R sebesar 2,187 dan probabilitas (p) sebesar 0,029 yang berarti bahwa pengalaman berpengaruh signifikan terhadap persepsi

kegunaan. Hal ini berarti semakin baik pengalaman mahasiswa dalam menggunakan layanan berbasis mobile seperti aplikasi suster unej mobile, maka kegunaan persepsian berkaitan dengan layanan *mobile banking* juga akan semakin baik (Hess et al. 2014).

2. Pengaruh Kompleksitas (*Complexity*) terhadap Kegunaan Persepsian (*Perceived Usefulness*)

Hasil penelitian menunjukkan faktor kompleksitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap persepsi kegunaan. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa kompleksitas berpengaruh terhadap kegunaan persepsian terbukti secara statistik signifikan atau H2 diterima. Berkaitan dengan kompleksitas, aspek-aspek kompleksitas layanan *mobile banking* dinilai tinggi. Tingginya persepsi terhadap variabel kompleksitas dapat dilihat dari diperolehnya nilai mean secara keseluruhan 3,81 oleh sebagian besar responden dan hasil pengujian koefisien jalur untuk pengaruh kompleksitas terhadap kegunaan persepsian memiliki jalur negatif sebesar -0,071 dengan C.R sebesar -2,095 dan probabilitas (p) sebesar 0,036 yang berarti bahwa kompleksitas berpengaruh signifikan terhadap kegunaan persepsian (*perceived usefulness*). Hal ini berarti semakin tinggi tingkat kompleksitas yang dialami mahasiswa berkaitan dengan layanan mobile banking, maka kegunaan persepsian layanan tersebut akan semakin buruk dan penggunaan *mobile banking* yang memakan banyak waktu dalam menyelesaikan transaksi perbankan membuat mahasiswa menemukan banyak kesulitan dalam menggunakan mobile banking.

3. Pengaruh Gender terhadap Kegunaan Persepsian (*Perceived Usefulness*)

Hasil penelitian menunjukkan faktor gender tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap persepsi kegunaan. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa gender berpengaruh terhadap kegunaan persepsian tidak terbukti secara statistik atau H3 ditolak. Hasil pengujian koefisien jalur menunjukkan pengaruh gender terhadap kegunaan persepsian memiliki jalur positif sebesar 0,063 dengan C.R sebesar 0,992 dan probabilitas (p) sebesar 0,321 yang berarti bahwa gender tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi kegunaan. Hal ini berarti faktor gender tidak mempengaruhi *perceived usefulness* atau dengan kata lain kegunaan persepsian yang berkaitan dengan layanan *mobile banking* antara mahasiswa laki-laki atau perempuan tidak berbeda (Winarno dan Putra 2015; Padilla-Meléndez et al. 2013).

4. Pengaruh Gender terhadap Kemudahan Penggunaan Persepsian (*Perceived Ease of Use*)

Hasil penelitian menunjukkan faktor gender tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa gender berpengaruh terhadap persepsi kemudahan tidak terbukti secara statistik signifikan atau H4 ditolak. Hasil pengujian koefisien jalur menunjukkan pengaruh gender terhadap kemudahan penggunaan persepsian memiliki jalur negatif sebesar -0,134 dengan C.R sebesar -1,149 dan probabilitas (p) sebesar 0,251 yang berarti bahwa gender tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan. Hal ini berarti faktor gender tidak mempengaruhi kemudahan penggunaan persepsian atau

dengan kata lain persepsi kemudahan berkaitan dengan layanan *mobile banking* antara mahasiswa laki-laki atau perempuan tidak berbeda (Winarno dan Putra 2015; Padilla-Meléndez et al. 2013).

5. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Persepsian (*Perceived Ease of Use*) terhadap Kegunaan Persepsian (*Perceived Usefulness*)

Berdasarkan hasil uji hipotesis terbukti bahwa kemudahan penggunaan persepsian berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kegunaan. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan persepsian berpengaruh terhadap kegunaan persepsian terbukti secara statistik signifikan atau H5 diterima. Hal ini berarti semakin baik persepsi kemudahan penggunaan, maka kegunaan persepsian juga akan semakin baik. Berkaitan dengan kemudahan penggunaan persepsian dengan layanan *mobile banking*, aspek-aspek variabel tersebut telah dinilai baik. Baiknya persepsi terhadap variabel ini dapat dilihat dari diperolehnya nilai mean secara keseluruhan 4,10 dan hasil pengujian koefisien jalur untuk pengaruh kemudahan penggunaan persepsian terhadap kegunaan persepsian yang memiliki jalur positif sebesar 0,313 dengan C.R sebesar 3,973 dan probabilitas (p) sebesar 0,000 yang berarti bahwa kemudahan penggunaan persepsian berpengaruh signifikan terhadap persepsi kegunaan. Ini berarti tingkat kepercayaan mahasiswa bahwa dengan menggunakan *mobile banking* akan meningkatkan kinerja pekerjaannya tergantung pada kemudahan yang diberikan, sehingga mahasiswa merasa *mobile banking* dapat meringankan tugas-tugas perbankannya (Lin 2013; Venkatesh dan Bala 2008).

6. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Persepsian (*Perceived Ease of Use*) terhadap Minat Penggunaan (*Behavioral Intention to Use*)

Berdasarkan hasil uji hipotesis terbukti bahwa kemudahan penggunaan persepsian berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menggunakan *mobile banking*. Sehingga hipotesis secara statistik signifikan atau H6 diterima. Baiknya persepsi terhadap variabel kemudahan penggunaan persepsian dapat dilihat dari diperolehnya nilai mean secara keseluruhan 4,10 dan hasil pengujian koefisien jalur untuk pengaruh kemudahan penggunaan persepsian terhadap minat berperilaku untuk menggunakan memiliki jalur positif sebesar 0,458 dengan C.R sebesar 4,404 dan probabilitas (p) sebesar 0,000 yang berarti bahwa kemudahan penggunaan persepsian dapat dilihat dari diperolehnya nilai mean secara keseluruhan 4,10 dan hasil pengujian koefisien jalur untuk pengaruh kemudahan penggunaan persepsian terhadap minat berperilaku untuk menggunakan memiliki jalur positif sebesar 0,458 dengan C.R sebesar 4,404 dan probabilitas (p) sebesar 0,000 yang berarti bahwa kemudahan yang dirasakan oleh mahasiswa otomatis akan meningkatkan kepercayaan untuk menambah keinginan mahasiswa menggunakan mobile banking, sebagai cara untuk mempermudah dalam tugas perbankan.

7. Pengaruh Kegunaan Persepsian (*Perceived Usefulness*) terhadap Minat Penggunaan (*Behavioral Intention to Use*)

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa kegunaan persepsian berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berperilaku untuk menggunakan. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa kegunaan persepsian berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking* secara statistik signifikan atau H7 diterima. Hal ini dibuktikan dengan diperolehnya nilai mean kegunaan persepsian berkaitan dengan layanan *mobile*

banking secara keseluruhan 4,39 oleh sebagian besar responden dipersepsikan baik dan hasil pengujian koefisien jalur untuk pengaruh kegunaan persepsian terhadap minat berperilaku untuk menggunakan memiliki jalur positif sebesar 0,512 dengan C.R sebesar 2,939 dan probabilitas (p) sebesar 0,003 yang berarti berpengaruh signifikan. Ini berarti jika seorang mahasiswa merasa bahwa *mobile banking* akan memberikan manfaat positif untuk kinerjanya maka itu akan meningkatkan keinginan mahasiswa tersebut dalam menggunakan mobile banking.

Simpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa pengalaman, kompleksitas dan persepsi kemudahan berpengaruh terhadap kegunaan persepsian (*perceived usefulness*). Kemudahan penggunaan persepsian dan kegunaan persepsian penggunaan berpengaruh terhadap minat perilaku pengguna *mobile banking* (Kim 2008). Kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) berpengaruh terhadap minat perilaku penggunaan mobile banking. Sedangkan gender tidak berpengaruh terhadap kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) dan tidak berpengaruh terhadap kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*).

Penelitian ini menggunakan model penerimaan teknologi, yaitu TAM dengan beberapa konstruk yang digunakan, antara lain persepsi pengalaman, persepsi kompleksitas, gender, persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan persepsian pada minat individu untuk menggunakan *mobile banking*. Namun, peneliti tidak menambah konstruk lain yang lebih berpengaruh pada minat individu dalam menggunakan mobile banking, misalnya persepsi risiko, penelitian selanjutnya diharapkan dapat mempertimbangkan kembali untuk memperluas model keperilakuan atas penerimaan teknologi guna mencakup konstruk teoritis penting lainnya dengan menambahkan variabel risiko.

Objek penelitian ini hanya dilakukan pada mahasiswa universitas jember angkatan 2013 sehingga tidak dapat mewakili minat penggunaan mobile banking individu dengan jangkauan wilayah yang lebih luas, penelitian berikutnya

dilakukan dengan wilayah sebaran yang lebih luas agar hasil penelitian dapat tergeneralisasi.

Ucapan Terima Kasih

Tim Penulis mengucapkan terima kasih pada berbagai pihak yang membantu kesempurnaan artikel ini.

Referensi

- Davis, F. D. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly* 13 (3):319-340.
- Davis, F. D., R. P. Bagozzi, dan P. R. Warshaw. 1989. User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science* 35 (8):982-1003.
- Gardner, C., dan D. L. Amoroso. 2004. Development of an instrument to measure the acceptance of internet technology by consumers. Paper read at System Sciences, 2004. Proceedings of the 37th Annual Hawaii International Conference on.
- Ghozali, I. 2014. Model Persamaan Struktural: Konsep dan aplikasi dengan program AMOS ver. 22. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Hess, T. J., A. L. McNab, dan K. A. Basoglu. 2014. Reliability Generalization of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Behavioral Intentions. *MIS Quarterly* 38 (1):1-A29.
- Indriantoro, N., dan B. Supomo. 2002. Metodologi Penelitian Bisnis untuk Manajemen dan Akuntansi. *BPFE, Yogyakarta*.
- Kim, S. H. 2008. Moderating effects of job relevance and experience on mobile wireless technology acceptance: Adoption of a smartphone by individuals. *Information & Management* 45 (6):387-393.
- Lin, C.-c. 2013. Exploring the relationship between technology acceptance model and usability test. *Information Technology and Management* 14 (3):243-255.
- Padilla-Meléndez, A., A. R. Del Aguila-Obra, dan A. Garrido-Moreno. 2013. Perceived playfulness, gender differences and technology acceptance model in a blended learning scenario. *Computers & Education* 63:306-317.
- Solimun, N., dan A. A. Rinaldo. 2006. Permodelan Persamaan Struktural Pendekatan PLS dan SEM. *Universitas Brwajaya, Malang*.
- Sugihanti, W. T. 2011. Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Perilaku Wajib Pajak Untuk Menggunakan E-Filing (Studi Empiris Pada Wajib Pajak Badan Kota Semarang), Universitas Diponegoro.
- Venkatesh, V. 2000. Determinants of perceived ease of use: Integrating control, intrinsic motivation, and emotion into the technology acceptance model. *Information Systems Research* 11 (4):342-365.
- Venkatesh, V., dan H. Bala. 2008. Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions. *Decision sciences* 39 (2):273-315.
- Winarno, W. A., dan H. S. Putra. 2015. Testing the Technology Acceptance Model in the Government Financial Reporting Information System. *Malaysia- Indonesia International Conference on Economics, Management and Accounting 2015 Proceedings*.