

**PENGARUH KEGUNAAN, KEMUDAHAN, KENYAMANAN,
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP PENGGUNAAN *MOBILE*
*BANKING***
(Studi pada Nasabah Bank BRI Cabang Cik Di Tiro Yogyakarta)



SKRIPSI

Oleh:

Nama : Nisa Rahmawati
Nomor Mahasiswa : 15312026

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2019**

**PENGARUH KEGUNAAN, KEMUDAHAN, KENYAMANAN DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP PENGGUNAAN *MOBILE BANKING*
(Studi pada Nasabah Bank BRI Cabang Cik Di Tiro Yogyakarta)**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai
derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Ekonomi UII

Oleh:
Nama : Nisa Rahmawati
Nomor Mahasiswa : 15312026

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2019**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sangsi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 24 Mei 2019

Penulis,



(Nisa Rahmawati)

**PENGARUH KEGUNAAN, KEMUDAHAN, KENYAMANAN, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP PENGGUNAAN *MOBILE BANKING*
(Studi pada Nasabah Bank BRI Cabang Cik Di Tiro Yogyakarta)**

SKRIPSI



Nama : Nisa Rahmawati
Nomor Mahasiswa : 15312026

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing
Pada Tanggal 15/Mei/2019.....
Dosen Pembimbing,



Yuni Nustini, Dra., MAFIS., Ak., CA., Ph.D.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH KEGUNAAN, KEMUDAHAN, KENYAMANAN DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP PENGGUNAAN MOBILE BANKING (STUDI PADA NASABAH BANK BRI
CABANG CIK DI TIRO YOGYAKARTA)**

Disusun Oleh : **NISA RAHMAWATI**


Nomor Mahasiswa : **15312026**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Senin, tanggal: 17 Juni 2019

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Yuni Nustini, Dra., MAFIS., Ak., CA., Ph.D.

Penguji : Abriyani Puspaningsih, Dra., Ak., M.Si



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah: 185)

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu pasti ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah: 5-6)

“Rahasia kesuksesan adalah mengetahui yang orang lain tidak ketahui”

“Ridho Allah bergantung kepada Ridho kedua Orangtua”

“Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu”

“Dream, Pray and Action”

“Usaha + Doa = Hasil”

HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan mengucapkan Alhamdulillah Robbil ‘alamin, saya persembahkan penelitian ini untuk:

- ❖ ALLAH SWT, sang pemilik alam semesta dan sumber ilmu pengetahuan. Terimakasih Ya Allah telah memberikan kemudahan untuk penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.
- ❖ Bapakku tersayang Bpk. H. Sutarjo, S.Pd dan Ibuku tersayang Ibu. Hj. Subiyanti Dewati. Beliau yang selalu memberikan dukungan dan tidak pernah henti mendoakan agar penulis sukses dalam meraih cita-citanya di masa yang akan datang.
- ❖ Serta adik ku yang aku sayangi Fajar Rahmawan.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah Rabbil 'Alamin, puji syukur kita panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya kepada kita semua. Sholawat serta salam tak lupa kita haturkan kepada nabi agung kita, nabi Muhammad SAW. Berkat rahmat Allah yang maha esa penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Kenyamanan, dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking*” (Studi pada Nasabah Bank BRI Cabang Cik Di Tiro Yogyakarta)**. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta. Untuk berada diposisi ini tentulah tidak dalam waktu singkat dan tanpa adanya berbagai kendala. Banyak pihak-pihak yang telah berhati baik untuk membimbing, mengarahkan, mendukung dan membantu penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan.
3. Kedua orangtua penulis, Bapak H. Sutarjo, S.Pd dan Ibu Hj. Subiyanti Dewati yang selalu mendoakan penulis dan mengiringi langkah penulis dengan restu dan kasih sayangnya yang tiada terhingga sampai kini.
4. Adik penulis, Fajar Rahmawan yang selalu memberikan dukungan penulis.

5. Eyang uti Jogja dan Mbah Ponco Klaten yang selalu mendoakan dan memberikan restu. Semoga eyang dan mbah panjang umur dan sehat selalu agar dapat melihat cucu nya menjadi orang yang sukses.
6. Dosen pembimbing penulis, Ibu Yuni Nustini, Dra., MAFIS., Ak., CA., Ph.D. Terimakasih untuk segala arahan dan kesabaran selama membimbing penulis hingga skripsi ini bisa selesai.
7. Bapak Jaka Sriyana, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
8. Bapak Dr. Mahmudi, S.E., M.Si., CA., CMA selaku Ketua Prodi Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
9. Para dosen Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis.
10. Teman laki-laki spesialku Stefaan Edris (Jack)♥♥♥terimakasih sudah selalu memberikan doa, support, waktu, perhatiannya kepada penulis. Dan selalu sabar mendengarkan keluh kesah penulis dalam menghadapi skripsi ini.
11. Sahabat sejutiku di kampus FE UII (Geng arisan bunga-bunga) Agviar Miftahul Hidayah, Efida Amalia Yuwono, Mutiari Safira Dewi dan Pindifa Riezky Fadhlania. Terimakasih telah menjadi sahabat terbaik dan menjadi tempat berbagi penulis dalam situasi apapun.
12. Sahabat-sahabat penulis dari TK, SD, SMP, hingga SMA yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

13. Teman-teman KKN angkatan 58 unit 06 (Stefaan, Abdul, Helmi, Maul, Willy, Arum dan Caca), terimakasih sudah menjadi sahabat dan keluarga baru untuk penulis.
14. Warga desa Ngurak-Urak, Petir, Rongkop, Gunung Kidul (Pak Dukuh, Pak RT 14, 15, 16, Pak RW 06) yang telah memberikan pengalaman hidup selama 1 bulan selama penulis melaksanakan KKN, dan menjadikan penulis lebih mengerti bahwa hidup itu tidak selalu instan tetapi harus berproses untuk mendapatkan segala sesuatu yang diinginkan.
15. Teman-teman FE UII angkatan 2015, terimakasih telah menjadi teman yang baik. Semoga kalian sukses dan dapat mengharumkan nama baik kampus UII tercinta.
16. Para responden, terimakasih telah membantu peneliti dalam penulisan penelitian ini. Semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian.
17. Dan kepada semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan hidayahNya bagi Saudara/i yang telah membantu selama proses penyusunan skripsi.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN BERITA ACARA	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
<i>ABSTRACT</i>	xix
ABSTRAK	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan	6

BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Persepsi Teknologi Informasi	8
2.1.2 <i>Internet Banking</i>	10
2.1.3 Minat Bertansaksi Menggunakan <i>E-Banking</i>	10
2.1.4 Kegunaan	11
2.1.5 Kemudahan	12
2.1.6 Kenyamanan	14
2.1.7 Kepercayaan	15
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Hipotesis Penelitian	20
2.4 Kerangka Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Populasi dan Sampel	27
3.2 Jenis dan Sumber Data	28
3.3 Teknik Pengumpulan Data dan Pengukuran Variabel	28
3.4 Teknik Pengambilan Sampel	29
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	30
3.5.1 Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	30
3.5.2 Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	31

3.6 Teknik Analisis Data	32
3.6.1 Analisis Deskriptif	32
3.7 Pengujian Instrumen Penelitian	32
3.7.1 Uji Validitas	32
3.7.2 Uji Reliabilitas	33
3.8 Uji Asumsi Klasik	34
3.8.1 Uji Normalitas	34
3.8.2 Uji Heteroskedastisitas	34
3.8.3 Uji Multikolinearitas	34
3.9 Pengujian Hipotesis	35
3.9.1 Uji t	35
3.9.2 Uji F	36
3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (<i>R Square/R²</i>)	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	37
4.2 Teknik Analisis Data	38
4.2.1 Analisis Deskriptif	38
4.2.2 Analisis Klasifikasi Responden	40
4.3 Pengujian Instrumen Penelitian	42
4.3.1 Uji Validitas	42
4.3.2 Uji Reliabilitas	43

4.4 Uji Asumsi Klasik	44
4.4.1 Uji Normalitas	44
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas	45
4.4.3 Uji Multikolinearitas	46
4.5 Pengujian Hipotesis	47
4.5.1 Uji t	47
4.5.2 Uji F	49
4.5.3 Uji Koefisien Determinasi (<i>R Square/R²</i>)	50
4.6 Pembahasan	51
4.6.1 Pengaruh kegunaan terhadap penggunaan <i>mobile banking</i>	51
4.6.2 Pengaruh kemudahan terhadap penggunaan <i>mobile banking</i> .	52
4.6.3 Pengaruh kenyamanan terhadap penggunaan <i>mobile banking</i>	52
4.6.4 Pengaruh kepercayaan terhadap penggunaan <i>mobile banking</i>	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Keterbatasan	56
5.3 Saran	56
DAFTAR REFERENSI	58
LAMPIRAN	63

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Kriteria <i>P-Value</i>	35
Tabel 4.1 Distribusi Sampel	37
Tabel 4.2 Hasil Deskriptif Variabel Penelitian	38
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	41
Tabel 4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	41
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas	42
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas	44
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas	45
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas	47
Tabel 4.10 Uji t	48
Tabel 4.11 Uji F	50
Tabel 4.12 Hasil Koefisien Determinasi (<i>R Square/R²</i>)	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model <i>Theory Acceptance Model</i>	9
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian	26
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	46



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	64
Lampiran 2 Rekap Data Variabel Kegunaan	68
Lampiran 3 Rekap Data Variabel Kemudahan	72
Lampiran 4 Rekap Data Variabel Kenyamanan	76
Lampiran 5 Rekap Data Variabel Kepercayaan	80
Lampiran 6 Rekap Data Variabel Penggunaan <i>Mobile Banking</i>	84
Lampiran 7 Pengumpulan Data Kuesioner	87
Lampiran 8 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	88
Lampiran 9 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	88
Lampiran 10 Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	88
Lampiran 11 Hasil Uji Statistik Deskriptif	89
Lampiran 12 Hasil Uji Validitas Kegunaan	90
Lampiran 13 Hasil Uji Validitas Kemudahan	90
Lampiran 14 Hasil Uji Validitas Kenyamanan	91
Lampiran 15 Hasil Uji Validitas Kepercayaan	91
Lampiran 16 Hasil Uji Validitas Penggunaan <i>Mobile Banking</i>	92
Lampiran 17 Hasil Uji Validitas	92
Lampiran 18 Hasil Uji Reliabilitas Kegunaan	93
Lampiran 19 Hasil Uji Reliabilitas Kemudahan	93
Lampiran 20 Hasil Uji Reliabilitas Kenyamanan	94

Lampiran 21 Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan	94
Lampiran 22 Hasil Uji Reliabilitas Penggunaan <i>Mobile Banking</i>	94
Lampiran 23 Hasil Analisis Uji Reliabilitas	94
Lampiran 24 Hasil Uji Normalitas	95
Lampiran 25 Hasil Uji Heteroskedastisitas	96
Lampiran 26 Hasil Uji Multikolineritas	96
Lampiran 27 Hasil Uji t	97
Lampiran 28 Hasil Uji F	97
Lampiran 29 Hasil Analisis Linear Berganda	98



ABSTRACT

Indonesia is one of the countries with the largest cellphone users in the world, where the number of cellphones is greater than the population. This makes many banks vying to get the best service, for one of them through services using mobile banking. This study discusses ease of use, convenience, comfort and trust in the use of mobile banking. The sample of this study was the research of Bank BRI in Cik Di Tiro branch Yogyakarta. This research is a development of research that previously used the TAM model. The data used consisted of primary data consisting of questionnaires distributed in 2019. A total of 120 questionnaires were needed using IBM SPSS Statistics. The results of this study show usability, comfort, convenience, and positive trust in the use of mobile banking.

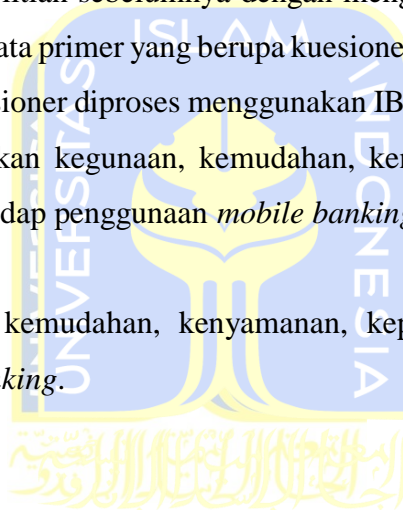
Keywords: usability, comfort, convenience, trust, and use of mobile banking.



ABSTRAK

Indonesia sebagai salah satu negara dengan pengguna ponsel terbesar di dunia, yang mana jumlah ponsel lebih besar daripada jumlah penduduknya. Hal ini membuat banyak bank-bank berlomba-lomba untuk berusaha memberikan layanan terbaiknya kepada nasabah, salah satunya melalui layanan penggunaan *mobile banking*. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh kegunaan, kemudahan, kenyamanan dan kepercayaan terhadap penggunaan *mobile banking*. Sampel penelitian ini adalah nasabah Bank BRI di Cabang Cik Di Tiro Yogyakarta. Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya dengan menggunakan model TAM. Data yang digunakan berupa data primer yang berupa kuesioner yang disebarkan pada tahun 2019. Sebanyak 120 kuesioner diproses menggunakan IBM SPSS *Statistics*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan kegunaan, kemudahan, kenyamanan, dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*.

Kata kunci: kegunaan, kemudahan, kenyamanan, kepercayaan, dan penggunaan *mobile banking*.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kemajuan dan perkembangan teknologi informasi yang pesat telah mempengaruhi industri perbankan, seperti halnya *mobile banking* merupakan salah satu wujud dari perkembangan teknologi tersebut. Nasabah dapat melakukan transaksi dan layanan perbankan kapanpun dan dimanapun mereka berada. Saat ini sudah banyak bank yang telah menyediakan akses *mobile banking* untuk mengetahui informasi keuangan. Kondisi tersebut merupakan salah satu perbaikan layanan terhadap nasabah.

TAM (*Technology Acceptance Model*) adalah salah satu model perilaku pemanfaatan teknologi informasi dalam literatur sistem informasi manajemen. TAM (*Technology Acceptance Model*) ini dikemukakan oleh Davis (1986) yang mengembangkan kerangka pemikiran tentang minat pemanfaatan teknologi informasi. TAM berfokus pada sikap terhadap pemakaian teknologi informasi oleh pemakai dengan mengembangkannya berdasarkan persepsi manfaat dan kemudahan dalam pemakaian teknologi informasi. TAM merupakan satu di antara banyak model penelitian yang berpengaruh dalam studi determinan akseptasi teknologi informasi. TAM banyak digunakan untuk memprediksi tingkat akseptasi pemakai (*user acceptance*) dan pemakaian yang berdasarkan persepsi terhadap kemudahan penggunaan teknologi informasi (*perceived usefulness*) dengan mempertimbangkan

kemudahan dalam penggunaan TI (*perceived ease of use*). Perbankan membuat fasilitas yang memudahkan para nasabahnya dalam bertransaksi dimanapun mereka berada melalui *electronic banking* atau disingkat *e-banking* (Vebrika, 2007). *Elektronik banking* adalah jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan transaksi perbankan melalui jaringan internet (Tampubolon, 2004). Di dalam *e-banking* juga terdapat beberapa aspek seperti *internet banking*, *mobile banking* dan *sms banking*. Melalui layanan *mobile banking*, memeriksa saldo rekening, memonitor jangka waktu deposito, mengecek kartu kredit serta melakukan pembayaran lain dan transaksi lainnya akan lebih mudah dilakukan.

Kenyamanan menjadi salah satu manfaat yang dirasakan pengguna komputasi *mobile*. Karena sifat *mobile* yang mudah dibawa serta dapat diakses secara langsung dan cepat. Kenyamanan dapat di definisikan sebagai aksesibilitas, dan ketersediaan dari layanan, serta fleksibel dalam lokasi dan waktu (Okazaki & Mendez, 2013). Teori Atribusi (*Atribution Theory*) dapat menjelaskan bagaimana *convenience* dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Dalam teori ini membahas tentang memahami penyebab perilaku seseorang atau diri kita sendiri, yang mana nantinya akan membentuk suatu kesan. Pelayanan yang diberikan oleh layanan *mobile banking* akan menimbulkan suatu kesan. Kesan yang baik akan ditimbulkan ketika layanan dapat memberikan kenyamanan kepada nasabah, yang ditunjukkan dengan tersedianya fasilitas media komunikasi yang memadai untuk menyampaikan keluhan, transaksi dapat dilakukan dengan cepat dan menghemat waktu, serta kemudahan dalam mencari

informasi perbankan. Dengan terciptanya kenyamanan maka nasabah akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Hal lain yang juga sangat mempengaruhi konsumen dalam menarik niat menggunakan adalah kepercayaan. Semakin tinggi kepercayaan konsumen, keputusan untuk melakukan suatu pembelian terhadap suatu produk akan meningkat (Murwatiningsih & Apriliani, 2013). Penelitian mengenai pengaruh kepercayaan juga pernah dilakukan oleh Anwar dan Wijaya (2016), penelitian tersebut mengemukakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap niat bertransaksi secara *online*.

Berdasarkan hasil data diatas, dapat dilihat bahwa kegunaan, kemudahan, kenyamanan dan kepercayaan masih menjadi masalah yang sangat mempengaruhi niat konsumen dalam menggunakan *mobile banking*. Perusahaan perbankan yang menyediakan layanan berbasis *mobile banking* harus lebih jeli dalam memperhatikan faktor-faktor yang dapat menunjang kepercayaan.

Hal inilah yang menjadikan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Kenyamanan dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* (Studi pada Nasabah Bank BRI Cabang Cik Di Tiro Yogyakarta)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Melihat latar belakang masalah di atas, maka dalam penelitian ini peneliti merumuskan pokok masalahnya yaitu:

1. Apakah kegunaan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking* pada Nasabah Bank BRI Cabang Cik Di Tiro Yogyakarta?
2. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking* pada Nasabah Bank BRI Cabang Cik Di Tiro Yogyakarta?
3. Apakah kenyamanan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking* pada Nasabah Bank BRI Cabang Cik Di Tiro Yogyakarta?
4. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking* pada Nasabah Bank BRI Cabang Cik Di Tiro Yogyakarta?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kegunaan terhadap penggunaan *mobile banking* pada Nasabah Bank BRI Cabang Cik Di Tiro Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan terhadap penggunaan *mobile banking* pada Nasabah Bank BRI Cabang Cik Di Tiro Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh kenyamanan terhadap penggunaan *mobile banking* pada Nasabah Bank BRI Cabang Cik Di Tiro Yogyakarta.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap penggunaan *mobile banking* pada Nasabah Bank BRI Cabang Cik Di Tiro Yogyakarta.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Bank

Memberikan manfaat mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah untuk bersedia menggunakan layanan *mobile banking* dalam transaksinya sehingga menjadi bahan kebijakan dalam upaya meningkatkan kinerja bank dan meningkatkan pangsa pasarnya dalam persaingan di dunia global saat ini.

2. Bagi Nasabah

Memberikan tambahan informasi bagi nasabah bank dalam memanfaatkan layanan *mobile banking*. Dan untuk nasabah yang belum dapat atau belum pernah menggunakan layanan *mobile banking* dapat mengetahui kegunaan *mobile banking*, Serta dapat dimanfaatkan dalam kehidupan sehari-hari untuk membantu berbagai transaksi yang dilakukan.

3. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan informasi yang dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan bagi penelitian lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

4. Bagi Penulis

Bermanfaat dan menambah wawasan dalam pengetahuan mengenai pengaruh kegunaan, kemudahan, kenyamanan dan kepercayaan terhadap penggunaan *mobile banking*.

1.5. Sistematika Penulisan

Skripsi ini disajikan dalam 5 (lima) bab, dimana setiap bab akan disusun secara sistematis sehingga dapat memudahkan untuk memahami hubungan antara satu bab dengan bab lainnya. Adapun sistematika yang dimaksud adalah:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang landasan teori yang didapat dari literatur-literatur untuk mendasari tiap-tiap variabel, serta bahasan hasil-hasil penelitian sebelumnya yang sejenis. Dalam bab ini disajikan pula kerangka penelitian dan hipotesis yang akan diuji.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang deskripsi operasional variabel-variabel penelitian, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang deskripsi objektif penelitian, analisis data, interpretasi hasil dan pendapat terhadap hasil penelitian.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan akhir yang diperoleh dari hasil analisis pada bab sebelumnya dan saran-saran yang diberikan kepada berbagai pihak yang berkepentingan atas hasil penelitian.



BAB II

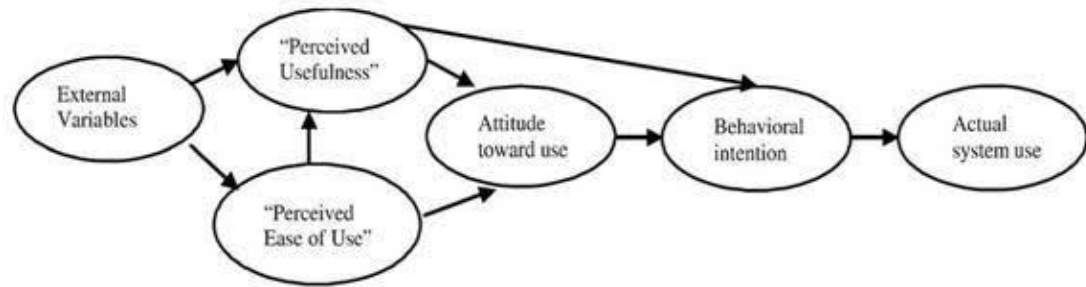
KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Persepsi Teknologi Informasi

Salah satu teori tentang penggunaan sistem teknologi informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan sering digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi adalah *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM mendefinisikan terdapat dua faktor yang mempengaruhi penerimaan penggunaan terhadap teknologi yaitu persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi akan manfaat teknologi. TAM diperkenalkan pertama kali oleh Davis pada tahun 1989. TAM dibuat khusus untuk pemodelan adopsi pengguna sistem informasi. *Perceived usefulness* didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerja (Davis, 1989). Sesuai dengan TAM, penggunaan sistem (*actual system usage*) paling dipengaruhi oleh minat untuk menggunakan (*behavioral intentions toward usage*). *Behavioral intentions toward usage* dipengaruhi oleh dua kepercayaan, yaitu persepsi pengguna terhadap manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi pengguna terhadap kemudahan (*perceived ease of use*). *Perceived usefulness* diartikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerjanya. TAM (*Technology Acceptance Model*) bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan (*acceptance*) pengguna dan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan terhadap suatu teknologi dalam suatu organisasi. TAM

(*Technology Acceptance Model*) juga menjelaskan hubungan sebab akibat antara keyakinan dan perilaku, tujuan atau keperluan, serta penggunaan aktual dari pengguna suatu sistem informasi.



Gambar 2.1
Model Theory Acceptance Model, Davis, 1986

Menurut Davis (1986), tujuan utama TAM adalah untuk mendirikan dasar penelusuran pengaruh faktor eksternal terhadap sikap (personalisasi) dan tujuan pengguna komputer. Menurut Jogiyanto (2007), terdapat lima konstruksi TAM, kelima konstruksi ini adalah sebagai berikut:

- a. Kegunaan persepsian (*perceived usefulness*).
- b. Kemudahan Penggunaan persepsian (*perceived ease of use*)
- c. Sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavior*) atau sikap menggunakan teknologi (*attitude towards using technology*)
- d. Minat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*)
- e. Penggunaan teknologi sesungguhnya (*actual technology use*)

2.1.2 Internet Banking

Menurut Nurastuti (2011), *internet banking* merupakan salah satu jasa layanan bank melalui internet yang memungkinkan nasabah untuk mendapatkan jasa dan layanan perbankan seperti memperoleh informasi dan melakukan transaksi perbankan. Dari definisi di atas, dapat disimpulkan *internet banking* merupakan penggunaan internet sebagai saluran perpanjangan jarak jauh untuk mengantarkan jasa-jasa perbankan. Jasa-jasa yang diberikan melalui penggunaan *internet banking* adalah jasa-jasa yang juga diberikan melalui perbankan tradisional, seperti pembukaan rekening tabungan dan melakukan transfer dana antar rekening. Selain itu juga terdapat jenis layanan baru seperti tagihan pembayaran elektronik yang memungkinkan nasabah untuk menerima dan melakukan pembayaran melalui *internet banking*.

2.1.3 Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking*

Menurut Jogiyanto (2007), minat perilaku (*behavioral intention*) adalah keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Ini berarti bahwa minat seseorang untuk melakukan perilaku diprediksi oleh sikapnya terhadap perilakunya dan bagaimana dia berpikir orang lain akan menilainya jika dia melakukan perilaku tersebut. Minat adalah kesadaran seseorang dalam sesuatu obyek, suatu soal atau situasi mengandung sangkut paut dengan dirinya (Witherington, 1999). Minat adalah kecenderungan jiwa yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas atau kegiatan (Slameto, 1995). Jadi, seseorang yang berminat terhadap suatu aktivitas dan memperhatikan aktivitas itu pasti dilandasi dengan rasa senang dan apabila timbul rasa senang, maka seseorang akan secara konsisten menggunakannya

di masa yang akan datang. Minat-minat merupakan suatu fungsi dari dua penentu dasar yaitu (Jogiyanto, 2007):

1) Penentu yang berhubungan dengan faktor pribadi

Penentu ini adalah sikap terhadap perilaku individual. Sikap ini adalah evaluasi kepercayaan atau perasaan positif atau negatif dari individual jika harus melakukan perilaku tertentu yang dikehendaki.

2) Penentu yang berhubungan dengan pengaruh sosial

Penentu ini adalah norma subyektif. Disebut dengan norma subyektif karena berhubungan dengan perskripsi normatif persepsian, yaitu persepsi atau pandangan seseorang terhadap tekanan sosial yang akan mempengaruhi minat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan.

2.1.4 Kegunaan

Menurut Cahyo (2014), persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) merupakan *capable of being used advantageously* atau dapat digunakan untuk tujuan yang menguntungkan. Jadi, persepsi kegunaan adalah suatu tingkatan dimana seseorang mempercayai bahwa penggunaan sebuah sistem akan mampu meningkatkan kinerja, menambah tingkat produktivitas dan efektivitas. Dalam konteks penggunaan *internet banking*, persepsi manfaat dapat dinyatakan bahwa penggunaan *internet banking* dapat meningkatkan kinerja bagi nasabah yang menggunakannya. Seseorang akan menggunakan *internet banking* apabila orang tersebut mempercayai bahwa *internet*

banking dapat memberikan manfaat dalam melaksanakan tugas atau pekerjaan. Oleh karena itu, tingkat persepsi manfaat *internet banking* mempengaruhi para nasabah untuk menggunakan layanan *internet banking* tersebut.

2.1.5 Kemudahan

Kemudahan didefinisikan sebagai sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami. Dapat dikatakan bahwa kemudahan penggunaan mampu mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga untuk mempelajari sistem atau teknologi karena adanya keyakinan dari individu bahwa sistem atau teknologi tersebut mudah untuk dipahami. Intensitas penggunaan serta interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan tingkat kemudahan suatu sistem. Persepsi kemudahan penggunaan memberikan beberapa indikator terhadap suatu sistem informasi yang meliputi efisiensi waktu dalam penggunaan, tampilannya situsny mudah dimengerti, menambah ketrampilan dalam menggunakannya, dan mudah untuk dipelajari (Mahardika & Basuki, 2011).

Davis F.D (1989) mendefinisikan kemudahan penggunaan (*ease of use*) adalah: “*Refers to the degree to which person believes that using a particular system would be free of effort*”. Hal tersebut dapat diartikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan sistem tertentu dapat mengurangi usaha seseorang dalam mengerjakan sesuatu. Menurut Adam.et.al (1992), intensitas penggunaan dan interaksi antara pemakai dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa

sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh pemakainya.

Rahadi (2007) mengemukakan bahwa kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang dalam mempelajari komputer. Pengguna TI mempercayai bahwa TI yang lebih fleksibel, mudah dipahami dan mudah mengoperasikannya sebagai karakteristik kemudahan penggunaan (*ease of use*).

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang di dalam mempelajari komputer. Perbandingan kemudahan tersebut memberikan indikasi bahwa orang yang menggunakan TI bekerja lebih mudah dibandingkan dengan orang yang bekerja tanpa menggunakan TI. Pemakai TI mempercayai bahwa TI yang lebih fleksibel, mudah dipahami dan mudah pengoperasiannya sebagai karakteristik kemudahan penggunaan.

Venkatesh dan Davis (2003) membagi dimensi kemudahan penggunaan menjadi berikut:

- a. Interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*)
- b. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut (*does not require a lot of mental effort*)
- c. Sistem mudah digunakan (*easy to use*)
- d. Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan (*easy to get the system to do what he/she wants to do*)

Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Suatu sistem yang sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya. Kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha para nasabah dalam mempelajari asal-usul dari perilaku bertransaksi melalui *sms banking*. Kemudahan penggunaan juga memberikan indikasi bahwa para pengguna sistem informasi dapat bekerja lebih mudah dibandingkan dengan yang bekerja tanpa menggunakan sistem informasi. Dengan demikian, bila jasa pelayanan perbankan dipersepsikan mudah digunakan oleh para konsumen, jasa pelayanan tersebut juga akan dipersepsikan bermanfaat (Davis, 1989).

2.1.6 Kenyamanan

Konsep tentang kenyamanan (*comfort*) sangat sulit untuk di definisikan karena lebih merupakan penilaian responsive individu (Oborne, 1995). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), nyaman adalah segar sehat sedangkan kenyamanan adalah keadaan nyaman, kesegaran, kesejukan (Kolcaba, 2003). Dan beberapa bahasa asing menerjemahkan kenyamanan sebagai suatu kondisi rileks, dimana tidak dirasakan sakit di antara seluruh anggota tubuh.

Kenyamanan seseorang dalam menggunakan sebuah produk atau rancangan mungkin berbeda satu sama lain. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu fungsi fisik maupun persepsi masing-masing orang. Kenyamanan sangat bersifat subjektif, individual dan kompleks. Dan kenyamanan adalah suatu perasaan yang kontinum dari

perasaan paling nyaman sampai dengan paling tidak nyaman, dan dinilai berdasar persepsi masing-masing individu. Sehingga untuk mengukur tingkat kenyamanan pada fasilitas publik diperlukan sebuah parameter yang dapat mengakomodasi kebutuhan banyak orang.

McCormick (Cormick & Ernest, 1993) menegaskan dalam membentuk kenyamanan sebuah produk atau rancangan, perhatian pada faktor manusia (*human factor*) berperan penting dalam mencipta desain yang memiliki ergonomi yang baik, yang nantinya menciptakan kenyamanan bagi penggunaanya.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kenyamanan merupakan kondisi dimana manusia tidak merasa terganggu dengan lingkungan sekitar dan dimana manusia merasa nyaman terhadap temperatur iklim lingkungannya.

2.1.7 Kepercayaan

Kepercayaan adalah adanya keyakinan pada diri seseorang terhadap obyek. Kepercayaan merupakan salah satu bentuk persepsi yang telah berbentuk sebuah keyakinan terhadap obyek. Keyakinan tersebut dapat berbentuk, keyakinan positif atau negatif terhadap obyek (Fischer, 2006). Kepercayaan menggambarkan pengakuan akan kiat dan integritas kedua belah pihak yang melakukan transaksi, apabila diabaikan merupakan suatu faktor yang memperlambat pertumbuhan perdagangan. Kepercayaan juga didasarkan pada *relational experience* atau reputasi organisasi (Oleysker, 2006).

Azwar (2002) menjelaskan bahwa komponen kognitif berisi kepercayaan dan *stereotype* yang dimiliki individu mengenai sesuatu. Seringkali komponen kognitif ini disamakan dengan pendapat (opini), terutama apabila menyangkut masalah isu atau *problem controversial*.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kepercayaan merupakan proses pembentukan kepercayaan dalam diri seseorang terhadap suatu layanan berdasarkan pemahaman (kognitif) yang diketahui tentang penyelenggara layanan tersebut. McKnight et al (2002) menyatakan bahwa ada tiga elemen yang membangun persepsi kepercayaan, yaitu *benevolence*, *integrity*, *competence*.

1) *Benevolence*

Benevolence (niat baik) berarti seberapa besar seseorang percaya kepada produsen untuk berperilaku baik kepada konsumen. *Benevolence* merupakan kesediaan produsen untuk melayani kepentingan konsumen.

2) *Integrity*

Integrity (integritas) adalah seberapa besar keyakinan seseorang terhadap kejujuran produsen untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat kepada konsumen.

3) *Competence*

Competence (kompetensi) adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki produsen untuk membantu konsumen dalam melakukan sesuatu sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen tersebut. Esensi dari kompetensi adalah seberapa besar keberhasilan produsen untuk menghasilkan hal yang diinginkan oleh konsumen. Inti dari kompetensi adalah kemampuan produsen untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mengacu pada beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu. Berikut dapat ditunjukkan ringkasan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya seperti dalam tabel 2.1:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul	Variabel	Kesimpulan
1.	Ida Ayu Agung Upadianti Jayantari dan Ni Ketut Seminari (2018)	Peran Kepercayaan Memediasi Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan Mandiri <i>Mobile Banking</i> di Kota Denpasar	Kepercayaan, Persepsi Risiko, dan Niat Menggunakan <i>Mobile Banking</i>	Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap niat menggunakan. Sementara kepercayaan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan. Sehingga dapat dikatakan bahwa untuk meningkatkan niat menggunakan dapat dilakukan dengan meminimalisasi persepsi risiko dan menumbuhkan kepercayaan
2.	Andri Daisy Rahmad dkk (2017)	Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepercayaan dan Penggunaan <i>SMS</i>	Kemudahan, Kepercayaan dan	Kemudahan berpengaruh terhadap

No.	Peneliti	Judul	Variabel	Kesimpulan
		<i>Banking</i> (Studi pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya)	Penggunaan SMS Banking	kepercayaan <i>SMS banking</i> , Kemudahan dan kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan <i>SMS Banking</i>
3.	Ikhsan Toga Kharismawan dan Ibnu Widiyanto (2016)	Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenyamanan, Akestabilitas, Keamanan Penggunaan dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara E-Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Pengguna <i>Internet Banking</i> di Kota Semarang)	Kemudahan Penggunaan, Kenyamanan, Akestabilitas, Keamanan Penggunaan, Kepercayaan, dan Minat Bertransaksi Ulang Secara <i>E-Banking</i>	Kemudahan penggunaan, kenyamanan, akestabilitas, keamanan penggunaan dan kepercayaan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi ulang secara <i>e-banking</i>
4.	Muhammad Fadhli dan Rudy Fachruddin (2016)	Pengaruh Persepsi Nasabah Atas Risiko, Kepercayaan, Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan <i>Internet Banking</i> (Studi Empiris pada Nasabah Bank Umum di Kota Banda Aceh)	Persepsi atas risiko, kepercayaan, manfaat, kemudahan penggunaan, dan penggunaan <i>internet banking</i>	Persepsi kepercayaan, manfaat dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap penggunaan <i>internet banking</i> , sedangkan persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap Penggunaan <i>internet banking</i>
5.	Cahyo Wanandi Yoso Hanur (2014)	Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan <i>Online Banking</i> pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta	Kebermanfaatan, keamanan dan kemudahan	Kebermanfaatan, keamanan dan persepsi kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan <i>online banking</i> pada

No.	Peneliti	Judul	Variabel	Kesimpulan
				mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
6.	Sherly Rakhmawati dan Isharijadi (2013)	Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem <i>Internet Banking</i> pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Pembantu Madiun	Kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kenyamanan, dan minat penggunaan	Kepercayaan dan persepsi kenyamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem <i>internet banking</i> , sedangkan persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem <i>internet banking</i> . Dan seluruh variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap minat penggunaan sistem <i>internet banking</i>
7.	Okazaki, S., Mendez, F. (2013)	<i>Computers in Human Behavior Exploring Convenience in Mobile Commerce: Moderating Effects of Gender</i>	<i>Computers in human behavior exploring convenience in mobile commerce</i>	<i>Our results indicate that the link between interface design and ease of use holds a key to motivate females' use of m-commerce</i>
8.	Ina Sakinah (2011)	Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Kemudahan Dalam Transaksi dan Tingkat Keamanan Bagi Nasabah terhadap Penggunaan Layanan <i>Internet Banking</i>	Persepsi kepercayaan, kemudahan dalam transaksi dan tingkat keamanan bagi nasabah	Persepsi kepercayaan, kemudahan dalam transaksi dan tingkat keamanan bagi nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan layanan <i>internet banking</i>
9.	Muhammad Rafki Nazar (2008)	Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan dan Pengalaman Terhadap	Privasi, keamanan, kepercayaan, dan pengalaman	Privasi, keamanan, kepercayaan, dan pengalaman memberikan

No.	Peneliti	Judul	Variabel	Kesimpulan
		Niat Untuk Bertransaksi Secara <i>Online</i>		pengaruh positif terhadap niat untuk bertransaksi secara <i>online</i>

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya yaitu Muhammad Fadhli dan Rudy Fachruddin (2016) yang berjudul Pengaruh Persepsi Nasabah Atas Risiko, Kepercayaan, Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan *Internet Banking* (Studi Empiris Pada Nasabah Bank Umum Di Kota Banda Aceh). Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya karena ada beberapa perbedaan variabel yaitu pada penelitian sebelumnya menggunakan variabel risiko, kepercayaan, manfaat, dan kemudahan penggunaan terhadap *internet banking* sedangkan penelitian ini menggunakan variabel kegunaan, kemudahan, kenyamanan dan kepercayaan terhadap penggunaan *mobile banking*. Disamping itu, penelitian ini menggunakan studi kasus pada nasabah bank BRI Cabang Cik Di Tiro Yogyakarta sebagai sampel penelitian.

2.3 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2010), hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, biasanya disusun dalam bentuk kalimat pernyataan dari jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan belum didasarkan pada fakta-fakta yang empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Berdasarkan rumusan masalah yang ada, teori yang telah dikemukakan dan didukung dengan penelitian terdahulu maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Pengaruh kegunaan berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*

Menurut Ikhsan dan Ibnu (2016) kegunaan teknologi memberikan kemudahan seseorang dalam menyelesaikan tugas-tugasnya dan meningkatkan efisiensi sehingga ia mempunyai keleluasaan untuk melakukan tugas yang lainnya. *Technology Acceptance Model* (TAM) membahas tentang minat perilaku individu untuk mengadopsi bagian tertentu dari suatu teknologi ditentukan oleh sikap seseorang terhadap penggunaan teknologi tersebut. Kaitannya dengan persepsi kegunaan, sikap seseorang terhadap kegunaan suatu teknologi bergantung pada sejauh mana teknologi tersebut dapat membantu seseorang ataupun dapat meningkatkan kinerjanya. Kegunaan ialah suatu tingkat kepercayaan seseorang bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan prestasi kerja orang tersebut. Bila dikaitkan dengan *mobile banking* maka persepsi kegunaan didefinisikan sebagai persepsi para nasabah atas manfaat yang dihasilkan dari penggunaan sistem *mobile banking*. Penelitian dari Cahyo (2014), persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) merupakan *capable of being used advantageously* atau dapat digunakan untuk tujuan yang menguntungkan.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa kegunaan berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*. Sehingga, dapat diturunkan hipotesis pertama sebagai berikut:

H1: Kegunaan berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*

2. Pengaruh kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*

Technology Acceptance Model (TAM) membahas tentang minat perilaku individu untuk mengadopsi bagian tertentu dari suatu teknologi ditentukan oleh sikap seseorang terhadap penggunaan teknologi tersebut. Sikap seseorang terhadap kemudahan penggunaan suatu teknologi bergantung pada sejauh mana orang disekitarnya memberikan pengaruh terhadap individu hingga ia mudah dalam menggunakan dan mengoperasikan teknologi tersebut. M. Rafki Nazar (2008) mendefinisikan kemudahan penggunaan (*ease of use*) sebagai suatu tingkatan saat seseorang percaya bahwa teknologi dapat dengan mudah digunakan. Atas dasar definisi tersebut, kemudahan penggunaan *mobile banking* berarti kemudahan saat menggunakan layanan *mobile banking*. Menurut Ikhsan dan Ibnu (2016) kemudahan dalam bertransaksi melalui *mobile banking* dapat diartikan bahwa layanan *mobile banking* yang disediakan oleh bank mudah untuk digunakan. Mudahnya proses transaksi yang dilakukan akan membuat nasabah tertarik menggunakan layanan *mobile banking* secara berulang-ulang.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*. Sehingga, dapat diturunkan hipotesis kedua sebagai berikut:

H₂: Kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*

3. Pengaruh kenyamanan berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*

Kenyamanan merupakan kondisi dimana manusia tidak merasa terganggu dengan lingkungan sekitar dan dimana manusia merasa nyaman terhadap temperatur

iklim lingkungannya. Kenyamanan menjadi salah satu manfaat yang dirasakan penggunaan komputasi *mobile*, karena sifat *mobile* yang mudah dibawa dan dapat diakses secara langsung dan cepat. Kenyamanan dapat di definisikan sebagai aksesibilitas, dan ketersediaan dari layanan, serta fleksibel dalam lokasi dan waktu (Okazaki & Mendez, 2013).

Kenyamanan seseorang dalam menggunakan sebuah produk atau rancangan mungkin berbeda satu sama lain. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu fungsi fisik maupun persepsi masing-masing orang. Kenyamanan sangat bersifat subjektif, individual dan kompleks. Dan kenyamanan adalah suatu perasaan yang kontinum dari perasaan paling nyaman sampai dengan paling tidak nyaman, dan dinilai berdasar persepsi masing-masing individu. Sehingga untuk mengukur tingkat kenyamanan pada fasilitas publik diperlukan sebuah parameter yang dapat mengakomodasi kebutuhan banyak orang (Sherly & Isharijadi, 2013).

Technology Acceptance Model (TAM) membahas tentang *perceived ease of use* untuk mengadopsi bagian tertentu dari suatu teknologi ditentukan oleh sikap seseorang terhadap penggunaan teknologi tersebut. *Perceived ease of use* terhadap kenyamanan penggunaan suatu teknologi bergantung pada sejauh mana orang disekitarnya mendapat rasa nyaman dan aman dalam melakukan transaksi menggunakan *mobile banking*. Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa kenyamanan berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*. Sehingga, dapat diturunkan hipotesis ketiga sebagai berikut:

H₃: Kenyamanan berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*

4. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*

Kepercayaan adalah sekumpulan keyakinan yang dipegang oleh nasabah terhadap karakteristik bank dan kemungkinan perilaku nasabah bank di masa datang. Kepercayaan juga dapat diartikan sebagai hal yang diperlukan bagi pemakai sistem informasi yang baru agar *customer* merasa bahwa teknologi sistem informasi yang baru dapat meningkatkan kinerja individu dalam menjalankan kegiatannya. Kepercayaan menjadi faktor terpenting dalam membangun hubungan dalam suatu lingkungan *online* seperti *mobile banking* (Muhammad Fadhli & Rudy, 2016).

Technology Acceptance Model (TAM) membahas tentang minat perilaku individu untuk mengadopsi bagian tertentu dari suatu teknologi ditentukan oleh sikap seseorang terhadap penggunaan teknologi tersebut. Sikap seseorang terhadap kepercayaan penggunaan suatu teknologi bergantung pada sejauh mana orang disekitarnya memberikan pengaruh terhadap individu hingga ia percaya untuk menggunakan teknologi tersebut.

Pihak bank yang menawarkan layanan *mobile banking* harus bisa meyakinkan nasabahnya untuk menggunakan layanan tersebut. Tinggi rendahnya keyakinan nasabah terhadap layanan *mobile banking* akan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*. Keyakinan yang membangun kepercayaan ini akan menjadi dasar bagi nasabah untuk menentukan kebaikan dari layanan *mobile banking* yang di tawarkan. Tanggung jawab pihak bank terhadap segala resiko yang mungkin terjadi

saat melakukan transaksi online akan menjadi poin penting dalam penentuan penggunaan layanan *mobile banking*. Adanya jaminan pertanggung jawaban atas perlindungan terhadap proses transaksi dan kemampuan layanan akan membuat nasabah memiliki kepercayaan terhadap *mobile banking* (Ina Sakinah, 2011).

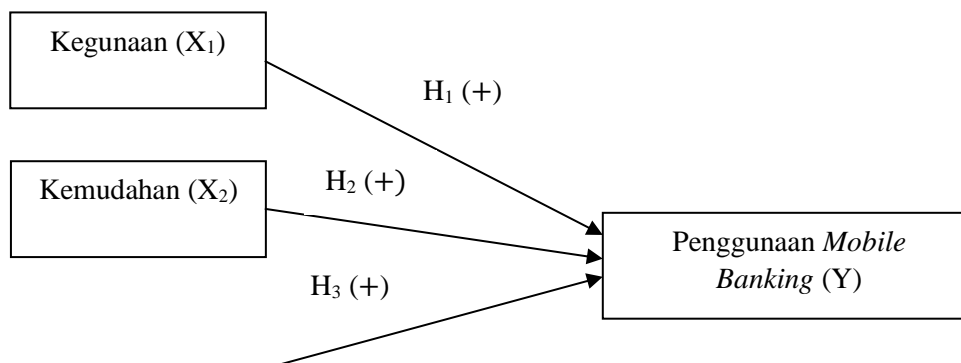
Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*. Sehingga, dapat diturunkan hipotesis keempat sebagai berikut:

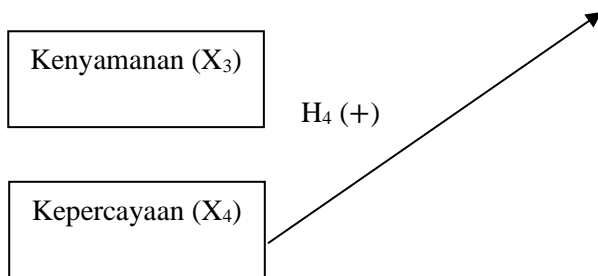
H₄: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*



2.4 Kerangka Penelitian

Berdasarkan pemikiran diatas, dapat diperjelas melalui pengaruh kegunaan, kemudahan, kenyamanan dan kepercayaan terhadap penggunaan *mobile banking* dan seperti yang ditunjukkan dalam kerangka pemikiran sebagai berikut:





Gambar 2.2

Kerangka Penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan, jadi populasi bukan hanya orang, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh

karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek itu (Sugiyono, 2010). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank BRI Cabang Cik Di Tiro Yogyakarta.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi atau jumlah lebih sedikit dari populasi (Sugiyono, 2010). Sampel penelitian ini adalah sebagian nasabah Bank BRI Cabang Cik Di Tiro Yogyakarta.

Besaran sampel merupakan banyaknya individu, subyek atau elemen dari populasinya yang diambil sebagai sampel. Berpedoman pada pendapat Fraenkel dan Wallen (Sigit, 2001) bahwa untuk penelitian survey sampel minimum adalah 100. Dengan berpedoman pada pendapat tersebut, maka dalam penelitian ini sampel diambil sebesar 120 responden dan diharapkan dapat mewakili keseluruhan populasi.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data subjek. Data subjek adalah jenis data penelitian yang berupa opini, sikap, pengalaman, atau karakteristik sekelompok orang atau seseorang yang menjadi subjek penelitian (responden). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau tidak melalui perantara (Indriantoro & Supomo,

2002). Data diperoleh melalui kuesioner yang disebar terhadap sebagian nasabah Bank BRI Cabang Cik Di Tiro Yogyakarta.

3.3 Teknik Pengumpulan Data dan Pengukuran Variabel

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini melalui kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2010). Kuesioner diberikan kepada sebagian Nasabah Bank BRI Cabang Cik Di Tiro Yogyakarta.

Skala pengukuran penelitian ini menggunakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2010). Dalam hal ini peneliti menggunakan skala Likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2010). Dalam skala Likert variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Skala Likert yang digunakan untuk mengukur variabel bebas dan variabel tidak bebas dalam penelitian ini adalah antara lain: (1) Sangat tidak setuju (2) tidak setuju, (3) netral, (4) setuju, dan (5) sangat setuju.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non random sampling* dimana peneliti tidak memberikan kesempatan yang sama pada anggota populasi untuk dijadikan anggota sampel (Sugiyono, 2010). Penggunaan *non random sampling* berdasarkan pertimbangan bahwa banyaknya jumlah anggota populasi nasabah Bank BRI Cabang Cik Di Tiro Yogyakarta sebanyak ± 2.400 nasabah. Dengan pertimbangan tersebut maka teknik sampling yang sangat mendukung digunakan adalah *accidental sampling*. Metode *sampling accidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2010). Penggunaan teknik ini dikarenakan cara pengambilan sampel dilakukan secara kebetulan ditemui ditempat penelitian dan hal ini dianggap sudah dapat mewakili sampel penelitian, sehingga mempermudah peneliti dalam pengambilan sampel, menghemat tenaga dan waktu.

3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.5.1 Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang menjadi sebab timbulnya atau berubahnya variabel yang dipengaruhi (Sugiyono, 2010). Indikator variabel bebas pada penelitian ini adalah:

- 1) Kegunaan

Variabel kegunaan dapat diukur melalui indikator sebagai berikut:

- a) Produktif
- b) Efektif
- c) Hemat waktu

Indikator-indikator tersebut diatas diadopsi dari penelitian Fadhli dan Rudi (2016).

2) Kemudahan

Variabel kemudahan dapat diukur melalui indikator sebagai berikut:

- a) Mudah dipelajari
- b) Mudah menguasai
- c) Mudah digunakan

Indikator-indikator tersebut diatas diadopsi dari penelitian Fadhli dan Rudi (2016).

3) Kenyamanan

Variabel kenyamanan dapat diukur melalui indikator sebagai berikut:

- a) Nasabah dapat mengakses *mobile banking* kapanpun
- b) Nasabah dapat mengakses *mobile banking* dimanapun
- c) Nasabah memerlukan waktu yang singkat untuk mengakses *mobile banking*

Indikator-indikator tersebut diatas diadopsi dari penelitian Dara Saputri (2017).

4) Kepercayaan

Variabel kepercayaan dapat diukur melalui indikator sebagai berikut:



- a) Kemampuan perbankan
- b) Tidak merugikan
- c) Kebaikan

Indikator-indikator tersebut diatas diadopsi dari penelitian Fadhli dan Rudi (2016).

3.5.2 Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2010). Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah penggunaan *mobile banking*. Penggunaan *mobile banking* adalah pemanfaatan teknologi layanan *mobile banking* sebagai media untuk melakukan transaksi yang berhubungan dengan transaksi perbankan. Kegiatan ini menggunakan media alat komunikasi bergerak seperti *handphone* sebagai perantara antara nasabah dengan pihak bank. Selain itu, bentuk transaksi yang dilakukan bersifat maya, atau tanpa proses *face to face*. Variabel penggunaan *mobile banking* diukur melalui indikator sebagai berikut:

- 1) Intensitas penggunaan *mobile banking* setiap hari
- 2) Penggunaan *mobile banking* untuk berbagai transaksi
- 3) Penggunaan layanan *mobile banking* yang berbeda-beda dalam menunjang kebutuhan nasabah

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis ini merupakan suatu analisis yang menguraikan data hasil penelitian tanpa melakukan pengujian meliputi data yang berkaitan dengan profil responden dan deskripsi variabel penelitian.

3.7. Pengujian Instrumen Penelitian

3.7.1 Uji Validitas

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu test dapat melakukan fungsi ukurnya semakin tepat pula alat pengukur tersebut mengenai sasaran, dan sebaliknya semakin rendah suatu alat ukur maka semakin jauh pula alat pengukurnya tersebut mengenai sasarannya. Validitas yang diuji dalam penelitian ini merupakan validitas konstruk (*construct validity*). Validitas ini merupakan konsep pengukuran validitas dengan cara menguji apakah suatu instrumen mengukur *construct* sesuai dengan yang diharapkan dan *construct* tersebut dijelaskan dalam definisi operasional variabel.

Untuk mengukur validitas kuesioner yang diberikan kepada responden maka digunakan rumus korelasi Kegunaan Moment yaitu menurut (Sugiyono, 2010). Pengujian validitas dilakukan berdasarkan analisis item yaitu mengkorelasikan skor setiap item dengan skor variabel (hasil penjumlahan seluruh skor item pertanyaan). Teknik korelasinya memakai *Pearson Correlation*, dihitung dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS versi 20. Item pertanyaan dinyatakan valid apabila memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas berarti jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Indrianto & Supomo, 2002). Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung besarnya nilai *Cronbach's Coefficient Alpha* instrumen dari masing-masing variabel yang diuji. Apabila nilai *Cronbach's Coefficient Alpha* lebih besar dari 0,6, maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan *reliabel*. Jika nilai *Cronbach's Coefficient Alpha* lebih kecil 0,6, maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan tidak *reliabel*. Semakin tinggi koefisien reliabilitas semakin reliabel jawaban yang diperoleh dari responden. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program *SPSS for Windows*.

3.8 Uji Asumsi Klasik

3.8.1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui data penelitian terdistribusi normal atau tidak. Menurut Sumanto (2014) uji normalitas data menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* dan dengan ketentuan jika nilai $\alpha \geq 0.05$ data terdistribusi normal sebaliknya apabila nilai $\alpha < 0.05$ data terdistribusi tidak normal.

3.8.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menguji model regresi apakah terjadi ketidaksamaan varians dari residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas menggunakan uji *scatterplot*. Menurut Sumanto (2014) jika ada titik-titik tertentu yang

membentuk suatu pola tertentu maka model terindikasikan heteroskedastisitas begitu juga sebaliknya.

3.8.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah ada suatu hubungan yang signifikan antara variabel bebas. Multikolinearitas terjadi apabila dua variabel bebas saling berkorelasi kuat satu sama lain. Menurut (Sumanto, 2014) uji multikolinearitas menggunakan SPSS dengan uji regresi dengan patokan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* mendekati 1 maka tidak terjadi multikolinearitas.

3.9 Pengujian Hipotesis

3.9.1 Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen dilihat berdasarkan nilai probabilitas, Agus Widarjono (2015). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan atau tidak. Hipotesis akan diterima apabila tingkat signifikan kurang dari alpha 5% (0,05). Alpha adalah batas kesalahan maksimal yang dijadikan patokan oleh peneliti. Apabila nilai signifikansi lebih kecil alpha 5% (0,05),

maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi lebih besar dari alpha 5% (0,05), maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Menurut Syamsul Hadi (2007), kriteria *P-Value* yang digunakan dapat dilihat pada tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1

Kriteria *P-Value*

<i>P-Value</i>	Arti
>10%	Tidak Signifikan
5% - 10%	Signifikan Lemah
1% - 4,99%	Signifikan Moderat
<1%	Signifikan Kuat

3.9.2 Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui kualitas keberartian regresi antara tiap-tiap variabel bebas secara serempak atau bersamaan terdapat pengaruh atau tidak terhadap variabel terikat (Syamsul Hadi, 2007). Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi α sebesar 5% (0,05).

3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (*R Square/R²*)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen, Agus Widarjono (2015).



4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan yaitu nasabah bank yang berada di Bank BRI Cabang Cik Di Tiro Yogyakarta yang sedang melakukan transaksi di bank tersebut. Teknik pengambilan sampel yaitu dengan menggunakan teknik *non random sampling*. Berikut merupakan tabel distribusi sampel yang digunakan didalam penelitian ini:

Tabel 4.1 Distribusi Sampel

Keterangan	Jumlah	Prosentase
Kuesioner yang disebar	120	100%
Kuesioner yang tidak lengkap pengisiannya	8	6,67%

Kuesioner yang digunakan	112	93,33%
--------------------------	-----	--------

Sumber: Hasil olah data primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.1 distribusi sampel diatas kuesioner yang dibagikan dengan cara peneliti menemui langsung sebagian nasabah Bank BRI Cabang Cik Di Tiro Yogyakarta dengan membagikan sebanyak 120 kuesioner sedangkan yang digunakan sebanyak 112 kuesioner sisanya 8 kuesioner tidak digunakan karena tidak lengkap dalam pengisiannya.

4.2 Teknik Analisis Data

4.2.1 Analisis Deskriptif

Berdasarkan apa yang telah dikumpulkan berupa tanggapan dari responden yang direkapitulasi, kemudian dianalisis untuk mengetahui hasil penilaian manajemen terhadap variabel penelitian. Berikut ini disajikan oleh responden hasil analisis deskriptif berdasarkan jawaban yang diberikan atas dasar pernyataan dalam kuesioner. Deskripsi statistik menggambarkan gambaran variabel secara umum yang telah diolah, antara lain: *mean*, standar deviasi, maksimum dan minimum. Analisis ini dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai sifat (karakteristik) obyek dari data tersebut:

Tabel 4.2
Hasil Deskriptif Variabel Penelitian

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kegunaan	112	2.33	5.00	4.1339	.54920
Kemudahan	112	2.33	5.00	4.3511	.56413
Kenyamanan	112	2.33	5.00	4.1995	.59450
Kepercayaan	112	2.33	5.00	4.1784	.56468
Penggunaan <i>Mobile Banking</i>	112	3.00	5.00	4.1695	.48633
Valid N (listwise)	112				

Sumber: Hasil olah data primer, 2019

Hasil analisis deskriptif pada tabel 4.2 dapat diketahui tanggapan dari 112 responden rata-rata memiliki penilaian yang tinggi terhadap kegunaan dengan rata-rata sebesar 4.1339 dan standar deviasi sebesar 0.54920. Hal ini berarti dengan menggunakan *mobile banking* dapat meningkatkan efektivitas nasabah dalam menyelesaikan transaksi, mendukung bagian terpenting dalam transaksi, membuat transaksi menjadi akurat, dapat mengakses berbagai informasi terkait transaksi perbankan, dan nasabah dapat melakukan transaksi selama 24 jam.

Hasil analisis deskriptif pada tabel 4.2 dapat diketahui tanggapan dari 112 responden rata-rata memiliki penilaian yang tinggi terhadap kemudahan dengan rata-rata sebesar 4.3511 dan standar deviasi sebesar 0.56413. Hal ini berarti nasabah merasa jelas, mudah mengerti, dan praktis ketika menggunakan *mobile banking*.

Hasil analisis deskriptif pada tabel 4.2 dapat diketahui tanggapan dari 112 responden rata-rata memiliki penilaian yang tinggi terhadap kenyamanan dengan rata-rata sebesar 4.1995 dan standar deviasi sebesar 0.59450. Hal ini berarti nasabah merasa nyaman dalam mengakses *mobile banking* kapanpun dan dimanapun, serta memerlukan waktu yang singkat untuk dapat mengakses *mobile banking*.

Hasil analisis deskriptif pada tabel 4.2 dapat diketahui tanggapan dari 112 responden rata-rata memiliki penilaian yang tinggi terhadap kepercayaan dengan rata-rata sebesar 4.1784 dan standar deviasi sebesar 0.56468. Hal ini berarti *mobile banking* yang ditawarkan pihak bank dapat dipercaya kelancarannya, fitur-fitur dalam *mobile banking* dapat dipercaya untuk bertransaksi, dan nasabah merasa aman serta nyaman.

Hasil analisis deskriptif pada tabel 4.2 dapat diketahui tanggapan dari 112 responden rata-rata memiliki penilaian yang tinggi terhadap penggunaan *mobile banking* dengan rata-rata sebesar 4.1695 dan standar deviasi sebesar 0.48633. Hal ini berarti *mobile banking* sangat sesuai dengan kebutuhan nasabah, akan sering melakukan transaksi transfer uang dan membayar tagihan dengan menggunakan *mobile banking* daripada harus mengantri di bank.

4.2.2 Analisis Klasifikasi Responden

Analisis klasifikasi responden pada penelitian ini dibedakan berdasarkan jenis kelamin, pekerjaan, dan tingkat pendidikan. Berikut adalah tabel klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Keterangan	Jumlah	Prosentase
Laki-laki	64	57%
Perempuan	48	43%
Jumlah	112	100%

Sumber: Hasil olah data primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini paling banyak adalah laki-laki yang berjumlah 64 orang atau sekitar 57% sedangkan responden perempuan berjumlah 48 orang atau sekitar 43%.

Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Prosentase
Wiraswasta	54	48%
Karyawan Swasta	20	18%
Mahasiswa	16	14%
Lainnya	22	20%
Jumlah	112	100%

Sumber: Hasil olah data primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.4 diatas dapat diketahui bahwa jenis pekerjaan responden paling banyak adalah sebagai wiraswasta sebanyak 54 responden atau sebesar 48% sedangkan paling sedikit jenis pekerjaan responden adalah sebagai mahasiswa sebanyak 16 responden atau sebesar 14%.

Tabel 4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Prosentase
SD	0	0%
SMP	3	3%
SMA	10	9%
Diploma	30	27%
Sarjana	64	57%
Lainnya	5	4%
Jumlah	112	100%

Sumber: Hasil olah data primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.5 diatas tingkat Pendidikan responden paling banyak adalah sarjana sebanyak 64 responden atau sebesar 57% dan yang paling sedikit adalah SMP sebanyak 3 responden atau sebesar 3%.

4.3 Pengujian Instrumen Penelitian

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji sejauh mana ketepatan dan ketelitian pengukur untuk menguji apa yang sedang diukur apakah valid atau tidak digunakan untuk menguji hipotesis. Untuk mengetahui suatu variabel valid dengan cara melihat nilai signifikansi masing-masing variabel dengan variabel total. Nilai signifikansi dikatakan valid jika nilai valid apabila nilai $\alpha < 0.05$. Berikut adalah tabel 4.6 hasil uji validitas:

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Kegunaan (X ₁)	X _{1.1}	0.000	Valid
	X _{1.2}	0.000	Valid
	X _{1.3}	0.000	Valid
Kemudahan (X ₂)	X _{2.1}	0.000	Valid
	X _{2.2}	0.000	Valid
	X _{2.3}	0.000	Valid
Kenyanamanan (X ₃)	X _{3.1}	0.000	Valid
	X _{3.2}	0.000	Valid
	X _{3.3}	0.000	Valid
Kepercayaan (X ₄)	X _{4.1}	0.000	Valid
	X _{4.2}	0.000	Valid
	X _{4.3}	0.000	Valid
Penggunaan <i>mobile banking</i> (Y)	Y _{1.1}	0.000	Valid
	Y _{1.2}	0.000	Valid
	Y _{1.3}	0.000	Valid

Sumber: Hasil olah data primer, 2019

Dari tabel 4.6 diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan dinyatakan valid karena nilai signifikansi nya $<0,05$. Artinya seluruh butir pertanyaan yang ada pada instrumen penelitian dapat dinyatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran mengenai konsistensi internal dari indikator-indikator sebuah konstruk yang menunjukkan derajat sampai dimana masing-masing indikator itu mengindikasikan sebuah konstruk / faktor laten yang umum. Dengan kata lain bagaimana hal-hal yang spesifik saling membantu dalam menjelaskan fenomena yang umum. Untuk menguji reliabilitas digunakan analisis *Cronbach's Coefficient Alpha*. Nilai batas yang digunakan untuk menilai sebuah tingkat reliabilitas yang dapat diterima adalah 0,6. Hasil reliabilitas dapat ditunjukkan pada tabel 4.7 berikut:

Tabel 4.7 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha (>0.6)	Batas Minimum	Keterangan
Kegunaan	0.849	0.6	Reliabel
Kemudahan	0.822	0.6	Reliabel
Kenyamanan	0.857	0.6	Reliabel
Kepercayaan	0.817	0.6	Reliabel
Penggunaan <i>mobile banking</i>	0.793	0.6	Reliabel

Sumber: Hasil olah data primer, 2019

Berdasarkan ringkasan hasil uji reliabilitas seperti yang terangkum dalam tabel 4.7 diatas, dapat diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha pada masing-masing variabel nilainya lebih besar dari 0.6. Dengan demikian semua butir pertanyaan dalam

variabel penelitian adalah handal. Sehingga butir-butir pertanyaan dalam variabel penelitian dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data digunakan untuk mengetahui apakah sebuah data sudah terdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini uji normalitas data menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* menggunakan IBM SPSS *Statistic*. Suatu data dikatakan telah terdistribusi normal apa bila nilai $\alpha \geq 0.05$. Berikut adalah hasil uji normalitas data:

**Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

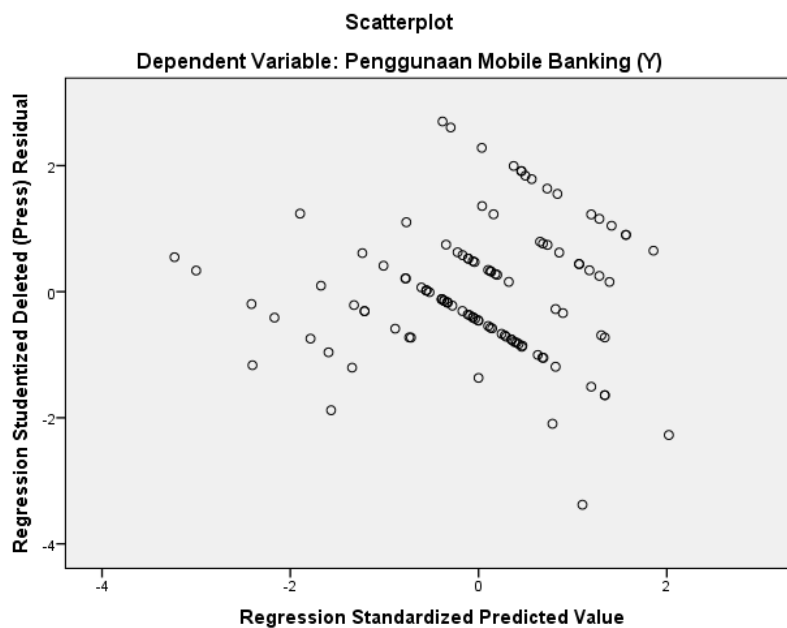
		Unstandardized Residual
N		112
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.36733831
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.066
	Negative	-.060
Kolmogorov-Smirnov Z		.703
Asymp. Sig. (2-tailed)		.706 ^{c,d}

Sumber: Hasil olah data primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.8 diatas didapatkan nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* sebesar 0,703 artinya data yang digunakan dalam penelitian ini sudah dapat memenuhi asumsi normalitas karena nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* $\geq 0,05$.

4.4.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji model regresi apakah terjadi ketidaksamaan varian dari residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan uji *scatterplot*. Jika ada titik-titik tertentu yang membentuk suatu pola tertentu maka model terindikasikan heteroskedastisitas begitu juga sebaliknya (Sumanto, 2014). Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas:



Sumber: Hasil olah data primer, 2019

Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan uji heteroskedastisitas diketahui bahwa titik-titik (data) menyebar secara merata dibawah dan diatas garis nol tidak membentuk suatu pola tertentu sehingga data bebas dari heteroskedastisitas.

4.4.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah ada suatu hubungan yang signifikan antara variabel bebas. Pada penelitian ini uji multikolinearitas menggunakan SPSS dengan uji regresi dengan patokan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Menurut (Sumanto, 2014) Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tollerance* diatas 0,10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Berikut merupakan hasil uji multikolinearitas:

Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tollerance</i>	<i>VIF</i>
Kegunaan (X_1)	0,872	1,147
Kemudahan (X_2)	0,742	1,348
Kenyamanan (X_3)	0,727	1,376
Kepercayaan (X_4)	0,777	1,286

Sumber: Hasil olah data primer, 2019

Bedasarkan tabel 4.9 diatas diketahui bahwa nilai *tollerance* masing-masing variabel diatas 0,10 dan nilai VIF masing-masing variabel kurang dari 10. Kesimpulannya dalam model regresi tidak terjadi multikolinearitas sehingga model tersebut dapat digunakan.

4.5 Pengujian Hipotesis

4.5.1 Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen dilihat berdasarkan

nilai probabilitas, Agus Widarjono (2015). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan atau tidak. Hipotesis akan diterima apabila tingkat signifikan kurang dari alpha 5% (0,05). Alpha adalah batas kesalahan maksimal yang dijadikan patokan oleh peneliti. Apabila nilai signifikansi lebih kecil alpha 5% (0,05), maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi lebih besar dari alpha 5% (0,05), maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Berikut hasil uji t dalam penelitian ini:

Tabel 4.10
Uji t

Variabel	Koef. Regresi (β)	Koef. Beta	t	Sig.
Konstanta	0.709		1.818	
Kegunaan (X_1)	0.217	0.245	3.131	0.002
Kemudahan (X_2)	0.212	0.246	2.898	0.005
Kenyamanan (X_3)	0.158	0.193	2.252	0.026
Kepercayaan (X_4)	0.235	0.272	3.289	0.001
Standar error = 0.37414				
Adjusted R Square = 0.408				
R Square = 0.429				
Multiple R = 0.655				
F hitung = 20.136				

Signifikan F	= 0.000
--------------	---------

Sumber: Hasil olah data primer, 2019

Berdasarkan hasil perhitungan yang ada pada tabel 4.10 diatas menunjukkan hasil uji t pada variabel kegunaan memiliki nilai β sebesar 0.217 dinyatakan dengan tanda positif dengan tingkat signifikan dibawah 0.05 yaitu sebesar 0.002 yang berarti bahwa variabel kegunaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*.

Hasil uji t pada variabel kemudahan memiliki nilai β sebesar 0.212 dinyatakan dengan tanda positif dengan tingkat signifikan dibawah 0.05 yaitu sebesar 0.005 yang berarti bahwa variabel kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*.

Hasil uji t pada variabel kenyamanan memiliki nilai β sebesar 0.158 dinyatakan dengan tanda positif dengan tingkat signifikan dibawah 0.05 yaitu sebesar 0.026 yang berarti bahwa variabel kenyamanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*.

Hasil uji t pada variabel kepercayaan memiliki nilai β sebesar 0.235 dinyatakan dengan tanda positif dengan tingkat signifikan dibawah 0.05 yaitu sebesar 0.001 yang berarti bahwa variabel kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*.

4.5.2 Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui kualitas keberartian regresi antara tiap-tiap variabel bebas secara serempak atau bersamaan terdapat pengaruh atau tidak terhadap variabel terikat (Syamsul Hadi, 2007). Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi α sebesar 5% (0,05).

Tabel 4.11 Uji F

ANOVA					
	<i>Df</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>
Regression	4	11.275	2.819	20.136	0.000

Sumber: Hasil olah data primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.11 model regresi ini secara umum dapat dikatakan baik karena memiliki nilai F yang tinggi yaitu 20.136 dan signifikan F yang sangat rendah yaitu 0.000. Rendahnya nilai F ini menunjukkan model yang dibangun di atas adalah model yang sangat baik karena memiliki kemungkinan kesalahan yang sangat rendah (dibawah 1%). Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah model penelitian ini layak untuk digunakan.

4.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen, Agus Widarjono (2015).

Tabel 4.12 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.655 ^a	.429	.408	0.37414

Sumber: Hasil olah data primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.12 diatas didapatkan nilai R^2 sebesar 42,9% artinya variabel penggunaan *mobile banking* (Y) dijelaskan oleh variabel kegunaan (X_1), kemudahan (X_2), kenyamanan (X_3) dan kepercayaan (X_4) sebesar 42,9% sisanya 57,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada di dalam penelitian seperti risiko, manfaat, *social influence*, kepuasan dan kualitas layanan.

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengaruh kegunaan terhadap penggunaan *mobile banking*

Hasil analisis deskriptif pada tabel 4.2 dapat diketahui tanggapan dari 112 responden rata-rata memiliki penilaian yang tinggi terhadap kegunaan dengan rata-rata sebesar 4.1339 dan standar deviasi sebesar 0.54920. Hal ini berarti dengan menggunakan *mobile banking* dapat meningkatkan efektivitas nasabah dalam menyelesaikan transaksi, mendukung bagian terpenting dalam transaksi, membuat transaksi menjadi akurat, dapat mengakses berbagai informasi terkait transaksi perbankan, dan nasabah dapat melakukan transaksi selama 24 jam.

Sedangkan berdasarkan hasil perhitungan yang ada pada tabel 4.10 diatas menunjukkan hasil uji t pada variabel kegunaan memiliki nilai β sebesar 0.217

dinyatakan dengan tanda positif dengan tingkat signifikan dibawah 0.05 yaitu sebesar 0.002 yang berarti bahwa variabel kegunaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sherly dan Isharijadi (2013) yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking* akan tetapi hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ikhsan dan Ibnu (2016) serta penelitian yang dilakukan Muhammad Fadhli dan Rudy (2016) yang menunjukkan kegunaan berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*.

4.6.2 Pengaruh kemudahan terhadap penggunaan *mobile banking*

Hasil analisis deskriptif pada tabel 4.2 dapat diketahui tanggapan dari 112 responden rata-rata memiliki penilaian yang tinggi terhadap kemudahan dengan rata-rata sebesar 4.3511 dan standar deviasi sebesar 0.56413. Hal ini berarti nasabah merasa jelas, mudah mengerti, dan praktis ketika menggunakan *mobile banking*.

Sedangkan berdasarkan hasil perhitungan yang ada pada tabel 4.10 diatas menunjukkan hasil uji t pada variabel kemudahan memiliki nilai β sebesar 0.212 dinyatakan dengan tanda positif dengan tingkat signifikan dibawah 0.05 yaitu sebesar 0.005 yang berarti bahwa variabel kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Fadhli dan Rudy (2016) serta Ikhsan dan Ibnu (2016) yang menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*.

4.6.3 Pengaruh kenyamanan terhadap penggunaan *mobile banking*

Hasil analisis deskriptif pada tabel 4.2 dapat diketahui tanggapan dari 112 responden rata-rata memiliki penilaian yang tinggi terhadap kenyamanan dengan rata-rata sebesar 4.1995 dan standar deviasi sebesar 0.59450. Hal ini berarti nasabah merasa nyaman dalam mengakses *mobile banking* kapanpun dan dimanapun, serta memerlukan waktu yang singkat untuk dapat mengakses *mobile banking*.

Sedangkan berdasarkan hasil perhitungan yang ada pada tabel 4.10 di atas menunjukkan hasil uji t pada variabel kenyamanan memiliki nilai β sebesar 0.158 dinyatakan dengan tanda positif dengan tingkat signifikan dibawah 0.05 yaitu sebesar 0.026 yang berarti bahwa variabel kenyamanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sherly dan Isharijadi (2013) serta Ikhsan dan Ibnu (2016) yang menyatakan bahwa kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*.

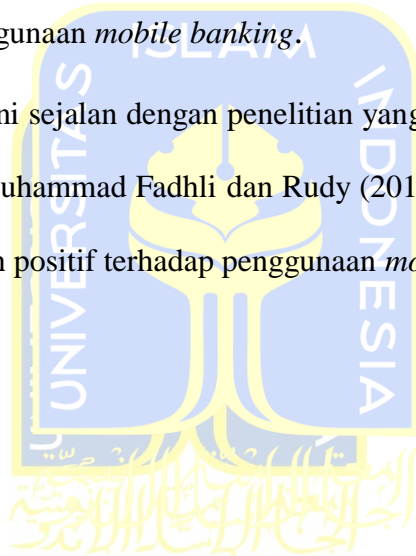
4.6.4 Pengaruh kepercayaan terhadap penggunaan *mobile banking*

Hasil analisis deskriptif pada tabel 4.2 dapat diketahui tanggapan dari 112 responden rata-rata memiliki penilaian yang tinggi terhadap kepercayaan dengan rata-rata sebesar 4.1784 dan standar deviasi sebesar 0.56468. Hal ini berarti *mobile banking*

yang ditawarkan pihak bank dapat dipercaya kelancarannya, fitur-fitur dalam *mobile banking* dapat dipercaya untuk bertransaksi, dan nasabah merasa aman serta nyaman.

Sedangkan berdasarkan hasil perhitungan yang ada pada tabel 4.10 di atas menunjukkan hasil uji t pada variabel kepercayaan memiliki nilai β sebesar 0.235 dinyatakan dengan tanda positif dengan tingkat signifikan dibawah 0.05 yaitu sebesar 0.001 yang berarti bahwa variabel kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sherly dan Isharijadi (2013) serta Muhammad Fadhli dan Rudy (2016) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, analisis serta pembahasan mengenai pengaruh kegunaan, kemudahan, kenyamanan, dan kepercayaan terhadap penggunaan *mobile banking* maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis data menunjukkan bahwa kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*. Ini artinya semakin baik kegunaan pada *mobile banking* maka persepsi kegunaan pada *mobile banking* akan semakin meningkat.
2. Hasil analisis data menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*. Hal ini berarti nasabah merasa jelas, mudah mengerti, dan praktis ketika menggunakan *mobile banking*.

3. Hasil analisis data menunjukkan bahwa kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*. Hal ini berarti nasabah merasa nyaman dalam mengakses *mobile banking* kapanpun dan dimanapun, serta memerlukan waktu yang singkat untuk dapat mengakses *mobile banking*.
4. Hasil analisis data menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*. Hal ini berarti *mobile banking* yang ditawarkan pihak bank dapat dipercaya kelancarannya, fitur-fitur dalam *mobile banking* dapat dipercaya untuk bertransaksi, dan nasabah merasa aman serta nyaman.

5.2 Keterbatasan

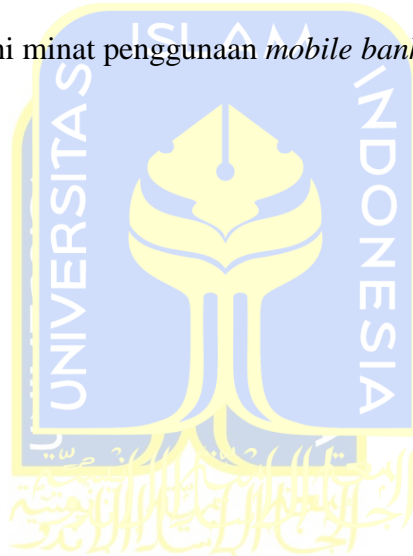
Peneliti memiliki beberapa keterbatasan diantaranya:

1. Dalam penelitian ini, responden yang digunakan hanya pada nasabah di Bank BRI Cabang Cik Di Tiro Yogyakarta saja, sehingga hasilnya belum dapat menggambarkan nasabah secara umum dalam menggunakan *mobile banking*.
2. Penelitian ini menggambarkan empat faktor sebagai variabel bebas yaitu kegunaan, kemudahan, kenyamanan dan kepercayaan yang diteliti, sehingga masih terdapat faktor lain yang belum dipertimbangkan.

5.3 Saran

Berdasarkan keterbatasan peneliti diatas maka ada beberapa saran yang direkomendasikan oleh peneliti untuk penelitian selanjutnya yaitu:

1. Memperluas target responden sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan untuk seluruh pengguna *mobile banking* di D.I.Yogyakarta.
2. Menambah variabel lain yang diduga sebagai faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi minat penggunaan *mobile banking*.



DAFTAR REFERENSI

- Adams, D.A., Nelson, R.R., Todd, P.A. 1992. Percieved Usefulness, Ease of Use, and Usage of Information Technology. *A Replication*, pp 227-247.
- Andri DR, Endang SA, Riyadi., 2017. Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepercayaan Dan Penggunaan Sms Banking (Studi pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 43 No.1.
- Anwar, Rosian dan Wijaya Adidarma. 2016. Pengaruh Kepercayaan dan Resiko Pada Minat Belanja Online. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 4(2), hal:165-166.
- Azwar, Saifuddin. 2002. *Sikap Manusia dan Pengukurannya*. Jakarta : Pustaka Pelajar.
- Cahyo, Wanardi Yoso Hanur, 2014. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Skripsi Tidak Dipublikasikan*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Davis, F. D. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Acceptance of Information System Technology. *MIS Quarterly*, Vol.13, No.3, pp 319-340.
- Fadhli, M. dan Fachruddin, R. (2016) '(Studi Empiris pada Nasabah Bank Umum di Kota Banda Aceh)' *Manfaat, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap*

Penggunaan Internet Banking. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA), 1(2),pp. 264-276.

Ghozali, Imam, “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*”, Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2003.

Hadi, Syamsul, “*Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Akuntansi dan Keuangan*”, Yogyakarta: Ekonisia, 2009.

Hanafi, M Mamduh. 2009. *Manajemen Risiko*. Yogyakarta. Rumah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

Hartono, Jogyanto. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE Universitas Gajah Mada.

Ida AAUJ dan Ni Ketut S., 2018. Peran Kepercayaan Memediasi Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan *Mandiri Mobile Banking* Di Kota Denpasar, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 5, ISSN : 2302-8912.

Ikhsan TK dan Ibnu W., 2016. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenyamanan Akestabilitas, Keamanan Penggunaan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara E-Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Pengguna Internet Banking di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*. Volume 5, Nomor 1.

Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo, 2002, *Metode Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen*. Edisi 1, Yogyakarta : BPFE.

Jogyanto. 2007. *Sistem Teknologi Keperilakuan*. Yogyakarta : Andi.

Kim, D.J., Ferrin, D. L., dan Rao, H. R. 2008. A Trust-Based Consumer Decision-Making Model in Electronic Commerce: The Role of Trust, Perceived Risk, and Their Antecedents. *Decision Support Systems Journal*, 4(4), pp:544-564.

Kolcaba, Katherine. (2003). *Comfort Theory And Practice: A Vision For Holistic Health Care And Research*: New York: Spinger Publishing Company.

- Mahardika dan Basuki. 2011. Factor Determining Acceptance Level of Internet Banking implementation. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*: 169.
- McKnight, D. H., & N. L. Chervany. 2001. What Trust Means in E-Commerce Customer Relationship: An Interdisciplinary Conceptual Typology. *Journal of Electronic E-Commerce*.
- McCormick, Sanders. S, Mark dan Ernest J. 1993. Human Factor in Engineering and Desain. Singapore: McGraw-Hill Inc.
- Muhammad F dan Rudy F., 2016. Pengaruh Persepsi Nasabah Atas Risiko, Kepercayaan, Manfaat, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan *Internet Banking* (Studi Empiris pada Nasabah Bank Umum di Kota Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*. Vol. 1, No. 2.
- Murwatiningsih. dan E.P.Apriliani. 2013. Pengaruh Risiko Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 4(2), hal:184-191.
- Nazar dan Syahrani. 2008. Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan, dan Pengalaman terhadap Niat untuk Bertransaksi secara Online. *Jurnal Manajemen Universitas Gajahmada Yogyakarta*, hal:2-60.
- Nurastuti, Wiji. 2011. *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Oleysker. 2006 Exploring Marketing Strategies For Building Trust, *Innovative Marketing*, Vol. 2 No.1.
- Oborne, David J. (1995). *Ergonomic at Work*. Third Edition. England: John Wiley and Sons Ltd.
- Okazaki, S., & Mendez, F. (2013). Computers in Human Bahavior Exploring convenience in mobile commerce : Moderating effects of gender. *Computers in Human Bahavior*, 29(3), 1234-1242.
- Pavlou, P. dan Fygenon M. 2006. Understanding and Predicting Electronic Commerce Adoption : An Extension of the Theory of Planned

Behavior. *Management Information Systems Research Center, University of Minnesota*. 30(1), pp:115-143.

- Pratiwi, Devvy Pisheila, 2012. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Pengalaman Terhadap Perilaku Penggunaan Mobile Banking Dengan Dimediasi Niat Menggunakan *Mobile Banking* Nasabah BCA Di Surabaya, *Jurnal Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas. Surabaya*, hal:1-136.
- Rahadi, D. R. 2007. Peranan Teknologi Informasi dalam Peningkatan Pelayanan Sektor Publik. Yogyakarta: *Jurnal Amikom*. ISSN : 1978 – 9777.
- Sakinah, Ina, “Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Kemudahan Dalam Transaksi dan Tingkat Keamanan Bagi Nasabah Terhadap Penggunaan Layanan Internet Banking”, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2011.
- Samadi, Mansour dan Ali Yaghoob-Nejadi 2009. A Survey of the Effect of Consumers’ Perceived Risk on Niat menggunakan. *E-Shopping, Business Intelligence Journal*, 2(2), pp: 1-45.
- Sherly R dan Isharijadi. 2013. Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem *Internet Banking* Pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Pembantu Madiun. *ASSETS : Jurnal Akuntansi dan Pendidikan*, Volume 2, Nomor 2.
- Slameto. 1995. *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT.Rineka Cipta.
- Sugiyono, 2010, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Cetakan Kelima, Bandung: Alfabeta.
- Suhir, Suyadi dan Riyadi. 2014. Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* (Survei Terhadap Pengguna. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 8(1), hal:9-10.
- Sumanato, M. A. (2014). *Statistika Terapan*. Yogyakarta: Center of Academic.
- Tampubolon, P. Manahan, 2004, *Manajemen Operasional*, Edisi Pertama. Jakarta: Ghalia.

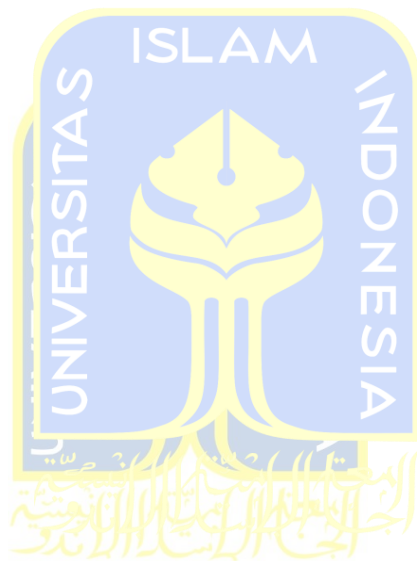
Vebrika ST, Helza. 2007. Pengaruh Kualitas Jasa Internet Banking Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Universitas Gunadarma*, hal:1-18.

Vekantesh, M.G. Moris G.B. Davis F.D. Davis. 2003. User Acceptance of Information Technology: *Toward Unified View*, *MIS Quarterly*, Vol.27, pp 425-478.

Witherington HC. 1999. *Psikolog Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.

Yudha, Hafid Nur. 2015. Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah Perbankan Terhadap Internet Banking Adoption (Studi Pada Nasabah Perbankan Yang Menggunakan Internet Banking Di Kota Surakarta). *Jurnal Akuntansi*, ISSN:2337-3806. Volume 4, Nomor 4.





LAMPIRAN



Kepada:

Yth Bapak/Ibu/Saudara/i.

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penelitian yang dilakukan sebagai penunjang skripsi yang berjudul “**PENGARUH KEGUNAAN, KEMUDAHAN, KENYAMANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP PENGGUNAAN *MOBILE BANKING***” yang disusun sebagai salah satu syarat kelulusan program S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta. Kami memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner yang terlampir berikut ini. Kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner ini sangat berharga bagi keberhasilan penelitian ini dan seluruh jawaban Bapak/Ibu/Saudara/i akan dirahasiakan.

Atas bantuan dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i, kami ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, April 2019

Peneliti

Nisa Rahmawati



Kemudahan

No.	Pertanyaan	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5
4.	Mempelajari dalam mengoperasikan <i>mobile banking</i> sangat mudah bagi anda					
5.	Anda tidak menemukan kesulitan untuk menguasai penggunaan <i>mobile banking</i>					
6.	<i>Mobile banking</i> mudah digunakan dalam penggunaannya					

Kenyamanan

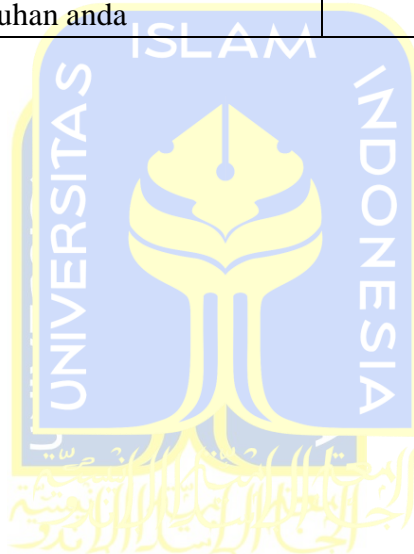
No.	Pertanyaan	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5
7.	Anda dapat mengakses <i>mobile banking</i> kapanpun yang anda inginkan					
8.	Anda dapat mengakses <i>mobile banking</i> dimanapun anda berada					
9.	Penggunaan <i>mobile banking</i> memerlukan waktu yang singkat untuk mengaksesnya					

Kepercayaan

No.	Pertanyaan	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5
10.	Anda tidak khawatir memberikan informasi keuangan bila bertransaksi melalui <i>mobile banking</i>					
11.	Anda percaya sistem <i>mobile banking</i> melindungi data pribadi anda					
12.	Anda percaya sistem <i>mobile banking</i> memberikan fasilitas dengan baik					

Penggunaan *mobile banking*

No.	Pertanyaan	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5
13.	Anda bertransaksi melalui <i>mobile banking</i> setiap hari					
14.	Anda menggunakan <i>mobile banking</i> untuk berbagai transaksi (seperti: pembayaran, penjualan pembelian dll)					
15.	Anda menggunakan layanan <i>mobile banking</i> yang berbeda-beda untuk menunjang kebutuhan anda					



LAMPIRAN 2
Data Variabel Kegunaan

Kegunaan					
Responden	KGN 1	KGN 2	KGN 3	Total	Rata-Rata
1	4	4	4	12	4.00
2	3	3	4	10	3.33
3	4	4	4	12	4.00
4	4	4	4	12	4.00
5	4	5	4	13	4.33
6	3	4	3	10	3.33
7	4	4	4	12	4.00
8	3	3	3	9	3.00
9	3	4	4	11	3.67
10	3	4	3	10	3.33
11	3	3	4	10	3.33
12	4	4	4	12	4.00
13	4	4	5	13	4.33
14	4	4	4	12	4.00
15	3	4	4	11	3.67
16	4	4	5	13	4.33
17	5	5	5	15	5.00
18	4	4	4	12	4.00
19	3	3	3	9	3.00
20	4	5	5	14	4.67
21	4	4	4	12	4.00
22	4	4	4	12	4.00
23	5	5	5	15	5.00
24	4	4	4	12	4.00
25	4	4	4	12	4.00
26	3	3	3	9	3.00
27	4	5	5	14	4.67
28	4	4	4	12	4.00
29	4	4	4	12	4.00
30	4	4	4	12	4.00

Kegunaan					
Responden	KG N 1	KG N 2	KG N 3	Total	Rata-Rata
31	5	5	4	14	4.67
32	4	4	4	12	4.00
33	4	4	4	12	4.00
34	3	4	4	11	3.67
35	3	3	4	10	3.33
36	4	4	4	12	4.00
37	4	4	5	13	4.33
38	4	4	4	12	4.00
39	3	4	4	11	3.67
40	4	5	5	14	4.67
41	4	4	4	12	4.00
42	4	4	4	12	4.00
43	4	4	4	12	4.00
44	4	4	4	12	4.00
45	4	4	4	12	4.00
46	4	4	4	12	4.00
47	3	4	3	10	3.33
48	5	5	5	15	5.00
49	4	4	4	12	4.00
50	4	5	5	14	4.67
51	4	5	5	14	4.67
52	5	5	5	15	5.00
53	5	5	5	15	5.00
54	4	4	5	13	4.33
55	5	5	5	15	5.00
56	4	4	3	11	3.67
57	5	5	5	15	5.00
58	4	5	5	14	4.67
59	4	5	4	13	4.33
60	4	4	4	12	4.00
61	4	4	3	11	3.67
62	4	3	4	11	3.67
63	4	5	5	14	4.67

Kegunaan					
Responden	KG N 1	KG N 2	KG N 3	Total	Rata-Rata
64	4	4	4	12	4.00
65	4	3	4	11	3.67
66	4	5	4	13	4.33
67	4	4	4	12	4.00
68	5	4	4	13	4.33
69	4	5	5	14	4.67
70	4	4	4	12	4.00
71	5	5	5	15	5.00
72	2	2	3	7	2.33
73	5	4	4	13	4.33
74	5	4	5	14	4.67
75	3	3	3	9	3.00
76	4	4	5	13	4.33
77	5	5	5	15	5.00
78	4	5	4	13	4.33
79	4	4	4	12	4.00
80	4	3	5	12	4.00
81	4	5	4	13	4.33
82	4	4	4	12	4.00
83	5	5	4	14	4.67
84	4	4	4	12	4.00
85	4	4	4	12	4.00
86	4	4	4	12	4.00
87	3	4	4	11	3.67
88	4	4	4	12	4.00
89	5	5	5	15	5.00
90	4	4	4	12	4.00
91	5	5	5	15	5.00
92	4	4	4	12	4.00
93	4	4	4	12	4.00
94	4	4	4	12	4.00
95	4	4	4	12	4.00
96	4	4	4	12	4.00

Kegunaan					
Responden	KG N 1	KG N 2	KG N 3	Total	Rata-Rata
97	4	4	4	12	4.00
98	4	4	4	12	4.00
99	4	4	4	12	4.00
100	5	5	5	15	5.00
101	3	3	4	10	3.33
102	5	5	5	15	5.00
103	4	3	3	10	3.33
104	3	4	4	11	3.67
105	5	5	5	15	5.00
106	5	5	5	15	5.00
107	4	5	5	14	4.67
108	5	5	5	15	5.00
109	3	4	4	11	3.67
110	4	4	5	13	4.33
111	4	4	5	13	4.33
112	5	5	5	15	5.00
				Rata-Rata	4.13

LAMPIRAN 3
Data Variabel Kemudahan

Kemudahan					
Responden	KMD 1	KMD 2	KMD 3	Total	Rata-Rata
1	4	4	5	13	4.33
2	5	5	5	15	5.00
3	4	5	5	14	4.67
4	5	5	5	15	5.00
5	5	5	4	14	4.67
6	4	4	4	12	4.00
7	5	5	5	15	5.00
8	4	4	4	12	4.00
9	5	5	5	15	5.00
10	4	4	3	11	3.67
11	2	4	3	9	3.00
12	4	4	4	12	4.00
13	4	4	4	12	4.00
14	5	4	4	13	4.33
15	5	5	5	15	5.00
16	5	5	5	15	5.00
17	4	4	4	12	4.00
18	4	4	4	12	4.00
19	4	3	4	11	3.67
20	5	4	5	14	4.67
21	5	5	4	14	4.67
22	4	4	4	12	4.00
23	5	5	5	15	5.00
24	5	4	4	13	4.33
25	4	4	4	12	4.00
26	4	5	4	13	4.33
27	5	5	5	15	5.00
28	4	4	4	12	4.00

Kemudahan					
Responden	KMD 1	KMD 2	KMD 3	Total	Rata-Rata
29	5	5	5	15	5.00
30	5	4	4	13	4.33
31	4	5	4	13	4.33
32	4	3	4	11	3.67
33	4	4	4	12	4.00
34	4	4	4	12	4.00
35	5	4	4	13	4.33
36	4	3	4	11	3.67
37	4	4	4	12	4.00
38	4	4	4	12	4.00
39	5	5	4	14	4.67
40	5	5	4	14	4.67
41	3	4	4	11	3.67
42	4	4	4	12	4.00
43	4	4	5	13	4.33
44	4	4	4	12	4.00
45	5	5	5	15	5.00
46	4	4	5	13	4.33
47	4	4	5	13	4.33
48	5	5	5	15	5.00
49	5	4	4	13	4.33
50	5	5	5	15	5.00
51	5	4	5	14	4.67
52	5	4	4	13	4.33
53	5	5	5	15	5.00
54	4	4	4	12	4.00
55	5	5	5	15	5.00
56	5	5	5	15	5.00
57	5	5	5	15	5.00
58	5	5	5	15	5.00
59	5	4	5	14	4.67
60	4	4	4	12	4.00
61	5	5	5	15	5.00

Kemudahan					
Responden	KMD 1	KMD 2	KMD 3	Total	Rata-Rata
62	4	4	4	12	4.00
63	5	4	4	13	4.33
64	4	4	4	12	4.00
65	5	5	5	15	5.00
66	5	5	5	15	5.00
67	3	4	4	11	3.67
68	4	4	5	13	4.33
69	5	5	5	15	5.00
70	4	4	4	12	4.00
71	4	4	4	12	4.00
72	2	3	3	8	2.67
73	4	3	3	10	3.33
74	4	4	4	12	4.00
75	2	2	3	7	2.33
76	5	5	4	14	4.67
77	4	4	4	12	4.00
78	5	5	5	15	5.00
79	5	5	5	15	5.00
80	5	4	4	13	4.33
81	5	5	5	15	5.00
82	5	5	5	15	5.00
83	5	5	5	15	5.00
84	5	4	4	13	4.33
85	4	4	4	12	4.00
86	4	4	4	12	4.00
87	4	5	4	13	4.33
88	4	4	4	12	4.00
89	4	4	5	13	4.33
90	5	5	4	14	4.67
91	5	5	5	15	5.00
92	5	4	4	13	4.33
93	5	4	5	14	4.67
94	4	5	4	13	4.33

Kemudahan					
Responden	KMD 1	KMD 2	KMD 3	Total	Rata-Rata
95	3	2	2	7	2.33
96	4	4	4	12	4.00
97	5	5	5	15	5.00
98	5	5	3	13	4.33
99	5	5	5	15	5.00
100	4	4	4	12	4.00
101	4	4	4	12	4.00
102	4	5	5	14	4.67
103	5	4	3	12	4.00
104	5	5	5	15	5.00
105	4	4	4	12	4.00
106	5	4	3	12	4.00
107	5	4	4	13	4.33
108	5	5	5	15	5.00
109	5	5	4	14	4.67
110	4	4	4	12	4.00
111	4	4	4	12	4.00
112	5	4	5	14	4.67
				Rata-Rata	4.35

LAMPIRAN 4
Data Variabel Kenyamanan

Kenyamanan					
Responden	KYM 1	KYM 2	KYM 3	Total	Rata-Rata
1	5	4	4	13	4.33
2	4	4	4	12	4.00
3	5	5	5	15	5.00
4	4	5	5	14	4.67
5	4	5	4	13	4.33
6	4	4	4	12	4.00
7	5	5	5	15	5.00
8	4	4	4	12	4.00
9	5	4	4	13	4.33
10	4	4	4	12	4.00
11	3	3	3	9	3.00
12	4	4	4	12	4.00
13	5	5	4	14	4.67
14	5	5	5	15	5.00
15	5	4	4	13	4.33
16	4	4	4	12	4.00
17	4	4	3	11	3.67
18	3	4	4	11	3.67
19	4	4	4	12	4.00
20	4	4	4	12	4.00
21	4	5	5	14	4.67
22	4	4	4	12	4.00
23	4	4	4	12	4.00
24	4	4	4	12	4.00
25	5	4	3	12	4.00
26	4	4	4	12	4.00
27	5	5	4	14	4.67
28	3	3	4	10	3.33
29	4	4	4	12	4.00
30	4	4	4	12	4.00

Kenyamanan					
Responden	KYM 1	KYM 2	KYM 3	Total	Rata-Rata
31	5	5	5	15	5.00
32	5	5	5	15	5.00
33	5	4	4	13	4.33
34	4	4	4	12	4.00
35	4	5	5	14	4.67
36	5	5	5	15	5.00
37	4	4	4	12	4.00
38	4	4	5	13	4.33
39	4	4	4	12	4.00
40	5	4	5	14	4.67
41	3	2	3	8	2.67
42	4	4	4	12	4.00
43	5	5	5	15	5.00
44	3	3	3	9	3.00
45	4	4	4	12	4.00
46	5	4	5	14	4.67
47	5	5	5	15	5.00
48	5	5	4	14	4.67
49	3	3	3	9	3.00
50	5	5	5	15	5.00
51	4	4	3	11	3.67
52	4	4	4	12	4.00
53	5	5	5	15	5.00
54	4	3	4	11	3.67
55	5	4	4	13	4.33
56	5	5	5	15	5.00
57	4	4	5	13	4.33
58	5	5	5	15	5.00
59	5	5	5	15	5.00
60	4	5	5	14	4.67
61	4	4	4	12	4.00
62	5	5	5	15	5.00
63	4	4	4	12	4.00

Kenyamanan					
Responden	KYM 1	KYM 2	KYM 3	Total	Rata-Rata
64	5	5	5	15	5.00
65	4	4	4	12	4.00
66	5	5	5	15	5.00
67	5	4	4	13	4.33
68	4	4	4	12	4.00
69	5	5	5	15	5.00
70	4	5	4	13	4.33
71	5	5	4	14	4.67
72	4	3	4	11	3.67
73	4	3	4	11	3.67
74	4	4	4	12	4.00
75	3	4	4	11	3.67
76	5	4	5	14	4.67
77	4	4	4	12	4.00
78	4	4	5	13	4.33
79	4	5	5	14	4.67
80	5	4	4	13	4.33
81	5	5	5	15	5.00
82	4	3	4	11	3.67
83	5	4	4	13	4.33
84	5	5	5	15	5.00
85	4	4	5	13	4.33
86	4	4	5	13	4.33
87	5	5	5	15	5.00
88	4	4	4	12	4.00
89	5	5	4	14	4.67
90	4	4	4	12	4.00
91	4	4	4	12	4.00
92	4	3	3	10	3.33
93	4	4	4	12	4.00
94	5	4	4	13	4.33
95	3	3	3	9	3.00
96	3	4	4	11	3.67

Kenyamanan					
Responden	KYM 1	KYM 2	KYM 3	Total	Rata-Rata
97	5	5	5	15	5.00
98	3	3	3	9	3.00
99	5	5	5	15	5.00
100	4	4	4	12	4.00
101	4	4	4	12	4.00
102	5	5	5	15	5.00
103	2	2	3	7	2.33
104	4	4	4	12	4.00
105	4	4	4	12	4.00
106	3	4	3	10	3.33
107	4	3	4	11	3.67
108	3	4	3	10	3.33
109	4	4	5	13	4.33
110	4	4	4	12	4.00
111	4	3	4	11	3.67
112	3	3	4	10	3.33
				Rata-Rata	4.20

LAMPIRAN 5
Data Variabel Kepercayaan

Kepercayaan					
Responden	KPC 1	KPC 2	KPC 3	Total	Rata-Rata
1	5	5	5	15	5.00
2	4	4	4	12	4.00
3	4	5	4	13	4.33
4	4	4	5	13	4.33
5	4	4	4	12	4.00
6	4	5	4	13	4.33
7	5	5	5	15	5.00
8	4	4	4	12	4.00
9	5	5	5	15	5.00
10	4	5	5	14	4.67
11	4	3	4	11	3.67
12	4	4	4	12	4.00
13	4	4	5	13	4.33
14	5	5	5	15	5.00
15	4	4	5	13	4.33
16	5	5	5	15	5.00
17	4	4	4	12	4.00
18	4	4	4	12	4.00
19	4	4	5	13	4.33
20	4	4	4	12	4.00
21	4	4	5	13	4.33
22	4	4	4	12	4.00
23	5	5	4	14	4.67
24	4	5	4	13	4.33
25	4	5	5	14	4.67
26	5	4	4	13	4.33
27	5	5	4	14	4.67
28	4	4	4	12	4.00
29	3	3	4	10	3.33
30	4	4	4	12	4.00

Kepercayaan					
Responden	KPC 1	KPC 2	KPC 3	Total	Rata-Rata
31	3	4	4	11	3.67
32	3	4	4	11	3.67
33	4	4	4	12	4.00
34	4	4	4	12	4.00
35	5	5	4	14	4.67
36	4	4	4	12	4.00
37	4	4	4	12	4.00
38	5	4	5	14	4.67
39	5	5	4	14	4.67
40	4	4	4	12	4.00
41	3	3	3	9	3.00
42	4	4	4	12	4.00
43	4	5	4	13	4.33
44	3	3	3	9	3.00
45	5	4	4	13	4.33
46	4	4	4	12	4.00
47	5	4	5	14	4.67
48	5	5	5	15	5.00
49	4	3	3	10	3.33
50	4	4	3	11	3.67
51	4	4	5	13	4.33
52	5	5	4	14	4.67
53	5	5	5	15	5.00
54	5	5	4	14	4.67
55	5	4	4	13	4.33
56	4	4	4	12	4.00
57	4	4	5	13	4.33
58	5	4	4	13	4.33
59	5	4	5	14	4.67
60	4	3	5	12	4.00
61	4	4	4	12	4.00
62	5	5	5	15	5.00
63	5	5	5	15	5.00

Kepercayaan					
Responden	KPC 1	KPC 2	KPC 3	Total	Rata-Rata
64	4	4	4	12	4.00
65	4	3	3	10	3.33
66	5	5	5	15	5.00
67	4	4	5	13	4.33
68	4	4	4	12	4.00
69	4	3	4	11	3.67
70	4	4	4	12	4.00
71	4	4	4	12	4.00
72	4	3	3	10	3.33
73	3	3	3	9	3.00
74	4	4	5	13	4.33
75	4	3	3	10	3.33
76	4	4	5	13	4.33
77	3	3	4	10	3.33
78	4	4	4	12	4.00
79	5	5	5	15	5.00
80	4	4	4	12	4.00
81	5	5	5	15	5.00
82	4	4	3	11	3.67
83	4	4	4	12	4.00
84	4	5	5	14	4.67
85	4	4	4	12	4.00
86	5	5	4	14	4.67
87	5	4	4	13	4.33
88	4	5	5	14	4.67
89	5	5	5	15	5.00
90	5	4	4	13	4.33
91	5	4	5	14	4.67
92	2	2	3	7	2.33
93	4	4	4	12	4.00
94	4	5	5	14	4.67
95	4	3	4	11	3.67
96	4	3	3	10	3.33

Kepercayaan					
Responden	KPC 1	KPC 2	KPC 3	Total	Rata-Rata
97	5	5	5	15	5.00
98	3	3	3	9	3.00
99	5	5	5	15	5.00
100	4	4	4	12	4.00
101	4	4	4	12	4.00
102	4	4	4	12	4.00
103	4	4	5	13	4.33
104	3	2	2	7	2.33
105	4	4	4	12	4.00
106	4	4	5	13	4.33
107	4	4	4	12	4.00
108	4	4	4	12	4.00
109	4	4	4	12	4.00
110	4	4	4	12	4.00
111	4	5	5	14	4.67
112	5	5	4	14	4.67
				Rata-Rata	4.18

LAMPIRAN 6
Data Variabel Penggunaan *Mobile Banking*

<i>Penggunaan Mobile Banking</i>					
Responden	PMB 1	PMB 2	PMB 3	Total	Rata-Rata
1	5	5	5	15	5.00
2	4	4	5	13	4.33
3	4	4	4	12	4.00
4	4	5	5	14	4.67
5	4	4	4	12	4.00
6	4	5	4	13	4.33
7	4	4	4	12	4.00
8	4	4	4	12	4.00
9	3	4	4	11	3.67
10	4	3	4	11	3.67
11	4	3	3	10	3.33
12	4	4	4	12	4.00
13	4	4	4	12	4.00
14	5	4	4	13	4.33
15	4	4	4	12	4.00
16	5	5	4	14	4.67
17	4	4	4	12	4.00
18	4	4	3	11	3.67
19	4	4	3	11	3.67
20	4	4	4	12	4.00
21	4	4	4	12	4.00
22	4	4	4	12	4.00
23	5	5	4	14	4.67
24	4	4	4	12	4.00
25	4	4	5	13	4.33
26	4	4	4	12	4.00
27	5	5	4	14	4.67
28	4	4	3	11	3.67
29	5	5	5	15	5.00

Penggunaan <i>Mobile Banking</i>					
Responden	PMB 1	PMB 2	PMB 3	Total	Rata-Rata
30	4	4	4	12	4.00
31	5	5	5	15	5.00
32	4	4	4	12	4.00
33	4	4	4	12	4.00
34	4	4	4	12	4.00
35	5	5	5	15	5.00
36	4	4	4	12	4.00
37	4	4	4	12	4.00
38	4	4	5	13	4.33
39	5	5	4	14	4.67
40	4	4	4	12	4.00
41	4	3	3	10	3.33
42	4	4	4	12	4.00
43	4	4	4	12	4.00
44	4	3	3	10	3.33
45	4	4	4	12	4.00
46	4	4	4	12	4.00
47	4	5	4	13	4.33
48	5	5	5	15	5.00
49	4	3	4	11	3.67
50	4	4	4	12	4.00
51	4	4	4	12	4.00
52	5	5	5	15	5.00
53	4	4	4	12	4.00
54	4	4	4	12	4.00
55	4	4	4	12	4.00
56	4	4	4	12	4.00
57	5	5	5	15	5.00
58	4	5	4	13	4.33
59	3	4	3	10	3.33
60	4	4	5	13	4.33
61	4	4	4	12	4.00

Penggunaan <i>Mobile Banking</i>					
Responden	PMB 1	PMB 2	PMB 3	Total	Rata-Rata
62	5	5	5	15	5.00
63	5	5	4	14	4.67
64	4	4	4	12	4.00
65	4	4	4	12	4.00
66	5	5	5	15	5.00
67	4	4	4	12	4.00
68	5	4	4	13	4.33
69	4	5	4	13	4.33
70	4	4	4	12	4.00
71	5	5	5	15	5.00
72	3	4	3	10	3.33
73	3	4	4	11	3.67
74	4	4	4	12	4.00
75	3	3	4	10	3.33
76	4	4	4	12	4.00
77	4	4	4	12	4.00
78	5	5	5	15	5.00
79	5	4	5	14	4.67
80	4	4	4	12	4.00
81	5	5	5	15	5.00
82	5	5	5	15	5.00
83	5	5	5	15	5.00
84	4	5	5	14	4.67
85	4	4	4	12	4.00
86	4	4	4	12	4.00
87	3	5	5	13	4.33
88	4	4	4	12	4.00
89	5	5	5	15	5.00
90	4	5	4	13	4.33
91	5	5	5	15	5.00
92	4	4	4	12	4.00
93	4	5	4	13	4.33

Penggunaan <i>Mobile Banking</i>					
Responden	PMB 1	PMB 2	PMB 3	Total	Rata-Rata
94	4	4	5	13	4.33
95	3	3	3	9	3.00
96	4	4	3	11	3.67
97	5	4	4	13	4.33
98	3	3	3	9	3.00
99	4	4	4	12	4.00
100	4	4	4	12	4.00
101	4	4	4	12	4.00
102	4	5	5	14	4.67
103	3	3	4	10	3.33
104	3	3	4	10	3.33
105	5	4	4	13	4.33
106	5	5	4	14	4.67
107	5	4	4	13	4.33
108	4	4	4	12	4.00
109	4	4	5	13	4.33
110	4	4	4	12	4.00
111	3	4	4	11	3.67
112	5	5	4	14	4.67
				Rata-Rata	4.17

LAMPIRAN 7
Pengumpulan Data Kuesioner

Keterangan	Jumlah	Prosentase
Kuesioner yang disebar	120	100%
Kuesioner yang tidak lengkap pengisiannya	8	6,67%
Kuesioner yang digunakan	112	93,33%

Sumber: Hasil olah data primer, 2019

LAMPIRAN 8**Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Keterangan	Jumlah	Prosentase
Perempuan	64	57%
Laki-laki	48	43%
Jumlah	112	100%

Sumber: Hasil olah data primer, 2019

LAMPIRAN 9**Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Prosentase
Wiraswasta	54	48%
Karyawan Swasta	20	18%
Mahasiswa	16	14%
Lainnya	22	20%
Jumlah	112	100%

Sumber: Hasil olah data primer, 2019

LAMPIRAN 10**Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

Pendidikan	Jumlah	Prosentase
SD	0	0%
SMP	3	3%
SMA	10	9%
Diploma	30	27%

Pendidikan	Jumlah	Prosentase
Sarjana	64	57%
Lainnya	5	4%
Jumlah	112	100%

Sumber: Hasil olah data primer, 2019

LAMPIRAN 11
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kegunaan	112	2.33	5.00	4.1339	.54920
Kemudahan	112	2.33	5.00	4.3511	.56413
Kenyamanan	112	2.33	5.00	4.1995	.59450
Kepercayaan	112	2.33	5.00	4.1784	.56468
Penggunaan <i>Mobile Banking</i>	112	3.00	5.00	4.1695	.48633
Valid N (listwise)	112				

Sumber: Hasil olah data primer, 2019

LAMPIRAN 12
Hasil Uji Validitas Kegunaan

Correlations

		KGN 1	KGN 2	KGN 3	Total
KGN 1	Pearson Correlation	1	.683**	.627**	.880**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	112	112	112	112
KGN 2	Pearson Correlation	.683**	1	.646**	.889**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	112	112	112	112
KGN 3	Pearson Correlation	.627**	.646**	1	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	112	112	112	112
Total	Pearson Correlation	.880**	.889**	.860**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	112	112	112	112

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



LAMPIRAN 13
Hasil Uji Validitas Kemudahan

Correlations

		KMD 1	KMD 2	KMD 3	Total
KMD 1	Pearson Correlation	1	.646**	.545**	.856**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	112	112	112	112
KMD 2	Pearson Correlation	.646**	1	.631**	.882**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	112	112	112	112
KMD 3	Pearson Correlation	.545**	.631**	1	.840**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	112	112	112	112
Total	Pearson Correlation	.856**	.882**	.840**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	112	112	112	112

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

LAMPIRAN 14
Hasil Uji Validitas Kenyamanan

Correlations

		KYM 1	KYM 2	KYM 3	Total
KYM 1	Pearson Correlation	1	.697**	.610**	.875**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	112	112	112	112
KYM 2	Pearson Correlation	.697**	1	.695**	.908**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	112	112	112	112
KYM 3	Pearson Correlation	.610**	.695**	1	.863**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	112	112	112	112
Total	Pearson Correlation	.875**	.908**	.863**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	112	112	112	112

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

LAMPIRAN 15
Hasil Uji Validitas Kepercayaan

Correlations

		KPC 1	KPC 2	KPC 3	Total
KPC 1	Pearson Correlation	1	.678**	.494**	.836**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	112	112	112	112
KPC 2	Pearson Correlation	.678**	1	.622**	.902**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	112	112	112	112
KPC 3	Pearson Correlation	.494**	.622**	1	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	112	112	112	112
Total	Pearson Correlation	.836**	.902**	.828**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	112	112	112	112

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

LAMPIRAN 16
Hasil Uji Validitas Penggunaan *Mobile Banking*

		Correlations			
		PMB 1	PMB 2	PMB 3	Total
PMB 1	Pearson Correlation	1	.628**	.470**	.832**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	112	112	112	112
PMB 2	Pearson Correlation	.628**	1	.585**	.878**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	112	112	112	112
PMB 3	Pearson Correlation	.470**	.585**	1	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	112	112	112	112
Total	Pearson Correlation	.832**	.878**	.813**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	112	112	112	112

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

LAMPIRAN 17
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Kegunaan (X ₁)	X _{1.1}	0.000	Valid
	X _{1.2}	0.000	Valid
	X _{1.3}	0.000	Valid
Kemudahan (X ₂)	X _{2.1}	0.000	Valid
	X _{2.2}	0.000	Valid
	X _{2.3}	0.000	Valid
Kenyamanan (X ₃)	X _{3.1}	0.000	Valid

Variabel	Indikator	Sig. (2-tailed)	Keterangan
	X _{3,2}	0.000	Valid
	X _{3,3}	0.000	Valid
Kepercayaan (X ₄)	X _{4,1}	0.000	Valid
	X _{4,2}	0.000	Valid
	X _{4,3}	0.000	Valid
Penggunaan <i>mobile banking</i> (Y)	Y _{1,1}	0.000	Valid
	Y _{1,2}	0.000	Valid
	Y _{1,3}	0.000	Valid

Sumber: Hasil olah data primer, 2019

LAMPIRAN 18

Hasil Uji Reliabilitas Kegunaan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.849	3

Sumber: Hasil olah data primer, 2019

LAMPIRAN 19

Hasil Uji Reliabilitas Kemudahan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.822	3

Sumber: Hasil olah data primer, 2019

LAMPIRAN 20

Hasil Uji Reliabilitas Kenyamanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.857	3

Sumber: Hasil olah data primer, 2019

LAMPIRAN 21

Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.817	3

Sumber: Hasil olah data primer, 2019

LAMPIRAN 22

Hasil Uji Reliabilitas Penggunaan *Mobile Banking*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.793	3

Sumber: Hasil olah data primer, 2019

LAMPIRAN 23

Hasil Analisis Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha (>0.6)	Batas Minimum	Keterangan
Kegunaan	0.849	0.6	Reliabel
Kemudahan	0.822	0.6	Reliabel
Kenyamanan	0.857	0.6	Reliabel

Variabel	Cronbach's Alpha (>0.6)	Batas Minimum	Keterangan
Kepercayaan	0.817	0.6	Reliabel
Penggunaan <i>mobile banking</i>	0.793	0.6	Reliabel

Sumber: Hasil olah data primer, 2019

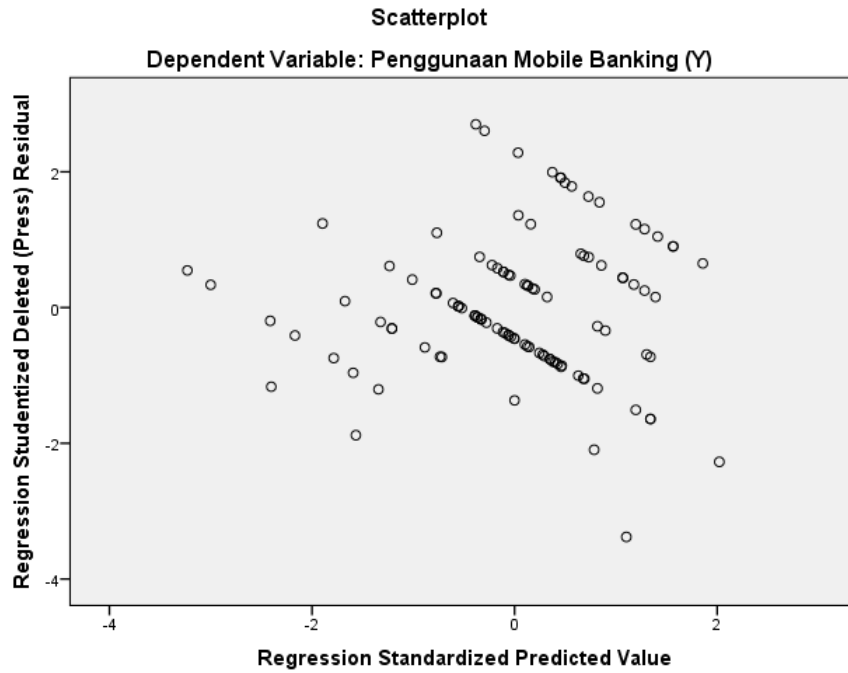
LAMPIRAN 24
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		112
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.36733831
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.066
	Negative	-.060
Kolmogorov-Smirnov Z		.703
Asymp. Sig. (2-tailed)		.706 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

LAMPIRAN 25
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil olah data primer, 2019

LAMPIRAN 26
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.709	.390		1.818	.072		
1 Kegunaan (X1)	.217	.069	.245	3.131	.002	.872	1.147
1 Kemudahan (X2)	.212	.073	.246	2.898	.005	.742	1.348
1 Kenyamanan (X3)	.158	.070	.193	2.252	.026	.727	1.376
1 Kepercayaan (X4)	.235	.071	.272	3.289	.001	.777	1.286

a. Dependent Variable: Penggunaan Mobile Banking (Y)

LAMPIRAN 27**Hasil Uji t**
Uji t

Variabel	Koef. Regresi (β)	Koef. Beta	t	Sig.
Konstanta	0.709		1.818	
Kegunaan (X_1)	0.217	0.245	3.131	0.002
Kemudahan (X_2)	0.212	0.246	2.898	0.005
Kenyamanan (X_3)	0.158	0.193	2.252	0.026
Kepercayaan (X_4)	0.235	0.272	3.289	0.001
Standar error = 0.37414				
Adjusted R Square = 0.408				
R Square = 0.429				
Multiple R = 0.655				
F hitung = 20.136				
Signifikan F = 0.000				

Sumber: Hasil olah data primer, 2019

LAMPIRAN 28**Hasil Uji F**

ANOVA					
	<i>Df</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>
Regression	4	11.275	2.819	20.136	0.000

Sumber: Hasil olah data primer, 2019

LAMPIRAN 29
Hasil Analisis Linear Berganda

Regression

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.655 ^a	.429	.408	.37414

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan (X4), Kegunaan (X1), Kemudahan (X2), Kenyamanan (X3)

b. Dependent Variable: Penggunaan Mobile Banking (Y)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11.275	4	2.819	20.136	.000 ^b
	Residual	14.978	107	.140		
	Total	26.253	111			

a. Dependent Variable: Penggunaan Mobile Banking (Y)

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan (X4), Kegunaan (X1), Kemudahan (X2), Kenyamanan (X3)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.709	.390		1.818	.072		
	Kegunaan (X1)	.217	.069	.245	3.131	.002	.872	1.147
	Kemudahan (X2)	.212	.073	.246	2.898	.005	.742	1.348
	Kenyamanan (X3)	.158	.070	.193	2.252	.026	.727	1.376
	Kepercayaan (X4)	.235	.071	.272	3.289	.001	.777	1.286

a. Dependent Variable: Penggunaan Mobile Banking (Y)