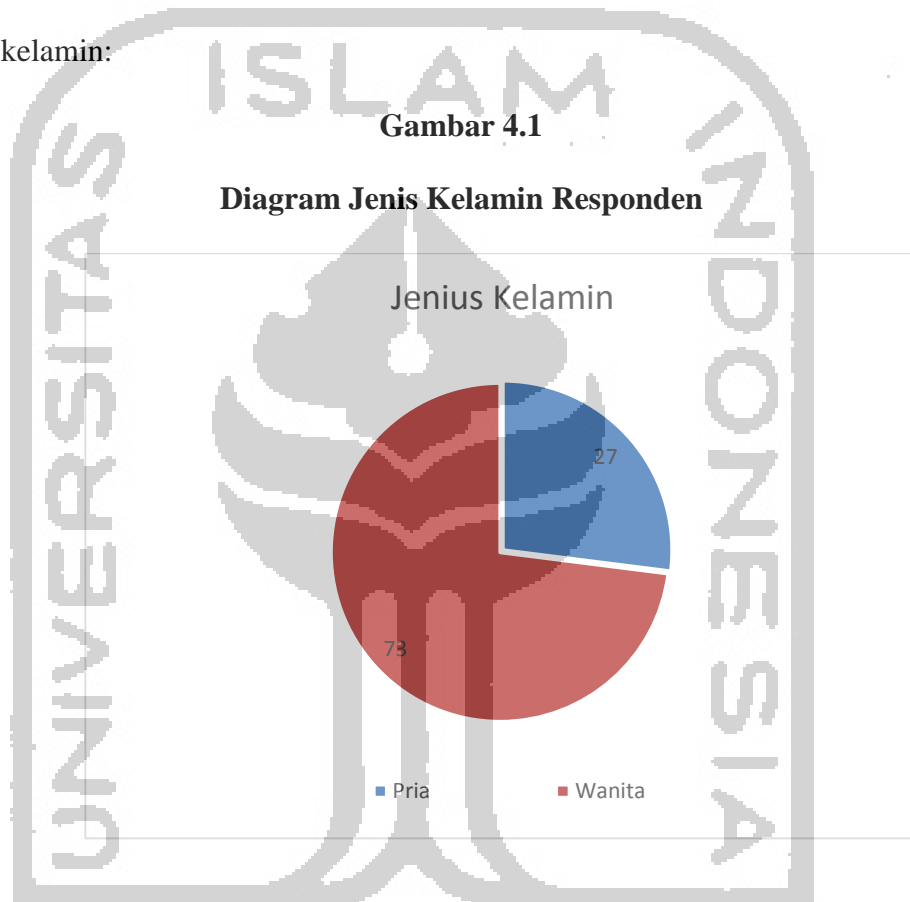


BAB 4 HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Responden

4.1.1 Analisis Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut adalah data-data yang didapat penulis terkait profil responden berdasarkan jenis kelamin:

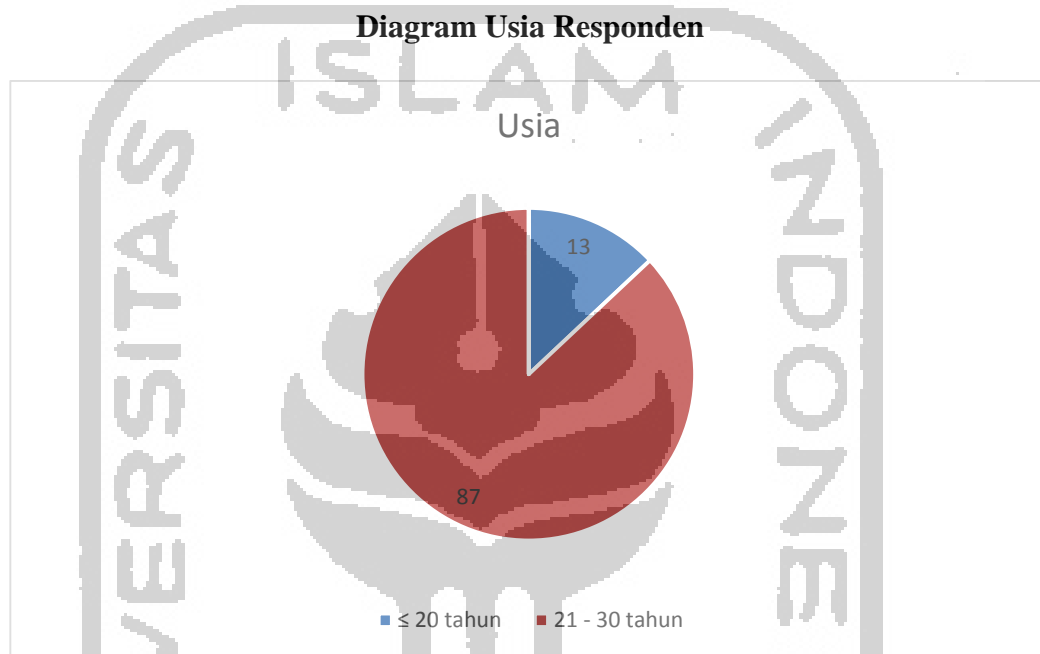


Dari hasil kuesioner yang terdapat pada diagram diatas diketahui dari 100 sampel responden anak muda sampai dewasa dari umur ≤ 20 tahun hingga umur 30 tahun

4.1.2 Analisis Profil Responden Berdasarkan Usia

Berikut adalah data-data yang didapat penulis terkait profil responden berdasarkan usia:

Gambar 4.2

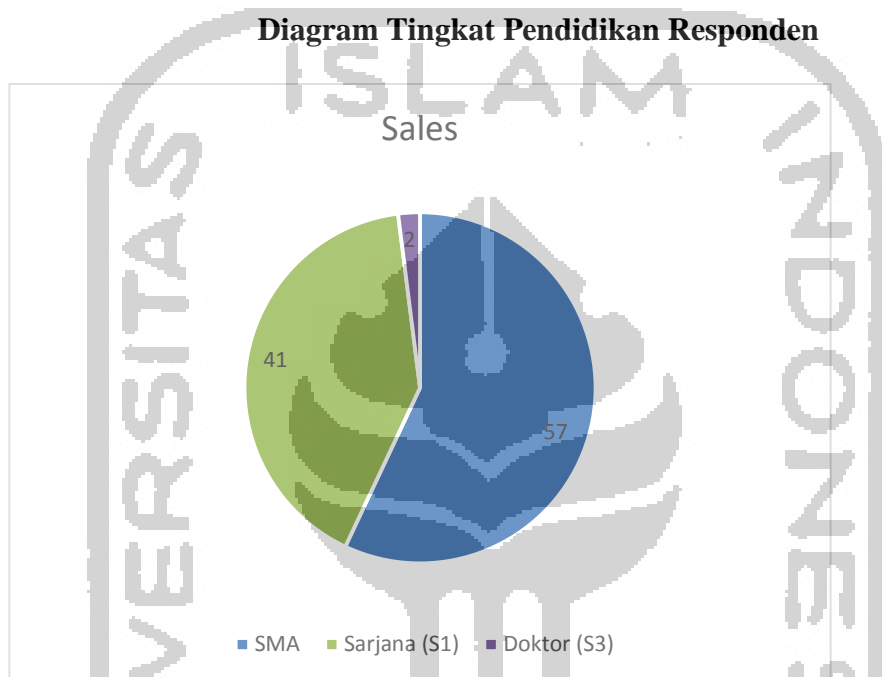


Dari hasil data kuesioner yang terdapat dalam diagram di atas, diketahui bahwa dari 100 sample responden anak muda hingga dewasa dengan rentan umur 17-45 tahun yang menggunakan aplikasi Jenius dalam satu bulan terakhir atau masih menggunakan sampai saat ini di Yogyakarta, sebagian besar berusia antara 21-30 tahun dengan jumlah 87 responden (87 persen). Sisanya berjumlah 13 responden berusia ≤ 20 tahun. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata nasabah Jenius di Yogyakarta didominasi oleh anak muda. Hasil tersebut juga serasi dengan target dari Jenius yang ingin anak-anak muda di Indonesia agar mau menabung dengan kemudahan dan fleksibilitas yang di tawarkan aplikasi Jenius.

4.1.3 Analisis Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

Berikut disajikan data-data yang didapati terkait profil responden berdasarkan tingkat pendidikan akhir :

Gambar 4.3

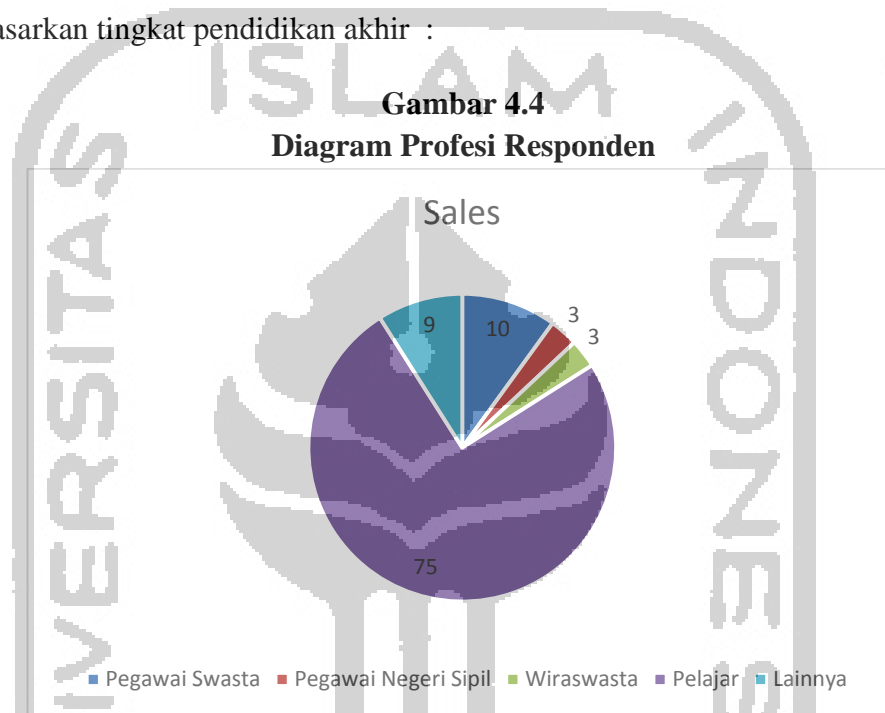


Dari hasil data kuesioner yang terdapat dalam diagram di atas, diketahui bahwa dari 100 sampel anak muda hingga dewasa dengan rentan umur 17-45 tahun yang menggunakan aplikasi Jenius dalam satu bulan terakhir atau masih menggunakan sampai saat ini di Yogyakarta, tingkat pendidikan terakhir sebagian besar responder berjumlah 57 responden (57 persen) adalah SMA, 41 responden (41 persen) adalah Sarjana dan 2 responden (2 persen) adalah Doktor S3. Hasil interpretasi dari data yang telah disajikan sebelumnya mengindikasikan bahwa responden dengan tingkat SMA dan Sarjana (S1) dengan jumlah responden terbanyak memiliki tingkat ketertarikan yang tinggi untuk menggunakan aplikasi *mobile banking* Jenius. Selain itu, tingkat pendidikan SMA dan Sarjana (S1) juga

sesuai dengan target pasar Jenius yakni dimana responden dengan tingkat pendidikan tersebut sebagian besar adalah responden anak muda sampai dewasa.

4.1.4 Analisis Profil Responden Berdasarkan Profesi

Berikut disajikan data-data yang didapati terkait profil responden berdasarkan tingkat pendidikan akhir :



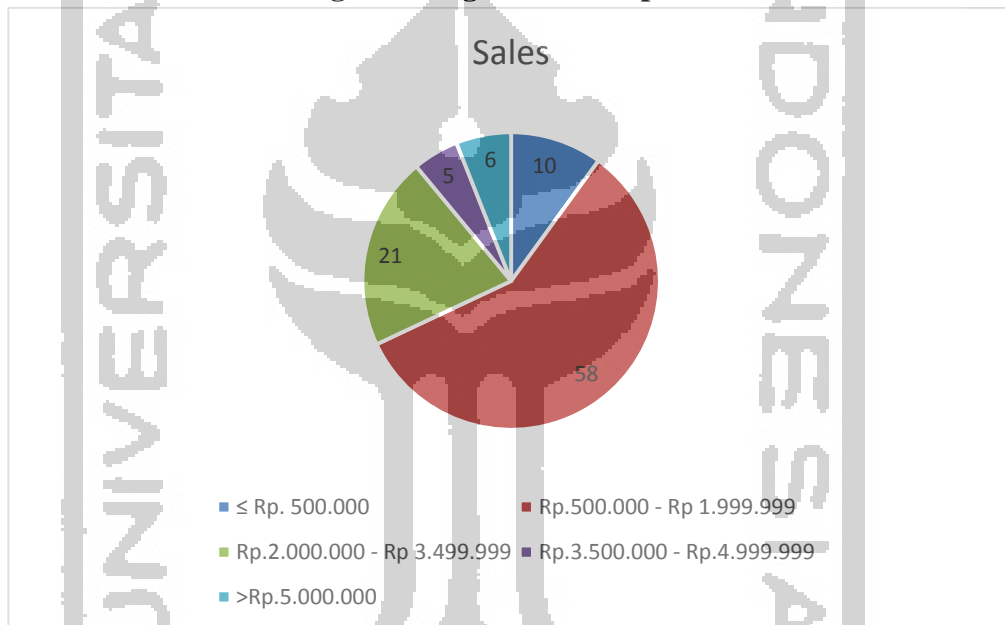
Dari hasil data kuesioner yang terdapat dalam diagram di atas, diketahui bahwa dari 100 sampel anak muda hingga dewasa dengan rentan umur 17-45 tahun yang menggunakan aplikasi Jenius dalam satu bulan terakhir atau masih menggunakan sampai saat ini di Yogyakarta, profesi saat ini sebagian besar responden berjumlah 75 responden (75 persen) adalah Pelajar, kemudian sebanyak 10 responden (10 persen) adalah Pegawai Swasta, 9 responden (9 persen) adalah profesi lainnya, 3 responden (3 persen) adalah Wiraswasta dan 3 responden (3 persen) sisanya adalah Pegawai Negeri Sipil. Hal ini menunjukkan

bahwa sebagai besar pengguna aplikasi *mobile banking* Jenius sekaligus nasabah adalah pelajar yang kemudian diikuti oleh pegawai swasta.

4.1.5 Analisis Profil Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran per Bulan

Berikut disajikan data-data yang didapati terkait profil responden berdasarkan tingkat pendidikan akhir :

Gambar 4.5
Diagram Pengeluaran Responden



Sumber: Hasi Kuisisioner

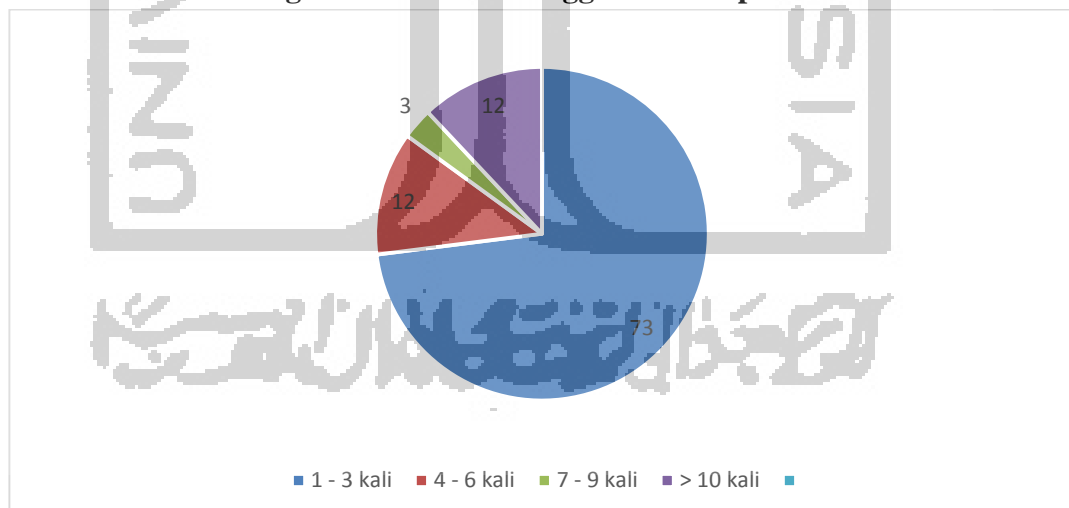
Dari hasil data kuesioner yang terdapat dalam diagram di atas, diketahui bahwa dari 100 sampel anak muda hingga dewasa dengan rentan umur 17-45 tahun yang menggunakan aplikasi Jenius dalam satu bulan terakhir atau masih menggunakan sampai saat ini di Yogyakarta, responden terbanyak berada pada responden dengan rata-rata pengeluaran perbulan antara Rp500.000–Rp.1.999.999 yang berjumlah 58 responden (58 persen), kemudian responden terbanyak kedua ada pada responden dengan dengan rata-rata pengeluaran antara Rp 2.000.000 –

Rp 3.499.999 yang berjumlah 21 responden (21 persen), kemudian urutan ketiga merupakan responden dengan rata-rata pengeluaran per bulan \leq Rp. 500.000 dengan jumlah 10 responden (10 persen), dan urutan kedua terakhir berada pada responden dengan rata-rata pengeluaran per bulan berkisar antara Rp Rp.3.500.000-Rp.4.999.999 dan $>$ Rp.5.000.000. Hal ini mengindikasikan bahwa pengguna aplikasi Jenius kedua terbesar adalah nasabah dengan rata-rata pengeluaran per bulan sebesar Rp500.000 – Rp.1.999.999 dan Rp 2.000.000 – Rp 3.499.999.

4.1.6 Analisis Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Aplikasi Mobile Banking Jenius dalam Satu Minggu

Berikut disajikan data-data yang didapati terkait profil responden berdasarkan tingkat pendidikan akhir :

Gambar 4.6
Diagram Frekuensi Penggunaan Responden



Sumber: Hasi Kuisisioner

Dari hasil data kuesioner yang terdapat dalam diagram 1.6, diketahui bahwa dari 100 sampel anak muda hingga dewasa dengan rentan umur 17-45 tahun yang menggunakan aplikasi Jenius dalam satu bulan terakhir atau masih

menggunakan sampai saat ini di Yogyakarta, sebagian besar responden yang berjumlah 73 responden (73%) memiliki frekuensi penggunaan aplikasi jenius sebanyak 1-3 kali dalam satu minggu terakhir, kemudian 12 responden (12%) memiliki frekuensi penggunaan sebanyak 4-6 kali, 12 responden (12%) berikutnya memiliki frekuensi sebanyak >10 kali, dan sisanya 3 responden (3%) memiliki frekuensi penggunaan sebanyak 7-9 kali dalam seminggu. Hasil digaram ini mengindikasikan bahwa pada waktu satu minggu terakhir, nasabah Jenius tidak terlalu menghabiskan banyak waktu dalam menggunakan aplikasi Jenius, namun mereka tetap menggunakan aplikasi tersebut setiap minggunya.

4.2 Uji Validitas

Dalam penelitian uji validitas dilakukan dengan uji *convergency validity*, dimana hasil *convergency validity* diukur dengan nilai *loading* dan AVE diatas 0,5. Hasil *loading* dapat dilihat di tabel 4.1 dan AVE di tabel 4.2

Tabel 4.1

Nilai Loading

| Konstruk | Item | Nilai Loading |
|------------------------------------|-------|---------------|
| <i>Percieved Usefullnes</i> | KG 1 | 0,797 |
| | KG 2 | 0,954 |
| | KG 3 | 0,945 |
| | KG 4 | 0,898 |
| <i>Percieved ease of use</i> | KMD 1 | 0,836 |
| | KMD 2 | 0,837 |
| | KMD 3 | 0,824 |
| | KMD4 | 0,763 |
| <i>Features Availability</i> | KF 1 | 0,900 |
| | KF 2 | 0,872 |
| | KF 3 | 0,948 |
| <i>Behavioral intention to use</i> | BIU 1 | 0,699 |
| | BIU 2 | 0,786 |
| | BIU 3 | 0,677 |
| | BIU 4 | 0,656 |

| | | |
|--|-------|-------|
| | BIU 5 | 0,774 |
|--|-------|-------|

Tabel 4.2

Nilai AVE

| Konstruk | Nilai AVE |
|------------------------------|-----------|
| <i>Percieved Usefullness</i> | 0,811 |
| Preceived ease of use | 0,665 |
| Features availability | 0,823 |
| Behavioral intention of use | 0,519 |

Dari hasil yang ada pada tabel 4.1 dan tabel 4.2 didapatkan nilai *loading* dan AVE setiap konstruk bernilai diatas 0,5. Sehingga berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan penelitian ini memenuhi uji *convergency validity*.

4.3 Uji Reliabilitas

Uji reabilitas dilakukan dengan menggunakan *cimposite reliability* dan *cronbach's alfa*. Sebuah variabel dinyatakan reliabel jika *cimposite reliability* dan *cronbach's alfa* bernilai diatas 0,7. Hasil *composite reliablity* dan *cronbach's alfa* dalam penelitian ini dapat dilihat di tabel 4.3.

Tabel 4.3

Nilai *Composite Reliability* dan *Croncbach's alfa*

| Konstruk | <i>Composite Reliability</i> | <i>Cronbach's α</i> |
|------------------------------|------------------------------|---------------------|
| <i>Percieved Usefullness</i> | 0,876 | 0,877 |
| Preceived ease of use | 0,897 | 0,887 |
| Features availability | 0,866 | 0,866 |
| Behavioral intention of use | 0,859 | 0,858 |

Berdasarkan tabel 4.3 didapatkan nilai *composite reliability* dan *conbaach's alpha* dari setiap konstruk bernilai diatas 0,7. Sehingga berdasarkan hasil tabel 4.3 dapat disimpulkan penelitian ini memenuhi uji reliabilitas.

4.4 Uji R-Square (R²)

Uji *R-Square* dilakukan untuk melihat hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya, dalam penelitian ini hasil uji *R-Square* ditunjukkan di tabel 4.4

Tabel 4.4
Nilai *R Square*

| Model | R Square | Adjusted R Square |
|------------------------------------|----------|-------------------|
| <i>Behavioral Intention of Use</i> | 0.727 | 0.718 |

Dari hasil tabel 4.4 didapatkan nilai *Adjusted R-Square* untuk variabel *Behavioral Intention to Use* sebesar 0.718. Hal tersebut menunjukkan bahwa kemampuan variabel *Percieved Usefullnes*, *percieved ease of use*, dan *features availability* sebesar 71.8% dan sisanya yaitu sebesar 28.2% dijelaskan oleh variabel-variabel lain. Dengan nilai koefisien *Adjusted R Square* tersebut, maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen relatif tinggi. Kemampuan variabel independen yang baik dalam menjelaskan variasi variabel dependennya apabila memiliki nilai *Adjusted R Square* yang mendekati nilai 1 (satu).

4.5 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda dengan program

Smart PLS 3.0 M3. Pengujian terhadap lima hipotesis yang telah dikemukakan pada bab dua dilakukan dengan melihat *path coefficients*. Apabila nilai koefisien *original sample* positif, maka ada hubungan positif, begitu pula sebaliknya. Untuk melihat pengaruh antar variabel, peneliti membandingkan nilai P statistik dengan tingkat signifikansi yang digunakan, dimana tingkat signifikansi yang digunakan sebesar $\alpha = 5\%$

Didalam penelitian ini jika nilai *P-Value* lebih rendah dari α atau kurang dari 5%, maka suatu pengaruh antar variabel dapat dibuktikan. Dalam penelitian ini hasil pengujian hipotesis dapat dilihat di tabel 4.5.

Tabel 4.5
Hasil *Path Coefficients*

| | <i>Original Sample</i> | <i>P Values</i> |
|---|------------------------|-----------------|
| <i>Percieved usefullnes > Behavioral intention to use</i> | 0.063 | 0.508 |
| <i>Percieved ease of use > Behavioral intention to use</i> | 0.361 | 0.000 |
| <i>Features availability > Behavioral intention of use</i> | 0.447 | 0.000 |

Berdasarkan hasil uji pada tabel 4.5 dapat diperoleh kesimpulan bahwa:

- a. ***Percieved Usefullnes* berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking* Jenius (H_1)**

Di dalam penelitian ini, presepsi kegunaan menunjukkan nilai *original sample* dan *P Value* sebesar 0,063 dan 0,508. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara variabel *Percieved Usefullnes* dengan variabel minat menggunakan *mobile banking* Jenius. Kesimpulan ini dapat diambil karena nilai

dari *original sample* bernilai positif yaitu 0.063 dan nilai *P Value* sebesar 0.508 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0.05. Dari penelitian ini, didapatkan bahwa **Hipotesis pertama tidak didukung oleh data**, artinya “*Perceived Usefulness* tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking* Jenius”.

b. *Perceived Ease of Use* Berpengaruh Positif Terhadap minat menggunakan *mobile banking* Jenius (H₂)

Di dalam penelitian ini persepsi kegunaan menunjukkan nilai *original sample* dan *P Value* sebesar 0,361 dan 0,00. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara variabel *Perceived Ease of Use* dengan variabel minat menggunakan *mobile banking* Jenius. Kesimpulan ini dapat diambil karena nilai dari *original sample* bernilai positif yaitu 0.361 dan nilai *P Value* sebesar 0.00 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0.05. Dari penelitian ini, didapatkan bahwa **Hipotesis kedua didukung oleh data**, artinya “*Perceived Ease of Use* tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking* Jenius”.

c. *Features Availability* Berpengaruh Positif Terhadap minat menggunakan *mobile banking* Jenius (H₃)

Didalam penelitian ini persepsi kegunaan menunjukkan nilai *original sample* dan *P Value* sebesar 0,447 dan 0,00. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara variabel *Perceived Ease of Use* dengan variabel minat menggunakan *mobile banking* Jenius. Kesimpulan ini dapat diambil karena nilai dari *original sample* bernilai positif yaitu 0.447 dan nilai *P Value* sebesar 0.00 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0.05. Dari penelitian ini, didapatkan bahwa **Hipotesis ketiga didukung oleh data**, artinya “*Features Availability* tidak

berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking* Jenius “.

4.6 Pembahasan Hasil Penelitian

4.6.1 *Percieved Usefullnes* Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Jenius

Penelitian ini menemukan hasil bahwa *Percieved Usefullnes* tidak berhubungan dengan minat menggunakan *mobile banking* Jenius di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan nilai *original sample* sebesar 0,063 yang menunjukkan arah positif dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0.508. Temuan ini tidak sejalan dengan hasil penelitian terdahulu oleh Hanif (2018) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *perceived usefullnes* terhadap *behavioral intention to use*.

Alasan mengapa variabel *perceived usefullnes* memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap variabel *behavioral intention to use* pada penelitian ini, walaupun hasil analisis deskriptif mengatakan nilai total rata-rata hitung untuk kedua variabel tersebut sudah baik, adalah karena persepsi kegunaan penggunaan yang didapat pengguna terhadap aplikasi *mobile banking* Jenius bukan merupakan faktor utama yang dapat membentuk niat perilaku pengguna untuk terus menggunakan aplikasi *mobile banking* tersebut, melainkan adanya faktor-faktor lain. Berdasarkan hasil wawancara kepada nasabah Jenius, didapati informasi bahwa nasabah memiliki keluhan terhadap aksesibilitas nasabah pada aplikasi pada *Smartphone*. Sering mengalami masalah seperti halaman tidak dapat diakses, dan sering terjadi *error* pada aplikasi Jenius, menyebabkan nasabah sedikit kesulitan dalam melakukan *top up e-money*, *transfer* maupun melakukan pembayaran.

Walaupun nasabah dapat melakukan *top-up*, *transfer*, dan melakukan pembayaran uang dari ATM apapun . Kondisi ini tentu mempersulit nasabah karena nasabah diharuskan untuk selalu mencari mesin ATM saat ingin melakukan hal-hal yang seharusnya dapat dilakukan di *smartphone*. Dengan adanya fakta-fakta tersebut, maka kemungkinan faktor lain yang diyakini penulis sebagai faktor yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku untuk menggunakan aplikasi *mobile banking* Jenius adalah aksesibilitas yang dimiliki oleh Jenius.

4.6.2 *Perceived Ease of Use* Berpengaruh Positif Terhadap minat menggunakan *mobile banking* Jenius

Di dalam penelitian ini, didapatkan hasil berupa *percieved ease of use* berhubungan positif dengan minat menggunakan *mobile banking* Jenius. Hal ini dibuktikan dengan nilai *original sample* sebesar 0,361 yang menunjukkan arah positif dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini sesuai dengan penjelasan yang dikemukakan oleh Amijaya (2010), yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention to use*.

Alasan mengapa variabel *perceived ease of use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *behavioral intention to use* adalah dikarenakan penggunaan aplikasi Jenius cukup mudah dioperasikan oleh siapapun. Informasi seputar aplikasi Jenius juga dapat dilihat pada halaman website www.jenius.com serta terdapat lima lokasi *booth* Jenius yang terletak di Pusat Perbelanjaan yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Aplikasi *mobile banking* Jenius juga terbukti

dalam kemudahan penggunaannya dalam melakukan segala kegiatan perbankan hanya dengan *Smartphone*.

4.6.3 *Features Availability* Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Jenius

Didalam penelitian ini didapatkan hasil berupa *percieved ease of use* berhubungan positif dengan minat menggunakan *mobile banking* Jenius. Hal ini dibuktikan dengan nilai *original sample* sebesar 0,447 yang menunjukkan arah positif dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,00. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu oleh Hanif (2018) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Features Availability* terhadap *behavioral intention to use*.

Alasan mengapa variabel *features availability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *behavioral intention to use*, adalah fitur pelayanan di dalam aplikasi *mobile banking* Jenius sangat beragam dan jarang di temui di *mobile banking* lain. Hal ini dibuktikan dengan adanya fitur *e-Wallet Center*, *Split Bill*, *Pay Me*. Nasabah dapat menunjang produktifitas dalam menjalani kegiatan perbankan dengan banyaknya fitur yang dibutuhkan para nasabah tersebut. segala fitur yang ada pada Jenius hanya dengan melakukan *scrolling* di menu utama untuk setiap ikon fitur yang ingin digunakan. Aplikasi *mobile banking* Jenius juga terbukti memiliki keberagaman fitur untuk memenuhi segala keperluan transaksi keuangan nasabah.