

Dea Amelia

Program Studi Manajemen, Universitas Putra Bangsa

dheaameliaa893@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan Layanan BNI Mobile Banking (studi pada mahasiswa nasabah BNI di Banyumas). Penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel sebanyak 100 responden. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa nasabah bank BNI yang menggunakan aplikasi mobile banking BNI. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yang diperoleh dari hasil jawaban responden yang dikumpulkan dengan kuesioner. Metode yang digunakan adalah metode *probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Hipotesis diuji menggunakan teknik analisis linear berganda dengan bantuan SPSS versi 22.0 *for windows*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manfaat secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan mobile banking BNI, kemudahan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan mobile banking BNI, dan kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan penggunaan mobile banking BNI. Manfaat, Kemudahan dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan mobile banking BNI.

Kata kunci: manfaat, kemudahan, dan kepercayaan, keputusan penggunaan mobile banking.

Abstract

This study aims to analyze the effect of Benefits, Convenience, and Trust on the Decision to Use BNI Mobile Banking Services (study of BNI customer students in Banyumas). This research was conducted by taking a sample of 100 respondents. The population in this study were students of BNI bank customers who used the BNI mobile banking application. The data used in this study is primary data, which was obtained from the results of respondents' answers collected by questionnaires. The method used is a probability sampling method, namely purposive sampling. The hypothesis was tested using multiple linear analysis techniques with the help of SPSS version 22.0 for windows. The results of this study indicate that the benefits partially have a significant effect on the decision to use BNI's mobile banking, the convenience partially has a significant effect on the decision to use BNI's mobile banking, and trust partially influences the decision to use BNI's mobile banking. Benefits, Convenience and Trust simultaneously have a significant effect on the decision to use BNI's mobile banking.

Key word: benefit, convenience, and trust on the decision to use, mobile banking.

PENDAHULUAN

Era digitalisasi adalah era dimana jaringan digital berbasis komputer muncul dan berkembang begitu pesat, segala aktivitas penunjang kehidupan sudah dimudahkan berkat teknologi. Bisa juga dikatakan bahwa era digital hadir untuk menggantikan beberapa teknologi menjadi lebih praktis dan modern. Kemajuan teknologi saat ini berkembang sangat pesat dan hampir semua berbasis teknologi digital, artinya tidak lagi menggunakan bantuan manusia secara menyeluruh, melainkan sudah melalui sistem yang canggih dan otomatis. Waktu yang didukung oleh perkembangan teknologi membuat kebutuhan manusia akan informasi semakin kompleks. Dewasa ini, teknologi informasi telah menjadi salah satu hal yang dominan dan tidak dapat dipisahkan dalam berbagai bidang kehidupan. Hal ini terlihat dari banyaknya pengguna internet dan perangkat seperti *smartphone* yang kompatibel dengan sistem Android dan iOS di berbagai negara, termasuk Indonesia. Penetrasi internet di Indonesia pada akhir Mei 2021 sebesar 76,8 persen dari total populasi. Pengguna internet di tanah air mencapai 212,35 juta dengan estimasi total populasi sebanyak 276,3 juta jiwa. Ini semua meningkat karena semakin murah tarif dan perangkat seperti koneksi internet (*Internet World Stats, 2021*).

Kemajuan teknologi dan informasi telah menyebabkan perubahan gaya hidup dimana kenyamanan dalam segala bidang kehidupan dan pekerjaan dapat dilakukan secara efektif dan efisien. Hampir semua industri, baik sektor bisnis sektor sosial dan budaya tumbuh dan berkembang dengan sistem teknologi informasi. Hal ini juga mempengaruhi dunia perbankan, kemajuan sistem teknologi informasi mendorong perbankan untuk mengikuti arus perubahan. Teknologi yang ada telah membawa pasar baru, produk baru, layanan baru, dan saluran pengiriman yang efisien ke industri perbankan. Bank telah beralih dari penyedia solusi perbankan berbasis kertas ke teknologi terbaru. Perkembangan perbankan telah memudahkan nasabah untuk menggunakan berbagai produk kapan saja, dan dimana saja (Arif, 2006). Saat ini perilaku konsumen dalam melakukan transaksi telah berubah dengan mengutamakan aspek-aspek seperti kenyamanan, kemudahan, fleksibilitas, efisiensi dan kesederhanaan. Layanan perbankan adalah produk layanan yang diberikan pihak bank kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhannya. Bank menawarkan produk jasa dengan tujuan memberikan pelayanan kepada nasabah bank maupun pihak lain yang membutuhkan. Bank mendapatkan penghasilan dengan menyediakan layanan perbankan. Persaingan antar bank yang semakin ketat membuat bank kini berlomba-lomba dalam memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah. Layanan perbankan akan berdampak positif bagi perkembangan bisnis bank. Bank kini menawarkan layanan berbasis teknologi untuk memudahkan nasabah dalam memproses transaksi keuangan. Peluang ini dimanfaatkan oleh PT Bank Negara Indonesia (BNI).

BNI Mobile Banking sebagai aplikasi layanan perbankan menjadi mobile banking dengan performa terbaik diantara bank-bank nasional lainnya. Hal itu berdasarkan dari survei *Bank Service Excellence Monitor (BSEM) 2021* yang diselenggarakan oleh *Marketing Research Indonesia (MRI)* (*detik.com, 2021*). BNI mobile banking menduduki peringkat pertama sebagai layanan mobile banking dengan performa terbaik di Indonesia dari tahun 2020-2021, ini juga sekaligus membuktikan bahwa layanan yang diberikan BNI mobile banking sangat baik dan dapat bersaing dengan bank besar lainnya. Saat ini BNI mobile banking merupakan salah satu aplikasi yang paling banyak digunakan apalagi di kalangan milenial. Fitur BNI mobile banking beragam dan selalu *up to date*. Aplikasi ini juga dilindungi oleh MPIN dan *password* transaksi, sehingga pengguna aplikasi BNI mobile banking dapat merasa tenang saat melakukan transaksi perbankan. Saat ini unduhan aplikasi mobile banking juga semakin banyak dan terus meningkat dari waktu ke waktu. Aplikasi mobile banking dapat menjadi salah satu fasilitas yang sangat mendukung bagi para mahasiswa mengingat kebanyakan mahasiswa mempunyai kegiatan dan kesibukan yang semakin meningkat sehingga untuk menyempatkan waktu berkunjung ke bank atau ATM lumayan sulit. Fasilitas ini juga sangat memudahkan proses wirausaha yang dilakukan oleh beberapa mahasiswa.

Berdasarkan fenomena hadirnya layanan mobile banking yang mampu mengikuti *trend* digitalisasi dalam menyesuaikan kebutuhan mahasiswa dengan tujuan agar mempermudah dan mempercepat kegiatan transaksi, peneliti tertarik untuk mengulas dalam penelitian ini mengenai beberapa variabel yang menjadi pertimbangan dan mempengaruhi keputusan penggunaan mobile banking pada mahasiswa nasabah bank BNI di Banyumas. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi awal yang dilakukan, penulis tertarik meneliti mengenai pendapat tentang manfaat yang mungkin didapatkan, kemudahan penggunaan yang dirasakan serta adanya kepercayaan ketika menggunakan layanan BNI mobile banking. Berbagai kemudahan dan manfaat yang diperoleh nasabah dalam melakukan transaksi menimbulkan terjadinya peningkatan penggunaan mobile banking.

Keputusan penggunaan adalah keputusan yang diambil berdasarkan preferensi merek-merek yang ada di dalam sebuah pilihan. Menurut Fatuh dan Widyastuti (2017), keputusan pembelian dapat diasumsikan sebagai keputusan penggunaan. Dalam konteks perusahaan jasa, keputusan pembelian merupakan proses seorang konsumen menggunakan produk berupa layanan yang ditawarkan oleh perusahaan jasa tersebut. Menurut Sudaryono, (2014;208) keputusan pembelian memiliki pengertian tindakan memilih alternatif, setiap orang dalam pengambilan keputusan setidaknya punya lebih dari satu pilihan. Keputusan pembelian merupakan serangkaian kegiatan konsumen guna membeli atau tidak produk berdasarkan dengan pertimbangan tertentu.

Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan Layanan BNI Mobile Banking

Faktor yang mempengaruhi keputusan menggunakan layanan aplikasi mobile banking salah satunya adalah faktor manfaat, apabila teknologi tidak memiliki manfaat maka nasabah akan enggan untuk menggunakannya. Menurut Fadhi (2016) manfaat merupakan suatu kegunaan yang dirasakan dapat membantu untuk tujuan yang menguntungkan. Sebab karena itu juga akan menjadi terbentuknya suatu keinginan yang membuat masyarakat mau menggunakan produk mobile banking. Chaffey (2009) menggambarkan empat manfaat yang dapat diakses melalui mobile atau jaringan nirkabel lainnya kepada para penggunanya yaitu: *ubiquity* (pengguna perangkat mobile dapat menggunakan perangkatnya kapanpun dan dimanapun), *reachability*, kenyamanan, keamanan.

Selain faktor manfaat ada juga faktor kemudahan penggunaan yang menjadi pertimbangan mahasiswa menggunakan mobile banking. Seseorang nasabah akan menggunakan teknologi apabila teknologi tersebut mampu memberikan kemudahan kepada mereka sebelum mereka menggunakannya. Kemudahan penggunaan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan memberikan gambaran bahwa suatu sistem diciptakan bukan untuk menyulitkan penggunanya, tetapi justru untuk mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya. Seseorang yang menggunakan sistem akan lebih mudah untuk dipelajari, mudah dikendalikan oleh penggunanya, penggunaannya fleksibel, dan dapat meningkatkan keterampilan penggunanya dan mudah digunakan dibandingkan dengan seseorang yang tidak menggunakan sistem atau bekerja secara manual (Davis, 1989). Penting bagi nasabah bank untuk mendapatkan kemudahan-kemudahan dalam memperoleh informasi keuangan dan melakukan transaksi secara online terlebih ketika mereka memiliki tingkat mobilitas yang tinggi.

Layanan mobile banking mudah digunakan sama halnya dengan cara konvensional untuk transaksi perbankan hanya saja yang membedakannya adalah pada perangkat yang digunakan. Mahasiswa pastinya menginginkan pelayanan yang cepat, aman, nyaman, murah dan juga dapat diakses di mana saja dan kapan saja, dimana dengan adanya mobile banking dapat memudahkan mahasiswa melakukan transaksi dengan fasilitas yang disediakan, setiap mahasiswa yang mempunyai telepon seluler bisa dengan mudah melakukan transaksi selama telepon seluler yang digunakan terkoneksi internet. Selain ada faktor manfaat dan kemudahan faktor lain yang mempengaruhi mahasiswa menggunakan mobile banking adalah kepercayaan. Kepercayaan disini adalah bahwa ketika mahasiswa melakukan transaksi melalui mobile banking, transaksi tersebut akan aman dan terhindar dari risiko yang mungkin terjadi. Kemudian rasa peduli perbankan dalam memberikan sebuah perhatian terhadap nasabah akan menjadi faktor penilaian utama yang membentuk rasa kepercayaan.

Rumusan yang diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah manfaat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan mobile banking pada mahasiswa nasabah BNI?
2. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan mobile banking pada mahasiswa nasabah bank BNI?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan mobile banking pada mahasiswa nasabah bank BNI?
4. Apakah manfaat, kemudahan, dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan penggunaan mobile banking pada mahasiswa nasabah bank BNI?

Tujuan dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah di atas adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh manfaat terhadap keputusan penggunaan mobile banking pada mahasiswa nasabah BNI.
2. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan terhadap keputusan penggunaan mobile banking pada mahasiswa nasabah BNI.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap keputusan penggunaan mobile banking pada mahasiswa nasabah BNI.
4. Untuk mengetahui pengaruh manfaat, kemudahan, dan kepercayaan secara bersama-sama terhadap keputusan penggunaan mobile banking pada mahasiswa nasabah BNI.

LANDASAN TEORI

1. Keputusan penggunaan
Menurut Fatuh dan Widyastuti (2017), keputusan pembelian dapat diasumsikan sebagai keputusan menggunakan. Dalam konteks perusahaan jasa, keputusan pembelian merupakan proses seorang konsumen menggunakan produk berupa layanan yang ditawarkan oleh perusahaan jasa tersebut. Adapun indikator yang digunakan dalam pengambilan keputusan menurut Soewito (2013) indikator untuk mengukur Keputusan pembelian meliputi:
 - a. Kebutuhan yang dirasakan
 - b. Kegiatan sebelum membeli
 - c. Perilaku waktu memakai
 - d. Perilaku pasca pembelian
2. Manfaat
Menurut Davis (1989) Manfaat yaitu tingkat dimana seseorang berfikir bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Beberapa indikator manfaat menurut Nurdin et al., (2020) yaitu sebagai berikut:
 - a. *Makes Job Easier* (menjadi lebih mudah), transaksi perbankan menjadi lebih mudah.
 - b. *Increase Productivity* (menambah produktifitas), dapat meningkatkan pengetahuan dan kinerja pengguna.

Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan Layanan BNI Mobile Banking

- c. *Enhance effectiveness* (mempertinggi efektifitas), dapat mempercepat waktu pengguna dalam penelusuran.
 - d. Mempengaruhi tingkat kinerja seseorang yang menggunakannya.
3. Kemudahan Penggunaan
- Kemudahan penggunaan Menurut Ni Made Ari Puspita Dewi (2016) mengemukakan bahwa kemudahan penggunaan yakni munculnya suatu bentuk kepercayaan pada seseorang terhadap teknologi baru yang mutakhir, yang mudah dipahami penggunaannya sehingga tidak perlu lagi dipelajari secara mendalam. Beberapa indikator kemudahan penggunaan teknologi menurut Amanullah, (2014) antara lain yaitu:
- a. Teknologi informasi sangat mudah dipelajari.
 - b. Teknologi informasi mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna.
 - c. Keterampilan pengguna akan bertambah ketika menggunakan teknologi informasi.
 - d. Teknologi informasi sangat mudah dioperasikan.
4. Kepercayaan
- Menurut Fian (2016) kepercayaan nasabah yakni segala pengetahuan serta segala kesimpulan yang dipunyai nasabah mengenai objek, atribut, dan manfaatnya. Terdapat beberapa indikator kepercayaan menurut Fian (2016) yaitu sebagai berikut :
- a. Keandalan, artinya kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan kepada nasabah dengan segera, akurat, dan memuaskan.
 - b. Kepedulian, merupakan sikap empati yang tinggi yang dapat dirasakan pihak bank mampu memberikan solusi permasalahan nasabahnya.
 - c. Kredibilitas, artinya penyelenggaraan mekanisme operasional transaksi elektronik perbankan yang jujur dan dapat dipercaya.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan metode kuantitatif. Menurut Setiawan (2016) penelitian kuantitatif menggunakan angka, dan penafsiran data. Analisis kuantitatif merupakan metode analisis dengan angka-angka yang dapat dihitung maupun diukur. Analisis kuantitatif ini dapat memperkirakan besarnya pengaruh secara kuantitatif perubahan kejadian lainnya menggunakan alat analisis statistik. Sugiyono (2010) mengatakan bahwa analisis deskriptif merupakan analisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau digeneralisasi yang meliputi analisis mengenai karakteristik dari responden yang terdiri dari usia, jenis kelamin, pendapatan, dan frekuensi penggunaan produk. Pengujian dilakukan dengan menggunakan Analisis Linear Berganda. Sebelum dilakukan pengujian akan dilakukan terlebih dahulu uji validitas dan realibilitas terhadap kuisioner sebanyak 18 pernyataan kepada 100 responden yang memiliki kriteria sama dengan responden penelitian, uji asumsi klasik terdiri

dari: (1) Uji Normalitas; (2) Uji Heteroskedastisitas; (3) Uji Multikolinearitas; dan uji hipotesis yang terdiri dari: (1) Uji F/Uji Simultan; (2) Uji T/Uji Parsial; (3) Uji Koefisien Determinasi/R².

POPULASI DAN SAMPEL

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa nasabah bank BNI di Kabupaten Banyumas yang memiliki keputusan menggunakan layanan mobile banking. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *non probability sampling* yaitu metode pengambilan sampel yang tidak memberi peluang untuk kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel karena pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2010). Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah:

1. Berusia lebih dari 17 tahun.
2. Mahasiswa di Banyumas.
3. Nasabah Bank BNI
4. Menggunakan aplikasi mobile banking BNI.
5. Pengguna *smartphone* yang terhubung internet.

Jumlah populasi tidak diketahui, maka penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini diambil menggunakan rumus sebagai berikut (Umar, 2003:150):

$$n > pq \left(\frac{Z_{\alpha/2}}{e} \right)^2$$

Dimana:

- n = jumlah sampel
Z_{α/2} = nilai Z_{tabel} (α=5%; α/2 = 0,025)
e = error (batas maksimal error = 10%)
p = pricisious (batasan tetapan presisi = 5%)
q = quantity (jumlah stimasi = 0,5)

dari rumus diatas, dapat dihitung jumlah sampel sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &> pq \left(\frac{Z_{\alpha/2}}{e} \right)^2 \\ n &> 0,5 \times 0,5 \left(\frac{1,96}{0,1} \right)^2 \\ n &> 96,04 \end{aligned}$$

Maka dalam hal ini peneliti mengambil sampel sebanyak 100 orang responden agar dapat memenuhi syarat pengambilan sampel minimal yang cukup mewakili untuk diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis

Hasil analisis uji t penelitian ini dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,601	1,439		1,808	,074
Manfaat (X1)	,220	,087	,153	2,535	,013
Kemudahan (X2)	,225	,112	,143	2,013	,047
Kepercayaan (X3)	,864	,090	,680	9,641	,000

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

Dari hasil analisis dapat diambil pembahasan yang terkait dengan variabel variabel yang mempengaruhi keputusan mahasiswa menggunakan BNI *mobile banking* di Banyumas sebagai berikut:

1. Hasil uji t menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $2,535 > t_{tabel}$ 0,1985 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,013 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel manfaat secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan. Dari hasil penelitian didapat bahwa responden yang menggunakan mobile banking BNI merasakan manfaat yang diterima ketika menggunakan teknologi tersebut, mahasiswa merasakan ketika menggunakan mobile banking BNI dapat membuat transaksi perbankan menjadi lebih mudah, manfaat dari menggunakan mobile banking BNI dapat meningkatkan pengetahuan dan kinerja mahasiswa, dan dapat mempercepat waktu pengguna dalam penelusuran informasi, manfaat dari mobile banking BNI juga mempengaruhi tingkat kinerja seseorang yang menggunakannya. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan Ramayani et al., (2020) dimana variabel manfaat berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan penggunaan mobile banking. Penelitian lain dari Widiyanti, (2020) juga menyatakan variabel manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan mobile banking. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Davis bahwa manfaat sebuah teknologi dipercaya akan mendatangkan sebuah manfaat bagi orang yang menggunakannya seperti mempermudah pekerjaannya. Semakin besar manfaat yang akan diterima orang yang menggunakan teknologi tersebut maka akan semakin banyak orang yang menggunakannya begitu juga sebaliknya.
2. Hasil uji t menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $2,013 > t_{tabel}$ 0,1985 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,047 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan. Dari hasil penelitian didapat bahwa responden yang menggunakan mobile banking BNI merasa bahwa adanya teknologi yang kini semakin canggih, akan membuat para mahasiswa lebih paham akan kinerja suatu aplikasi. Mobile banking BNI juga mudah dimengerti dengan adanya fitur-fitur transaksi yang jelas yang dapat digunakan sesuai kebutuhan, tentunya dengan fitur transaksi yang telah disediakan oleh bank BNI pada mobile banking. Keterampilan para mahasiswa juga bertambah ketika menggunakan teknologi informasi dimana disini adalah penggunaan mobile banking BNI. Dengan menggunakan mobile banking BNI maka para pengguna mempelajari suatu layanan atau aplikasi dengan sendirinya, dan itu membuat ketrampilan pengguna akan semakin bertambah karna teknologi informasi mudah dioperasikan. BNI mobile banking tidak membuat sulit nasabah ketika menggunakan. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Ramayani et al., (2020) dimana variabel kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan mobile banking. Penelitian lain dari Widiyanti, (2020) juga menghasilkan penelitian bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan penggunaan e-wallet OVO. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Jugiyanto bahwa apabila dalam menggunakan suatu sistem informasi dan teknologi tidak akan mengalami kesulitan dan mudah untuk digunakan maka seseorang akan menggunakan teknologi tersebut.
3. Hasil uji t menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $9,641 > t_{tabel}$ 0,1985 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan. Para mahasiswa yang menggunakan mobile banking BNI percaya akan kehandalan, dimana kemampuan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan mobile banking BNI kepada nasabah dapat terlaksana dengan segera, akurat, dan memuaskan. Kepercayaan mahasiswa juga semakin terlihat karena kepedulian dari pihak bank yang bersikap empati dan mampu memberikan solusi permasalahan nasabahnya. kemudian, mekanisme operasional transaksi elektronik perbankan pada mobile banking BNI jujur dan dapat dipercaya. Hasil penelitian ini mendukung penelitian dari Styarini & Riptiono, (2020) bahwa variabel variabel *customer trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap

Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Kepercayaan terhadap
Keputusan Penggunaan Layanan BNI Mobile Banking

keputusan menggunakan, penelitian lain dari Ramos et al., (2018) menemukan hubungan yang signifikan antara kepercayaan konstruk dan konstruksi lainnya, yang secara signifikan mempengaruhi tujuan penggunaan layanan perbankan melalui m-banking. Dan penelitian dari Selvi Kartika Pratiwi & Sugianto, (2021) dengan hasil penelitian bahwa variabel kepercayaan mempunyai signifikansi pengaruhnya pada keputusan pembelian mobile banking. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Taroreh, Jorie dan Wenas (2015) bahwa Kepercayaan merupakan keyakinan dari pihak tertentu terhadap pihak lain dalam hubungan antara kedua belah pihak berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang dipercayainya akan memenuhi segala kewajiban sesuai yang diharapkan, dimana kepercayaan disini adalah penggunaan aplikasi mobile banking BNI.

variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh simpulan mengenai manfaat, kemudahan, dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan layanan BNI mobile banking pada mahasiswa nasabah bank BNI di Banyumas sebagai berikut:

1. Hasil perhitungan menunjukkan variabel manfaat berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan BNI mobile banking pada mahasiswa nasabah bank BNI di Banyumas
2. Hasil perhitungan menunjukkan variabel kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan BNI mobile banking pada mahasiswa nasabah bank BNI di Banyumas
3. Hasil perhitungan menunjukkan variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan BNI mobile banking pada mahasiswa nasabah bank BNI di Banyumas
4. Hasil perhitungan menunjukkan variabel manfaat, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan secara bersama sama berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa nasabah bank BNI menggunakan BNI mobile banking.

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	456,476	3	152,159	68,810	,000 ^b
Residual	212,284	96	2,211		
Total	668,760	99			

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

4. Berdasarkan dari hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS diperoleh F_{hitung} sebesar 68,810 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($68,810 > 2,70$). Konsekwensinya adalah Hipotesis diterima, artinya variabel Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan

Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,826 ^a	,683	,673	1,48704

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

5. Berdasarkan hasil tabel diatas, hasil uji menunjukkan bahwa nilai R^2 sebesar 0,683 sehingga variabel keputusan penggunaan yang dapat dijelaskan oleh variabel manfaat, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan dalam penelitian ini sebesar 68,3%, sedangkan sisanya sebesar 31,7% dipengaruhi oleh

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya maka ada beberapa implikasi praktis sesuai dengan prioritas yang dapat diberikan sebagai masukan bagi pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini antara lain:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh secara signifikan variabel manfaat terhadap keputusan penggunaan BNI mobile banking pada mahasiswa nasabah bank BNI di Banyumas. Meski sebenarnya para mahasiswa atau nasabah sudah mengetahui manfaat dari mobile banking tetapi sebaiknya BNI diharapkan dapat memberikan pemahaman lagi mengenai manfaat kepada para nasabah.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh secara signifikan variabel kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan BNI mobile banking pada mahasiswa nasabah bank BNI di Banyumas. BNI diharapkan dapat memberikan pemahaman dan edukasi lagi mengenai penggunaan mobile banking BNI kepada para nasabahnya agar para nasabah yang masih belum paham mengenai

teknologi bisa dengan mudah menggunakan mobile banking BNI.

3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh secara signifikan variabel kepercayaan terhadap keputusan penggunaan BNI mobile banking. BNI diharapkan dapat lebih memastikan keamanan data nasabah agar para nasabah terus percaya menggunakan aplikasi mobile banking BNI.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel manfaat, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan. Diharapkan BNI mampu meningkatkan kualitas pelayanan pada mobile banking dari tiga faktor manfaat, kemudahan penggunaan dan kepercayaan sesuai harapan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanullah, B. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Skripsi*, 66.
- Anderson, E., & Weitz, B. (1989). Determinants of continuity in conventional industrial channel dyads. *Marketing science*, 8(4), 310-323
- Arif, W. (2006). *Kajian tentang perilaku pengguna sistem informasi dengan pendekatan Technology Acceptance Model(TAM)*. 1–8. <http://peneliti.budiluhur.ac.id/wp-content/uploads/2008/.../arif+wibowo.pdf>
- Audi, M. F, et al. 2016. Adoption of Mobile Banking Applications in Lebanon. *Journal of Internet Banking and Commerce* 21(1): 1-15
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*, 319-340.
- Dewi, N., & Warmika, I. (2016). Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan Mobile Commerce Di Kota Denpasar. *None*, 5(4), 251442.
- Fatuh, Miyatul. 2017. “Pengaruh Promosi Penjualan, Perceived Ease of Use, dan Perceived Usefulness terhadap Keputusan Menggunakan Transportasi Online (Studi pada Pengguna Uber di Surabaya Pusat). *Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 5*, No. 4.
- Fian, J. Al, & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(6), 1–18.
- Ghozali, I. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hadi, S. dan Novi. 2015. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis OPTIMUM*.
- Iriani, A. F. (2018). Minat Nasabah dalam Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo. *DINAMIS- Journal of Islamic Management and Bussines*, 2(2), 99–111.
- Islam, U., Raden, N., Lampung, I., Islam, U., Raden, N., Lampung, I., Islam, U., Raden, N., & Lampung, I. (2021). 1 , 2 , 3. *12*(2), 170–182.
- Jogiyanto, H. M. (2008). Metodologi penelitian sistem informasi. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. Principles Of Marketing. Fourteenth Edition. Pearson Education Limited, England.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). Marketing strategy. In *London: London Business Forum*.
- Nazir, M. (2003). Metode Penelitian Bisnis. *Jakarta. Ghalia Indonesia*.
- Nurdin, N., Ningrum, R., Bachmid, S., & Jalil, A. (2020). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3(1), 31–45.
- Nurdin, Winda Nur Azizah, & Rusli. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama

- Islam Negeri (IAIN) Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(2), 199–222.
<https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i2.32.198-221>
- Pawestri, R. R. (2021). *Strategi Pemasaran Aplikasi Mobile Banking Muamalat DIN (Digital Islamic Network) pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Pembantu Nganjuk* (Doctoral dissertation, Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya).
- Peter, J.P & Olson, J.C. 1999. Consumer behavior perilaku konsumen dan strategi pemasaran. Edisi 4 jilid 1. Jakarta:Erlangga
- Prastiwi, I. E. (2018). Pengaruh Persepsi Anggota Pada Sharia Compliance, Komitmen Agama dan Atribut Produk Islam Terhadap Customer's Trust Yang Berdampak Pada Keputusan Menggunakan Jasa Lembaga Keuangan Syariah (Studi Pada BMT Amanah Ummah Sukoharjo). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(01), 28.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v4i1.162>
- Ramayani, Kismawadi, R., & Chalil, R. D. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Manfaat dan Kemudahan Terhadap Penggunaan Mobile BANKing. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(2), 1–16.
<https://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/jim/article/view/2638>
- Ramos, F. L., Ferreira, J. B., De Freitas, A. S., & Rodrigues, J. W. (2018). The effect of trust in the intention to use m-banking. *Brazilian Business Review*, 15(2), 175–191.
<https://doi.org/10.15728/bbr.2018.15.2.5>
- Selvi Kartika Pratiwi1*, Sugianto2, D. C. P. (2021). *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*. 2, 962–980.
- Setiadi, N. J., & SE, M. (2015). *Perilaku Konsumen: edisi revisi*. Kencana.
- Shen, J. 2016. Exploring Trust and Enjoyment in Social Commerce: A Cross-Cultural Research Proposal. Emergent Research Forum Papers. Twenty-second Americas Conference on Information Systems: San Diego.
- Soewito, Yudhi. 2013. “Kualitas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio” . *Jurnal EMBA*. Vol 1 No.3. Juni 2013, Hal 218 – 229.
- Styarini, F., & Riptiono, S. (2020). Analisis Pengaruh Customer Trust Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Melalui Perceived Risk dan Perceived Usefulness Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(4), 670–680.
<https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i4.590>
- Stanton, W. J. (2001). Prinsip pemasaran. *Erlangga. Jakarta*.
- Sudaryono. (2014). Budaya Dan Perilaku Organisasi. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Sugiyono, D. (2010). Metode penelitian kuantitatif dan R&D. *Bandung: Alfabeta*.
- Taroreh, O., Jorie, R. J., & Wenas, R. (2015). Pengaruh persepsi konsumen dan kepercayaan terhadap penggunaan jasa asuransi pada asuransi Jasindo Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(3).
- Thompson RL, Higgins CA, Howell JM. 1991. Personal computing: toward a conceptual model of utilization. *MIS Quarterly*;15(1):125–43.
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO di Depok. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 54–68.
<https://doi.org/10.31294/moneter.v7i1.7567>