

## PENGARUH KEMUDAHAN DAN KETERSEDIAAN FITUR TERHADAP PENGGUNAAN *MOBILE BANKING*

Johandri Iqbal\*, Heriyani\*, dan Isroq Urrahmah\*

\*Program Studi Akuntansi, Politeknik Jambi

Email: johan@politeknikjambi.ac.id

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the effect of convenience and feature availability on the use of mobile banking at PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. This study uses a questionnaire as an instrument to take a sample of 100 respondents who are users of BNI Mobile Banking. The sampling method used is probability sampling. The analytical method used in this research is multiple linear regression analysis. The independent variables in this study, namely the convenience and availability of features, are able to explain the dependent variable, namely the use of mobile banking by 67%, the remaining 33% is determined or explained by other variables not included in this analysis or study. The results of this study indicate that the ease and availability of features have a significant effect on the use of mobile banking because it has a significance value  $<0.05$  (0.001 for convenience and 0.001 for feature availability). And simultaneously the ease and availability of features have a significant effect on the use of mobile banking with a significance value of  $0.000 <0.05$ .*

**Keywords:** Convenience, Feature Availability, Mobile Banking

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang begitu cepat membuat segala hal dapat dilakukan dengan mudah dan efisien terlebih lagi dengan adanya teknologi internet yang memberikan banyak kemudahan hampir dalam segala bidang. Salah satu bidang yang ikut serta dalam perkembangan teknologi informasi adalah perbankan. Teknologi telah membuka pasar baru, produk baru, layanan baru dan saluran pengiriman yang efisien untuk industri perbankan. Perkembangan semakin mempermudah nasabah dalam menggunakan berbagai produknya kapan saja dan dimana saja (Bharti, 2016).

Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk kredit dana tau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hiduprakyat banyak (Otoritas Jasa Keuangan, 2016). Awal perkembangan perbankan secara elektronik dimulai dari pembukaan ATM yang memiliki fungsi utama yakni penarikan tunai. Produk-produk perbankan diantaranya yakni kredit, tabungan atau simpanan, deposito dan layanan

jasa. Peningkatan perangkat smartphone mendorong bank untuk memanfaatkan dengan menciptakan layanan penunjang yang lebih baik untuk para nasabah salah satu layanan yang diciptakan yakni *mobile banking*.

*Mobile banking* dapat diartikan sebagai transaksi perbankan dengan menggunakan perangkat mobile seperti telpon selular, *smart phone* kecuali laptop (Shasbiandani & Pandasari, 2016). Menurut Hadi dan Novi perbankan mampu beroperasi lebih efisien pemanfaatan teknologi informasi menjadi salah satu kebutuhan untuk mendukung perkembangan bisnis dan pemanfaatan teknologi secara tepat harus diperhatikan untuk meminimalkan risiko operasional. Penggunaan transaksi meningkat melalui *mobile banking* berdampak pada penurunan jumlah transaksi yang dilakukan nasabah melalui ATM dan kantor cabang. Hal ini menunjukkan adanya perubahan perilaku dan kebiasaan nasabah mulai mengarah kepada transaksi *elektronik banking* melalui perangkat digital yang memberikan kemudahan bagi nasabah (Otoritas Jasa Keuangan, 2016).

Dikutip berdasarkan CNBC Indonesia tahun 2019 dalam data BCA tahun 2007 sebanyak 71% nasabah bertransaksi melalui ATM, 17% melalui cabang dan sisanya melalui *mobile banking*, namun sekarang 75% nasabah bertransaksi melalui *mobile banking* dan *internet banking*, 23% melalui ATM dan peran kantor cabang makin minim yakni hanya 1.8%. hal ini menunjukkan bahwa pengguna *mobile banking* meningkat tajam dan perilaku nasabah mulai bergeser.

Beberapa penelitian dilakukan untuk melihat persepsi yang dapat mempengaruhi *mobile banking*. Salah satu penelitian yang mengenai *mobile banking* yakni Hapsara (2015) dengan hasil penelitiannya adalah kemudahan memberi pengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*. Hasil penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Ahmad dan Bambang (2014) hasilnya menunjukkan bahwa variable kemudahan secara individu (parsial) tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *internet banking* tetapi pada variable ketersediaan fitur secara individu (parsial) berpengaruh terhadap minat menggunakan *internet banking*. Hipotesis pada penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh kemudahan dan kesediaan fitur terhadap penggunaan BNI *Mobile Banking*.

## KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### Bank

Bank adalah badan usaha yang menggabungkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka memajukan taraf hidup rakyat banyak. Pengertian tersebut berdasarkan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan, pasal 1 ayat 2. Menurut Ridjin (2012) mengemukakan bahwa bank dapat diartikan sebagai lembaga keuangan yang usaha utamanya ialah memberi kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran dan penyebaran uang. Dalam beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian bank mencakup dari menghimpun dana,

meyalurkan dana serta memberikan jasa bank lainnya. Kegiatan utama bank yakni menghimpun dana dan menyalurkan sedangkan kegiatan pendukung yakni memberi jasa bank lainnya.

### Fungsi Bank

Bank sebagai sebuah lembaga keuangan tentu mempunyai fungsi seperti halnya lembaga-lembaga lain. Fungsi bank dalam perekonomian suatu Negara dikategorikan menurut Lubis (2010), metode *Analytical Hierarchy Proses* adalah sebagai berikut.

1. Fungsi bank sebagai *Agent of Trust*, artinya bahwa aktivitas bank sebagai *financial intermediary* menjalankan fungsinya atas dasar kepercayaan yang diterima dari masyarakat oleh bank, kepercayaan masyarakat yang memberikan berupa arahan agar bank mengatur dan mengamankan dana yang disimpan masyarakat di bank tersebut. Bank tidak terlepas dari fungsi yakni prinsip saling berguna bagi kedua belah pihak sebagai *Agent of Trust*.
2. Fungsi bank sebagai *Agent of Development*, guna mewujudkan pembangunan dan kesejahteraan dalam perekonomian, bank dianggap sebagai lembaga yang cukup berperan penting. Hal ini dikarenakan aktivitas bank sebagai *financial intermediary* dapat memperhubungkan sektor riil dan sektor moneter untuk berhubungan. Sebagian besar penyebaran uang dalam perekonomian terjadi melalui institusi perbankan sehingga interaksi sektor riil dan sektor moneter diharapkan berjalan dengan baik demi mendukung proses pembangunan.
3. Fungsi bank sebagai *Agent of Service* Bank didapati juga sebagai lembaga yang bergerak dibidang jasa yang lebih bermacam-macam, dengan kata lain aktivitas perbankan tidak hanya terbatas dalam hal menghimpun dana

dan menyalurkan dana didalam masyarakat.

### **Automatic Teller Machine (ATM)**

*Automatic Teller Machine (ATM)* atau disebut juga Anjungan Tunai Mandiri adalah salah satu saluran *e-banking* yang populer dan setiap orang pasti memiliki kartu ATM dan menggunakan fasilitas ATM. Dalam perkembangannya fitur semakin bertambah, memungkinkan untuk melakukan pemindahbukuan antar rekening, pembayaran (listrik dan telpon) dan transfer ke bank lain (Sutarbi, 2016). ATM masih terus digunakan selama masyarakat masih membutuhkan uang tunai dalam melakukan pembayaran transaksi keuangan. Namun tidak menutup kemungkinan bahwa masa yang akan datang segala sistem transaksi tersebut beralih menggunakan uang digital dan meninggalkan ATM.

### **Electronic Banking (e-Banking)**

Industri perbankan memiliki teknologi untuk mengusulkan layanan perbankan atas kemudahan dan kenyamanan pelanggan (Bharti, 2016). *Electronic banking* adalah salah satu layanan perbankan yang pesat penggunaannya dan mendukung operasional kegiatan perbankan dan memudahkan nasabah melakukan transaksi. Masyarakat dapat menggunakan ATM, telpon atau *handphone* bahkan internet untuk berhubungan dengan bank tanpa harus datang ke bank. Layanan *electronic banking* dibagi menjadi 4 kategori, yaitu *phone banking*, *sms banking*, *internet banking* dan *mobile banking*.

#### 1. *Phone Banking*

*Phone banking* menurut Sutarbi (2016) adalah saluran yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi via telephone dengan bank. Pada awalnya layanan *phone banking* hanya dapat digunakan untuk informasi jasa/produk bank serta informasi saldo dan dilayani oleh *Customer Service Operator/CSO*. Fasilitas ini lebih praktis dibandingkan ATM untuk transaksi non-tunai karena cukup menggunakan telpon/HP dimanapun berada dapat melakukan berbagai

transaksi, pemindahbukuan antar rekening, pembayaran (listrik dan telpon), pembelian (tiket) dan transfer ke bank lain serta dilayani oleh *interactive voice response*.

#### 2. *SMS Banking*

*SMS banking* pada dasarnya merupakan perkembangan lebih dari layanan *phone banking*, layanan ini memungkinkan nasabah untuk bertransaksi via HP dengan menggunakan SMS. Namun dalam penerapannya agak menyusahkan nasabah karena harus menghafal kode-kode transaksi dalam pengetikan sms, kecuali bank yang melakukan kolaborasi dengan operator selular, menyajikan akses banking menu *Sim Tool Kit (STK)* pada *simcard*-nya (Sutarbi, 2016).

#### 3. *Internet Banking*

*Internet banking* adalah layanan untuk melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet, sebagaimana dimaksud dalam ketentuan mengenai kegiatan usaha dan jaringan kantor berdasarkan modal inti (Otoritas Jasa Keuangan, 2016). Transaksi *internet banking* dilakukan menggunakan komputer/PC yang terhubung dengan akses internet. Fitur yang disediakan antar lain informasi saldo rekening, pembayaran (listrik dan telpon), pembelian (tiket) dan transfer ke bank lain. Kenyamanan bertransaksi dengan tampilan menu dan informasi secara lengkap terpampang dilayar komputer/PC adalah kelebihan layanan ini (Sutarbi, 2016).

#### 4. *Mobile Banking*

Menurut Hadi dan Novi (2015), *mobile banking* adalah salah satu layanan yang disediakan oleh perbankan yang mempraktikan teknologi informasi. Layanan ini menjadi kesempatan bagi bank untuk menawarkan nilai tambah kepada pelanggan. *Mobile banking* atau biasa disebut dengan *m-banking* adalah layanan perbankan yang diberikan oleh pihak bank untuk berkontributif dalam kelancaran dan kemudahan kegiatan-kegiatan perbankan, keefektifan dan keefisienan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi *M-Banking* tidak akan berjalan, jika tidak didukung oleh telepon seluler dan internet. Setiap orang yang menggunakan ponsel dapat memanfaatkan

fasilitas ini, untuk bertransaksi dimana saja dan kapanpun dengan mudah. *Mobile banking* mengarah pada penggunaan perangkat mobile untuk melakukan transaksi perbankan dan jasa lainnya. contohnya untuk melihat laporan rekening, mentransfer dana, memeriksa saldo rekening dan pembayaran tagihan melalui perangkat mobile seperti ponsel pintar hal ini di jelaskan oleh Murat *et al.* (2015).

SMS *banking* dan *mobile banking* adalah layanan yang sama- sama dapat diakses langsung menggunakan ponsel, hanya saja *mobile banking* memiliki derajat kecanggihan yang lebih tinggi. Untuk bisa melakukan transaksi perbankan pihak bank melakukan kongsi dengan operator selular, sehingga dalam SIM Card (kartu *chips* seluler) GSM (*Global for Mobile communication*) sudah dipasangkan program khusus. Dibandingkan dengan SMS *banking* proses transaksi nasabah lebih mudah menggunakan *mobile banking*. Beberapa jenis transaksi *mobile banking* menurut Otoritas Jasa Keuangan (2014) antara lain transfer dana, informasi saldo, mutasi rekening, informasi nilai tukar, pembayaran (kartu kredit, PLN, telephone, *handphone*, listrik, asuransi), pembelian (pulsa isi ulang, saham).

Menurut Audi *et al.* (2016), *mobile banking* didefinisikan sebagai media perbankan dimana konsumen/nasabah atau pemegang rekening dapat menggunakan telepon genggamnya untuk melakukan transaksi perbankan atau jasa keuangan lainnya yang terkait atau hubungan dengan bank. *Mobile banking* tidak bisa di samakan oleh *phone banking* dan juga berbeda dengan *internet banking*. *Mobile banking* didasarkan pada pergantian informasi antar bank dan pengguna via telpon genggamnya menggunakan aplikasi *mobile*.

### **Penggunaan Mobile Banking**

Muntiana *et al.* (2012) menyatakan bahwa *actual system usage* adalah kondisi nyata pengguna sistem. Dalam kondisi penggunaan sistem teknologi informasi, perilaku dikonsepskan dalam penggunaan sesungguhnya (*actual use*) yang merupakan bentuk pengukuran terhadap frekuensi dan

durasi waktu penggunaan teknologi. Dalam hal ini jumlah waktu yang digunakan untuk berinteraksi dengan suatu teknologi dan besarnya penggunaan merupakan penilaian penggunaan sesungguhnya. Pengguna akan puas menggunakan sistem apabila memercayai bahwa sistem tersebut mudah digunakan dan akan menambah produktifitas yang tergambar dari kondisi nyata pengguna.

Dalam penggunaan *mobile banking*, durasi erat kaitannya dengan banyaknya waktu yang digunakan oleh pengguna dalam berinteraksi menggunakan layanan *mobile banking*. Sementara itu frekuensi penggunaan *mobile banking* dapat dilihat dari tingkat seberapa sering pengguna dalam menggunakan layanan *mobile banking* dalam kehidupan sehari- hari.

### **Kemudahan**

Jogianto (2013) menyatakan kemudahan penggunaan diartikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Jika seseorang akan menggunakan sistem informasi, maka orang tersebut merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan. Sebaliknya jika sistem informasi tersebut sulit atau tidak mudah digunakan maka tidak akan menggunakannya.

Persepsi kemudahan memberikan tanda bahwa suatu sistem dibuat bukan untuk mempersulit pemakainya, tetapi justru mempermudah seseorang dalam menangani pekerjaannya. Maka dari itu seseorang yang bekerja menggunakan sistem akan lebih mudah dibandingkan dengan seorang yang tidak bekerja dengan sistem (Hadi & Novi, 2015). Sistem tersebut mudah digunakan dengan kata lain pengguna merasa bahwa tidak diperlukan usaha keras ketika menggunakan sistem.

### **Ketersediaan Fitur**

Fitur industri perbankan di seluruh dunia menjadi semakin melonjak dan bersaing. Bank dibantu oleh perkembangan teknologi, telah merespon tantangan dengan mengadopsi strategi baru, yang menekankan pada upaya untuk membangun kepuasan

pelanggan melalui penawaran produk dan layanan yang lebih baik dan pada saat yang sama untuk meminimalkan biaya operasional (Sohail & Shanmugham, 2003). Penyediaan layanan *mobile banking* telah digunakan secara luas, dan pemahaman mengenai proses pengadopsian oleh pelanggan memiliki praktik penting bagi para bankir dan pelanggan lainnya.

Masalah utama yang timbul dari meningkatnya jumlah pengguna ponsel adalah jenis fitur dan fasilitas harus disediakan untuk pelanggan sehingga mereka termotivasi untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Fitur yang luar biasa, kemudahan dan aksesibilitas yang membuat *mobile banking* sangat menarik bagi konsumen tanpa diketahui oleh praktisi perusahaan. Laura (2011) meneliti bahwa perusahaan berusaha untuk bekerja lebih cerdas dan lebih efisien. Untuk tujuan itu, perusahaan dan pengusaha dapat menggunakan *mobile banking* untuk bisnis mereka terkait transaksi. Bank dapat mengirit waktu perusahaan dengan menyediakan yang paling penting, yaitu informasi tepat waktu yang dapat diakses dalam perjalanan. Dengan *smartphone*, tablet atau perangkat *mobile* lainnya, pengguna dapat menghubungkan keputusan transaksi dan otorisasi di mana saja. (Chavda & Solanki 2014).

Menurut Ainscough dan Luckett dalam Ahmad (2014) perlengkapan interaktivitas untuk pengguna adalah kriteria penting yang menarik pengguna dalam penggunaan *e-banking*. Gerrard dan Cunningham (2014) juga mengartikan faktor-faktor lain yang sangat penting dalam memastikan kesuksesan *e-banking*, yaitu kemampuan suatu inovasi untuk memenuhi kebutuhan nasabah dengan menggunakan ketersediaan fitur (*feature availability*) yang berbeda pada situs web. Fitur mengarah pada layanan yang tersedia di *e-banking*. pembaruan produk dikaitkan dengan ketersediaan teknologi tepat guna, dan dukungan teknis, pengenalan yang tepat dan peningkatan layanan elektronik (Poon, 2017). Dalam *mobile banking*, fitur (*feature*) berarti hal-hal apa saja yang dapat dilakukan oleh nasabah dengan menggunakan *mobile*

*banking*. Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh Williams *et al.* (2011) sebagian besar nasabah mengungkapkan ketersediaan fitur akan mempengaruhi keputusan mereka untuk beralih. Seperempat dari mereka yang sudah menggunakan *mobile banking* sudah berganti ke fitur yang baru atau fitur yang telah diperbarui.

Terdapat beberapa konstruk yang menjadi indikator ketersediaan fitur (*feature availability*) suatu sistem *e-banking* menurut Poon (2017), yaitu: (1) kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa; (2) keberagaman layanan transaksi; (3) keberagaman fitur, dan (4) inovasi produk. Inovasi produk berhubungan dengan ketersediaan teknologi yang sesuai, pengenalan produk yang tepat, dan pengembangan atas jasa. Henderson (1994) menunjukkan bahwa inovasi yang cepat menawarkan lebih banyak kesempatan untuk menyesuaikan layanan tertentu atau produk sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Selain itu fitur-fitur yang disediakan haruslah sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh pengguna karena hal ini yang akan mempengaruhi kepuasan pengguna sistem.

### **Hubungan Kemudahan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking***

Bank memberikan layanan berupa *mobile banking* yang dapat dengan mudah dimengerti dan dipelajari oleh nasabah atau penggunanya merupakan arti kemudahan dalam penggunaan *mobile banking*. Nasabah dapat dengan mudah melakukan transaksi sesuai dengan keinginannya. Pengguna memiliki refleksi psikologis untuk bersikap terbuka terhadap sesuatu yang mudah dipahami dan dapat mendorongnya untuk menerima dan menggunakan sistem tersebut. Dapat disimpulkan bahwa semakin mudah dipelajari dan digunakan maka *mobile banking* semakin menarik keinginan nasabah untuk menggunakannya (Hadi & Novi, 2015).

Hasil penelitian Hapsara (2015) kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*. Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan

Sulastini dan Warmika (2013) bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap menggunakan *internet banking*. Pada hasil penelitian lain, yang dilakukan oleh Hadi dan Novi (2015), menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*. Berdasarkan penelitian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H<sub>0</sub>: Tidak terdapat pengaruh kemudahan terhadap penggunaan BNI *Mobile Banking*

H<sub>1</sub>: Terdapat pengaruh kemudahan terhadap penggunaan BNI *Mobile Banking* BNI

### Hubungan ketersediaan fitur terhadap penggunaan *Mobile Banking*

*Mobile banking* merupakan suatu sistem yang berbeda dengan sistem lainnya (Chasbiandani & Pandansari, 2016). *Mobile banking* sangat dibatasi oleh keterbatasan layar dalam perangkat-perangkat mobile yang cenderung kecil sehingga sangat membatasi konten layanan yang dapat ditampilkan. Sehingga, bagaimana suatu informasi diolah dan ditampilkan merupakan suatu hal yang penting. Untuk meningkatkan kepuasan pengguna *mobile banking* maka dalam aplikasi tersebut perlu didesain sebisa mungkin untuk mudah dipahami oleh pengguna sehingga meningkatkan penggunaan *mobile banking*.

Ahmad dan Prambudi (2014) dalam penelitiannya menunjukkan variabel ketersediaan fitur, baik secara individu (parsial) atau bersama-sama, berpengaruh terhadap minat menggunakan *internet banking*. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Prambudi, penelitian yang dilakukan oleh Nisa *et al.* (2013) juga menunjukkan bahwa ketersediaan Fitur berpengaruh positif terhadap minat untuk menggunakan *internet banking*. Berdasarkan penelitian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H<sub>0</sub>: Tidak terdapat pengaruh ketersediaan fitur terhadap penggunaan BNI *mobile banking*

H<sub>2</sub>: Terdapat pengaruh ketersediaan fitur terhadap penggunaan BNI *mobile banking*

### Hubungan Kemudahan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan *Mobile Banking*

Kemudahan pengguna adalah suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi muda digunakan maka dia akan menggunakannya. Sama halnya dengan dengan penggunaan *mobile banking*, semakin mudah layanan *mobile banking* tersebut maka minat nasabah dalam menggunakan layanan semakin besar. Gerrad dan Cunningham dalam Ahmad (2014) fitur merupakan perlengkapan untuk interaktivitas nasabah adalah kriteria penting yang menarik perhatian para nasabah di dalam penyampaian jasa. Ahmad juga menyatakan pengaruh ketersediaan fitur karena indikator adanya nasabah dapat melakukan berbagai keperluan seperti cek saldo, transfer dan pembayaran tagihan dengan adanya *mobile banking*. Berdasarkan penelitian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

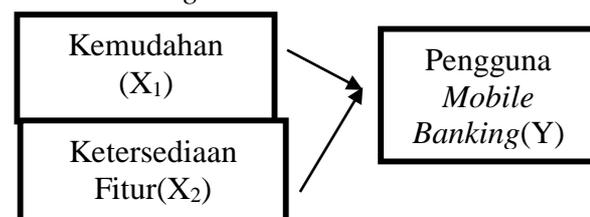
H<sub>0</sub>: Tidak terdapat pengaruh kemudahan dan ketersediaan fitur secara bersama-sama terhadap penggunaan BNI *Mobile Banking*

H<sub>3</sub>: Terdapat pengaruh kemudahan dan ketersediaan fitur secara bersama-sama terhadap penggunaan BNI *Mobile banking*

### Model Penelitian

Gambar 1

*Model Kerangka Pemikiran Penelitian*



**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini memfokuskan pada pengaruh kemudahan dan ketersediaan fitur terhadap penggunaan mobile banking pada PT. Bank Negara Indonesia yang berlokasi di Jambi, dengan objek penelitiannya adalah nasabah pengguna layanan mobile banking sebanyak 100 responden, yang waktu penelitiannya adalah 13 Agustus sampai dengan 14 September 2020. Variabel yang diteliti pada penelitian ini terdiri dari tiga variable yaitu variabel Independen kemudahan ( $X_1$ ), Ketersediaan fitur ( $X_2$ ) dan variabel dependen *Mobile banking* (Y), berikut operasional variabel penelitian.

Tabel 1  
*Operasional Variabel Penelitian*

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kemudahan ( $X_1$ )	Mudah dipelajari	Mempelajari menggunakan <i>Mobile Banking</i> sangat mudah	Likert
	Mudah dikendalikan	Merasa mudah mengendalikan <i>mobile banking</i>	
	Jelas dan dapat dimengerti	Interaksi saya dengan <i>mobile banking</i> jelas dan dapat dimengerti	
	Fleksibilitas	<i>Mobile banking</i> fleksibel untuk berinteraksi	
	Mudah untuk menjadi terampil	Terampil dalam menggunakan <i>mobile banking</i>	
	Mudah digunakan	Keseluruhan system mobile banking mudah digunakan	
Ketersediaan Fitur ( $X_2$ )	Kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa	Kemudahan akses layanan	Likert
	Keberagaman layanan transaksi	1. Layanan transfer utilitas publik 2. Kepuasan terhadap layanan	

		yang beragam	
	Keberagaman fitur	Mengubah user ID, Keterangan saldo, keterangan kartu ATM	
	Inovasi Produk	Terus-menerus menyempurnakan layanan perbankan	
Penggunaan <i>mobile banking</i> (Y)	Pemakaian nyata	Mengakses <i>mobile banking</i> setiap hari termasuk liburan	Likert
	Frekuensi penggunaan	1. Mengakses <i>mobile banking</i> hampir setiap hari 2. Mengakses <i>mobile banking</i> rata-rata 3 menit	
	Kepuasan pengguna	1. Secara keseluruhan puas dengan kinerja <i>mobile banking</i> 2. Menyampaikan kepuasan <i>mobile banking</i> kepada keluarga dan teman	

Sumber: Data diolah

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan menguji hipotesis. Dalam mengelolah dan menganalisis data, penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Sosial Science*). Uji instrumentasi yang digunakan adalah uji validitas yang r hitung harus lebih besar dari r tabel dan uji reabilitas yang Crobach's Alpha harus lebih besar dari 0.70.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Yang digunakan untuk bersama-sama menghitung kemudahan dan ketersediaan fitur, model persamaan linear berganda adalah sebagai berikut

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan

Y = Penggunaan Mobile Banking

a = Koefisien Konstanta

$b_1, b_2$  = Koefisien Regresi

$X_1$  = Kemudahan

$X_2$  = Ketersediaan Fitur

e = Residual error masing-masing variabel

### HASIL PENELITIAN

#### Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Kriteria yang digunakan dalam menentukan valid tidaknya pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah tingkat kepercayaan 95%, dengan cara  $r$  hitung dibandingkan dengan  $r$  tabel sebesar 0.279. Dari hasil perhitungan semua instrument yang digunakan valid. Uji reabilitas untuk variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* > 0.70. berikut adalah hasil uji reabilitas dari variabel kemudahan, ketersediaan fitur dan penggunaan mobile banking.

Tabel 2

Hasil Uji Reabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
1	Kemudahan	.938	6
2	Ketersediaan Fitur	.785	7
3	Penggunaan Mobile Banking	.858	5

Sumber: Data diolah

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independent). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *tolerance*  $\leq 0.01$  atau sama dengan nilai *VIF*  $\geq 10$  (Ghozali, 2016).

Tabel 3

Uji Multikolonieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,437	1,819		1,340	,183	
	X1	,378	,108	,391	3,505	,001	,377
	X2	,299	,086	,388	3,474	,001	,377

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah

Berdasarkan data di atas, dari hasil uji *Variance Inflation Factor* (VIF) pada hasil *output* SPSS table *coefficients*, masing-masing variabel independen memiliki *VIF*  $\geq 10$  dan *tolerance*  $\leq 0.1$ . maka dapat dinyatakan model regresi linier berganda tidak dapat multikolinieritas antara variabel dependent dengan variabel independen yang lain sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

#### Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2016), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamat ke pengamat yang lain. Kriteria terjadinya heterikedastisitas dalam suatu model regresi adalah jika signifikansinya dibawah tingkat kepercayaan 0.05, yang berarti bahwa tingkat signifikannya > 0.05 penelitian dapat dilanjutkan.

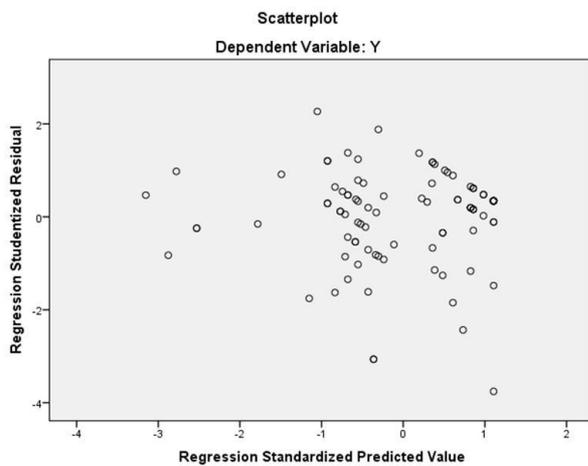
Tabel 4  
Uji Heterokedastisitas

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	2,642	1,184		2,231	,030
KEMUDAHAN	-,013	,069	-,041	-,185	,854
KETERSEDIAAN FITUR	-,038	,055	-,152	-,689	,494

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Sumber: Data diolah

Gambar 2  
Grafik Scatterplot Uji Heterokedastisitas

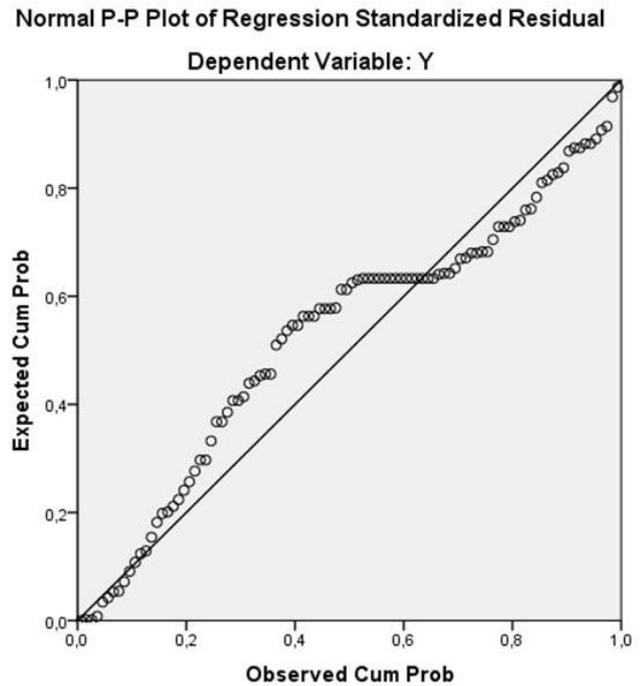


Berdasarkan hasil variabel independen (kemudahan dan ketersediaan fitur) diperoleh hasil nilai signifikansi > 0.05. karena nilai signifikansinya > 0.05 maka tidak terdapat heterokedastisitas dan hasil uji dapat dilakukan. Berdasarkan gambar grafik terlihat bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu y serta tidak membentuk pola, jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa asumsi heterokedastisitas tidak terpenuhi.

### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal yaitu dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dan distribusi normal.

Gambar 3  
Normal P-P Plot Uji Normalitas



Berdasarkan gambar di atas dapat disimpulkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal. Jadi data menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi ini memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 5  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,59848813
Most Extreme Differences	Absolute	,116
	Positive	,116
	Negative	-,113
Test Statistic		,116
Asymp. Sig. (2-tailed)		,089 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Pengujian juga dilakukan dengan uji *Kolmogorof-Smirnov* dan hasil menunjukkan bahwa tingkat signifikansi residual sebesar 0.089 atau lebih besar dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model penelitian memiliki distribusi data normal.

## Pengujian Hipotesis

### Uji Koefisien Determinasi (Uji R)

Hasil pengujian koefisien determinasi yang telah dilakukan, maka diperoleh data sebagai berikut

Tabel 6  
*Uji Koefisien Determinasi*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,819 <sup>a</sup>	,670	,656	1,632

a. Predictors: (Constant), KETERSEDIAAN FITUR, KEMUDAHAN

b. Dependent Variable: PENGGUNAAN MOBILE BANKING

Model summary menunjukkan bahwa R Square adalah 0.670 atau 67%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independent yakni kemudahan dan ketersediaan fitur mampu menjelaskan variabel dependent yaitu penggunaan *mobile banking* sebesar 67% selebihnya 33% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Tabel 7

### Signifikansi Parameter Individual (Uji-t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Beta	Tolerance
1	(Constant)	2,437	1,819		1,340	,183		
	X1	,378	,108	,391	3,505	,001	,377	2,651
	X2	,299	,086	,388	3,474	,001	,377	2,651

- a. Menguji pengaruh variabel kemudahan. Terlihat bahwa t hitung variabel kemudahan adalah 3.505 sedangkan t tabel dihitung pada tabel t-test, dengan  $\alpha = 0.05$ , dan  $df = 97$  didapat t tabel adalah 1.984. variabel kemudahan memiliki nilai signifikansi  $0.001 < 0.05$  sedangkan nilai t hitung  $> t$  tabel ( $3.505 > 1.984$ ) maka dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh signifikansi terhadap variabel penggunaan *mobile banking* secara parsial.

- b. Menguji pengaruh variabel ketersediaan fitur.

Terlihat bahwa t hitung variabel ketersediaan fitur adalah 3.474 sedangkan t tabel dihitung pada tabel t-test, dengan  $\alpha = 0.05$  dan  $df = 97$  didapat t tabel adalah 1.984. variabel kemudahan memiliki nilai signifikansi  $0.001 < 0.05$  sedangkan nilai t hitung  $> t$  tabel ( $3.474 > 1.984$ ) maka dapat disimpulkan bahwa variabel ketersediaan fitur berpengaruh signifikan terhadap variabel penggunaan *mobile banking* secara parsial.

Tabel 8

### Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	569,686	2	284,843	57,742	,000 <sup>b</sup>
	Residual	478,504	97	4,933		
	Total	1048,190	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Dalam model ANOVA dapat diperoleh F hitung sebesar 57.742, dengan tingkat signifikansi sebesar 5% dan nilai F tabel = 3.09. karena F hitung ( $57.742 > 3.09$ ) maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Selain itu nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,005$ . Maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel penggunaan *mobile banking* atau dengan kata lain variabel kemudahan dan ketersediaan fitur secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel penggunaan *mobile banking*.

### Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Dari hasil pengujian regresi linier berganda terdapat persamaan yang menunjukkan koefisien regresi dari dua variabel bebas ( $b_1, b_2$ ) bertanda positif hal ini berarti bahwa variabel kemudahan dan ketersediaan fitur terpenuhi mengakibatkan penggunaan *mobile banking* akan semakin

meningkat. dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

1. Nilai koefisien kemudahan X1 sebesar 0.378 menunjukkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*. Artinya semakin besar kemudahan *mobile banking* yang diterima penggunanya, maka penggunaan *mobile banking* BNI akan meningkat.
2. Nilai koefisien ketersediaan fitur X2 sebesar 0.299 menunjukkan bahwa variabel ketersediaan fitur berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*. Artinya semakin besar ketersediaan fitur *mobile banking* yang diterima penggunanya, maka penggunaan *mobile banking* BNI akan meningkat.

Dari persamaan regresi berganda tersebut menunjukkan bahwa variabel kemudahan adalah variabel yang paling berpengaruh secara signifikan yaitu sebesar 0.378 atau 37.8%.

## KESIMPULAN

### Simpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan maka dapat diambil kesimpulan untuk variabel kemudahan dan ketersediaan fitur secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*. Hal ini didasarkan pada hasil uji F sebesar 57,742. Dari hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel independen yakni kemudahan dan ketersediaan fitur mampu menjelaskan variabel dependen yaitu *mobile banking* sebesar 63% selebihnya 33% ditentukan atau dijelaskan oleh variabel lain.

### Keterbatasan

Bagi peneliti selanjutnya, dengan adanya penelitian ini diharapkan peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian lebih lanjut berkaitan dengan penggunaan *mobile banking* pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Dengan menambah periode serta jumlah sampel, mengganti objek penelitian pada bank tertentu dan menambah variabel penelitian lain sehingga dapat

memperbaiki kekurangan-kekurangan yang ada.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad dan B. S. Prambudi. 2014. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan *Internet Banking* (Studi pada Program Layanan *Internet Banking* BRI). *Jurnal Studi Manajemen*.
- Afifah, R. 2017. *Pengaruh manfaat, kemudahan, kepercayaan dan ketersediaan fitur terhadap penggunaan mobile banking bank syariah mandiri* (Bachelor's thesis, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis,).
- Audi, M. F, et al. 2016. Adoption of Mobile Banking Applications in Lebanon. *Journal of Internet Banking and Commerce..*
- Bharti M. 2016 *Impac Of Dimensions Of Mobile Banking On User Satisfaction* *Jurnal Of Internet Banking And Commerce.*
- Chasbiandani T., dan Pandasari T. 2016 *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Keputusan Penggunaan Mobile Banking: Modifikasi Delone dan Mclean.* Proseding Seminar nasional Dan PKM Sosial, Ekonomi dan Humaniora.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23.* Edisi 8. Cetakan Kedelapan. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hadi, S. dan Novi. 2015. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking.* *Jurnal Ekonomi dan Bisnis OPTIMUM.*
- Hapsara, R. F. 2015. *Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi pada nasabah Bank BRI Kantor Cabang Solo Kartasura).* Naskah Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah. Surakarta.

- Morissan. 2015. *Metode Penelitian Survei*. Prenadamedia Group. Jakarta.
- Muntianah, S. T., dkk. 2012. *Pengaruh Minat Perilaku Terhadap Actual Use Teknologi Informasi Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model*. Jurnal Profit.
- Nisa, D. D., dkk. 2013. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Menggunakan Layanan Internet Banking Mandiri*. Jurnal Manajemen.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2015. *Bijak Ber-Electronic Banking*. Otoritas Jasa Keuangan. Jakarta.
- Poon, W. C. 2017. *Users' Adoption of E-Banking Services: The Malaysian Perspective*. Journal of Business & Industrial Marketing.
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 19/POJK.03/2014 *Layanan Keuangan Tanpa Kantor Dalam Rangka Keuangan Inklusif*. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5628. Otoritas Jasa Keuangan. Jakarta.
- Rusman, T. 2015. *Statistika Penelitian; Aplikasinya dengan SPSS*. Cetakan Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Suharyadi dan Purwanto S.H. 2011. *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Edisi 2. Salemba Empat. Jakarta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta. Bandung.
- Sulastini, N. P. dan I. G. K. Warmika. 2014. *Aplikasi TAM, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan dalam Menjelaskan Niat Menggunakan Internet Banking*. E-Journal Manajemen Universitas Udayana, Bali..
- Sutabri, T. 2016. *Sistem Informasi Manajemen (Edisi Revisi)*. Edisi Kedua. Cetakan Pertama. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Syahrizal, S. 2019. *Transaksi Tinggal 1,8%, Bagaimana Nasib Kantor Cabang BCA?*. Cnbcindonesia.com. diakses pada tanggal 6 Juni 2020.
- Williams, S., et al. 2011. *Competing with the Mega-Banks through Mobile & Web Channels*. Presentation Gonzo Banker Publication. Cornerstone Advisors, INC: Scottsdale.
- Yusnaini. 2010. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Internet Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Pada Bank Swasta*. Jurnal Dinamika Akuntansi.