

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENERIMAAN MOBILE BANKING STUDI KASUS : BRI CABANG BAJAWA

Yasinta Oktaviana L.Rema¹⁾, Djoko Budianto Setyohadi²⁾

¹⁾²⁾ MAGISTER TEKNIK INFORMATIKA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

e-mail: rema.ivana@gmail.com¹⁾, djoko.bdy@gmail.com²⁾

ABSTRAK

Indonesia sebagai salah satu negara dengan pengguna ponsel terbesar di dunia, yang mana jumlah ponsel lebih besar dari jumlah penduduknya. Hal ini membuat bank-bank berlomba-lomba untuk berusaha memberikan layanan terbaiknya kepada nasabah, salah satunya melalui layanan mobile banking. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki niat penggunaan kembali mobile banking oleh nasabah pengguna mobile banking di Bank BRI Cabang Bajawa.

Penelitian ini mengadaptasi teori Unified Theori of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) yang dimodifikasi dengan tambahan dua variabel yaitu *perceived security* dan *perceived financial cost* yang merupakan variabel yang diadaptasi dari *perceived risk*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner kepada 133 responden pengguna mobile banking BRI Cabang Bajawa. Structural Equation Modeling (SEM) digunakan untuk menganalisis model yang diusulkan.

Hasil penelitian menunjukkan persepsi keamanan dan kemudahan penggunaan menjadi faktor yang paling menentukan dalam niat perilaku seseorang untuk menggunakan mobile banking. Niat perilaku dan kondisi pemfasilitasi juga mempengaruhi seseorang dalam menggunakan kembali mobile banking. Biaya yang besar dalam menggunakan mobile banking masih menjadi penghalang dalam niat seseorang menggunakan mobile banking. Manfaat yang dirasakan yang dirasakan dan pengaruh sosial tidak mempengaruhi niat perilaku seseorang dalam menggunakan mobile banking. Hal dapat dikarenakan mobile banking bukan merupakan sistem atau aplikasi yang langsung yang responden gunakan dalam pekerjaan mereka sehingga manfaat langsung tidak terlalu dirasakan.

Kata Kunci: mobile banking, penerimaan teknologi, UTAUT

ABSTRACT

Indonesia as one of the countries with the largest mobile phone users in the world, which is where the phone number is greater than the number of inhabitants. This makes banks compete to try to give the best service to customers, one of them through the mobile banking service. This study aims to investigate the intention of re-use of mobile banking by customers mobile banking users in Bank BRI Branch Bajawa.

This study adapted the theory of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) modified with the addition of two variables, *perceived security* and *perceived financial cost* that is a variable adaptation of *perceived risk*. The data collection is done by distributing questionnaires to 133 respondents mobile banking users BRI Branch Bajawa. Equational Structural Modeling (SEM) was used to analyze the proposed model.

The results showed perception of security and ease of use become the most decisive factor in a person's behavioral intention to use mobile banking. Behavioral intentions and pemfasilitasi condition also affects a person in the use of mobile banking back. The huge costs of using mobile banking is still an obstacle to one's intention to use mobile banking. The perceived benefits and perceived social influence does not affect a person's behavioral intention to use mobile banking. It could be due to mobile banking is not a system or application that direct the respondents to use in their work so that immediate benefits do not experience any.

Keywords: mobile banking, technology acceptance, UTAUT

I. PENDAHULUAN

Teknologi informasi saat ini berkembang dengan sangat cepat, sejalan dengan pemanfaatannya di berbagai bidang kehidupan antara lain, kesehatan, perbankan, pendidikan dan lain sebagainya. Melalui perkembangannya teknologi telah menjangkau ke berbagai daerah. Contohnya di Indonesia yang merupakan negara kepulauan, pemanfaatan teknologi menjadi sangat dibutuhkan agar informasi dan pengetahuan mampu diserap hingga ke daerah-daerah pelosok. Penerimaan dan penggunaan teknologi menjadi topik yang sering diteliti dan diinvestigasi di bidang Sistem Informasi (SI) dan Teknologi Informasi [1]

Dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi memberikan dampak secara global terhadap perbankan. Salah satu dampaknya adalah pengenalan *Mobile banking*. Melalui *Mobile banking* pihak perbankan berusaha memberikan layanan yang cepat, mudah, nyaman, dimana saja dan kapan saja bagi

nasabah untuk melakukan transaksi keuangan dengan aman. Dengan *mobile banking* bank dapat meningkatkan kualitas layanan mereka sekaligus mengurangi biaya jasa (Zhou et al., 2010).

Indonesia dengan jumlah penduduk sekitar 251 juta jiwa merupakan salah satu negara dengan pengguna ponsel terbesar di dunia. Berdasarkan data *US Census Bureau* pada Januari 2014 pengguna ponsel di Indonesia bahkan lebih besar dari jumlah penduduknya yaitu berkisar di angka 281 juta (Metronews, 2015).

Melihat potensi ini bank-bank di Indonesia berlomba-lomba untuk memberikan layanan perbankan melalui fasilitas *mobile banking*. Berdasarkan survei yang dilakukan lembaga riset telematika *Sharing Vision* dalam laporan pertumbuhan *sms/mobile banking* di Indonesia, total pertumbuhan pengguna *sms/mobile banking* dari 4 bank yang diteliti (Bank Mandiri, BCA, BNI dan BRI) di Indonesia mencapai angka 23,65 juta pengguna di awal tahun 2015. Jumlah tersebut naik 25 persen dari jumlah pengguna *sms/mobile banking* pada tahun 2014 yang mencapai 18,8 juta pengguna.

Meskipun penggunaan *sms/mobile banking* mengalami peningkatan pertumbuhan setiap tahunnya, hal ini berbanding terbalik dengan fenomena yang ada di masyarakat. Masyarakat masih memilih menggunakan transaksi tunai dengan menggunakan uang kartal. Melalui jajak pendapat, Kompas (2014) menyebutkan bahwa kurangnya kebiasaan masyarakat bertransaksi nontunai dipengaruhi, salah satunya oleh faktor keamanan. 70 persen respondennya memilih menggunakan uang kartal (uang logam dan kertas) untuk bertransaksi secara tunai dibandingkan dengan transaksi nontunai (Riyandra P, 2015)

Demikian pula yang terjadi di Kota Bajawa Kabupaten Ngada, pembayaran dengan menggunakan uang kartal masih menjadi pilihan utama dibandingkan dengan uang digital. Bank BRI Cabang Bajawa sebagai salah satu bank terbesar dengan jumlah nasabah hampir 87 ribu, juga memiliki layanan *mobile banking* sebagai salah satu produk yang ditawarkan sejak tahun 2006. Tahun 2010 layanan *mobile banking* mengalami pengembangan ke arah yang lebih baik guna tercapai tujuan yang diinginkan yaitu memudahkan nasabah untuk bertransaksi di mana saja dan kapan saja.

Dari data yang diperoleh, BRI Cabang Bajawa memiliki dua layanan *mobile banking* yaitu melalui aplikasi *mobile banking* melalui layanan *BRI mobile* dan yang dapat diunduh ke *smartphone* dan layanan *sms banking*. Dengan jumlah nasabah 86.874 nasabah, hanya sekitar 19.933 nasabah atau kurang dari 23 persen yang terdaftar untuk menggunakan *mobile banking* (*sms banking* dan aplikasi *mobile banking*). Dari 23 persen nasabah yang mendaftar sebagai pengguna *mobile banking* tersebut, tidak dapat dikatakan bahwa mereka semua sering bertransaksi dengan menggunakan *mobile banking*.

Dibutuhkan penelitian lebih lanjut tentang bagaimana penerimaan *mobile banking* oleh nasabah bank BRI di kota Bajawa Kabupaten Ngada. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap penerimaan dan penggunaan *mobile banking* oleh nasabah di Indonesia khususnya di Kota Bajawa Kabupaten Ngada, Nusa Tenggara Timur dengan menggunakan pendekatan model *Unified Theory Of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT).

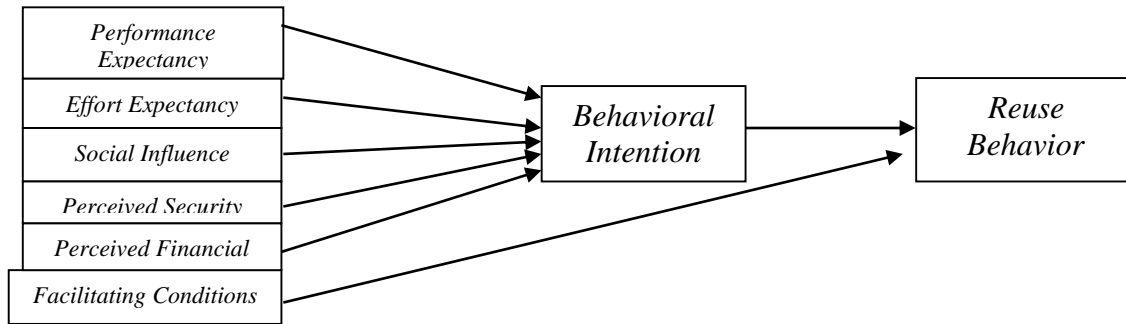
A. Model Penelitian Yang Disusulkan

Mobile banking yang menjadi obyek penelitian disini adalah semua jenis layanan perbankan yang dapat diakses melalui layanan perangkat *mobile*, baik dalam bentuk aplikasi *mobile banking*, *sms banking*, maupun melalui *browser* yang tersedia pada perangkat *mobile*. Nasabah dapat melakukan berbagai transaksi seperti cek saldo, transfer, pembayaran, pembelian, dan layanan lainnya yang tersedia dalam fitur-fitur *mobile banking*.

Model UTAUT digunakan sebagai dasar dalam penelitian ini, dengan modifikasi tambahan dua variabel utama yaitu variabel persepsi keamanan dan variabel persepsi biaya. Modifikasi dianggap perlu dilakukan untuk lebih menyesuaikan dengan kondisi yang ada di tempat penelitian. Variabel persepsi keamanan digunakan karena dianggap sesuai dengan karakteristik *mobile banking* yang rentan terhadap tindakan kejahatan. Sedangkan variabel persepsi biaya ditambahkan karena peneliti menganggap bahwa di tempat penelitian persepsi biaya masih menjadi pertimbangan bagi pengguna untuk mengadopsi *mobile banking* (Wessel & Drennan, 2010) (Hanafizadeh et al., 2012) (Yu, 2012).

Variabel moderator berupa gender, umur, pengalaman dan kesukarelaan penggunaan dalam UTAUT tidak digunakan, karena penelitian ini merupakan penelitian yang hanya mengobservasi fenomena penggunaan *mobile banking* pada satu titik waktu tertentu (*cross-sectional*). Berbeda dengan UTAUT yang dikembangkan melalui penelitian *longitudinal* (Riyandra P, 2015).

Berikut merupakan model penelitian yang diusulkan :



B. Pengembangan Hipotesis

1. Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*)

Dalam UTAUT ekspektasi kinerja/harapan kinerja (*performance expectancy*) mirip dengan manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*) dari TAM/TAM2, keuntungan relatif (*relative advantage*) dari IDT, dan *outcome expectations* dari SCT. Semuanya menjelaskan tentang sejauh mana individu-individu percaya bahwa dengan menggunakan sebuah sistem dapat membantu mencapai keuntungan dalam pekerjaan mereka (Venkatesh et al., 2003). Dalam hal ini, ekspektasi kinerja mencerminkan persepsi pengguna bahwa ada peningkatan kinerja atau keuntungan yang dirasakan dengan menggunakan *mobile banking* seperti proses pembayaran yang nyaman, respon yang cepat dan pelayanan yang lebih efektif (Zhou et al., 2010). Ekspektasi kinerja dianggap sebagai konsep yang paling ampuh untuk menjelaskan niat menggunakan sebuah sistem terlepas dari jenis lingkungan, wajib atau sukarela (Luo et al., 2010). Oleh karena itu diusulkan bahwa :

H1 : Ekspektasi kinerja berhubungan positif dengan niat perilaku untuk mengadopsi *mobile banking*.

2. Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*)

Ekspektasi usaha dalam UTAUT memiliki kesamaan dengan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dari TAM, kompleksitas (*complexity*) dari MPCU dan kemudahan penggunaan (*ease of use*) pada IDT (Venkatesh et al., 2003). Ekspektasi usaha/harapan usaha menurut UTAUT menjelaskan persepsi pengguna tentang tingkat kemudahan terkait dengan penggunaan sebuah sistem, dalam hal ini berkaitan dengan kemudahan belajar untuk menggunakan atau terampil menggunakan *mobile banking*. Maka diusulkan :

H2 : Ekspektasi usaha berhubungan positif dengan niat perilaku untuk mengadopsi *mobile banking*.

3. Pengaruh Sosial (*Social Influence*)

Pengaruh sosial mirip dengan norma subyektif dari TRA, TAM2, TPB/DTPB, TAM+TPB, faktor-faktor sosial dari MPCU, dan *image* dari IDT. Menurut UTAUT pengaruh sosial berpengaruh langsung terhadap niat perilaku. Pengaruh sosial didefinisikan sebagai derajat seorang individu merasakan bahwa penting bagi orang lain untuk percaya bahwa ia menggunakan teknologi terkini yang sesuai dengan harapan orang lain (Venkatesh et al., 2003). Perilaku individu ini dipengaruhi oleh pendapat orang sekitar individu tersebut seperti rekan kerja, kenalan, anggota keluarga maupun staf dari pihak bank yang merasakan manfaat penggunaan *mobile banking*. Seorang individu kadang merasa bahwa dengan menggunakan teknologi terkini seperti *mobile banking*, ia menjadi terlihat trendi dan profesional (Oliviera et al., 2014).

H3 : Pengaruh sosial berhubungan positif dengan niat perilaku untuk mengadopsi *mobile banking*.

4. Kondisi-kondisi Pemfasilitasi (*Facilitating Conditions*)

Kondisi memfasilitasi mirip dengan kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*) dari TPB, TPB+TAM, kondisi-kondisi pemfasilitasi dari MPCU dan kompatibilitas (*compatibility*) dari IDT. Kondisi memfasilitasi dalam UTAUT mencerminkan pengaruh ketersediaan infrastruktur pengguna dan teknis untuk mendukung penggunaan *mobile banking*, seperti pengetahuan dan sumber daya lainnya.

H4 : Kondisi memfasilitasi berpengaruh positif dengan perilaku penggunaan *mobile banking*

5. Persepsi Keamanan (*Perceived Security*)

Persepsi keamanan atas *mobile banking* secara umum mirip dengan persepsi keamanan atas perdagangan elektronik (*e-commerce*), yang mana di dalamnya termasuk persepsi pengguna atas otentifikasi dan kerahasiaan data yang dipertukarkan selama transaksi hanya dibatasi untuk pengguna yang sah saja. Penelitian ini mengeksplorasi pengaruh dari *perceived security* dari pengguna pada niat untuk menggunakan (*intention to use*) *mobile banking*. Layanan *mobile banking* rentan diretas oleh

pelaku kejahatan karena *mobile banking* memproses data-data keuangan antara bank dan nasabah. Pengguna akan lebih cenderung untuk berniat menggunakan *mobile banking* jika mereka mempunyai persepsi bahwa layanan *mobile banking* yang disediakan oleh bank telah dirancang dan mempunyai sistem yang aman dari tindakan pelaku kejahatan (Riyandra P, 2015). Hubungan antara persepsi keamanan (*perceived security*) dengan perilaku niat untuk menggunakan *mobile banking* dapat dinyatakan dalam hipotesis sebagai berikut:

H5: Persepsi keamanan (*perceived security*) memiliki pengaruh positif terhadap perilaku niat (*behavioral intention*) untuk menggunakan aplikasi *mobile banking*.

6. Persepsi Biaya (*Perceived Financial Cost*)

Penelitian tentang penerimaan teknologi *mobile banking* pada umumnya menekankan pada persepsi pengguna dari segi teori psikologis dan sosiologi. Namun ada beberapa penelitian membuktikan bahwa pengaruh ekonomi juga dalam hal ini biaya berpengaruh dalam penggunaan atau adopsi *mobile banking* (Yu, 2012). Persepsi biaya yang dimaksud adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa dia cukup memiliki sumber daya (uang) untuk membayar suatu sistem. (Wessel & Drennan, 2010) dalam penelitian mereka tentang pengaruh biaya pada niat penggunaan, menyimpulkan bahwa ada hubungan negatif antara biaya yang dirasakan dan niat menggunakan *mobile banking*. Hal ini juga didukung oleh (Hanafizadeh et al., 2012) yang menyatakan bahwa semakin besar biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan layanan *mobile banking*, maka semakin kecil penggunaannya. Dengan kata lain biaya yang dirasakan dapat menjadi penghalang besar bagi adopsi *mobile banking*. Maka diusulkan hipotesis sebagai berikut :

H6 : Persepsi biaya berhubungan negatif dengan niat perilaku untuk mengadopsi *mobile banking*.

7. Perilaku Niat (*Behavioral Intention*)

Niat untuk menggunakan teknologi adalah sebuah konsep sentral dalam TAM (Davis, 1989) dan UTAUT (Venkatesh et al., 2003). Model UTAUT menunjukkan bahwa kinerja seseorang dari perilaku tertentu ditentukan oleh perilaku niatnya untuk melakukan perilaku tersebut, dan perilaku niat secara bersama-sama ditentukan oleh sikap orang tersebut dan norma subyektif (Ajzen & Fishbein, 1980). Dalam penelitian ini perilaku niat (*behavioral intention*) merupakan variabel dependen sekaligus sebagai variabel perantara. Hubungan antara perilaku niat dengan perilaku menggunakan dalam adopsi *mobile banking* dapat dinyatakan dalam hipotesis sebagai berikut:

H7: Perilaku niat (*behavioral intention*) memiliki pengaruh positif terhadap perilaku menggunakan (*reuse behavior*) untuk menggunakan aplikasi *mobile banking*.

II. METODE PENELITIAN

Alat bantu dalam penelitian ini berupa alat bantu analisis yaitu SPSS Amos Version 20. Sedangkan bahannya berupa data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari responden yaitu nasabah BRI Cabang Bajawa dengan cara menyebarkan kuisioner secara langsung. Sedangkan data sekunder diperoleh dari hasil kajian pustaka melalui jurnal, buku teks, dan hasil penelitian terdahulu lainnya.

Studi pustaka dilakukan dengan melakukan *review* beberapa jurnal, buku teks maupun tesis terdahulu dan beberapa artikel dari internet tentang survei – survei yang dilakukan lembaga survei yang berkaitan dengan topik penelitian. Data dan informasi yang dikumpulkan berkaitan dengan topik *acceptance model* yaitu model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) dan *mobile banking*. Pengumpulan data awal dilakukan oleh peneliti dengan mengumpulkan informasi dari BRI Cabang Bajawa sebagai tempat penelitian berupa informasi secara keseluruhan tentang *mobile banking* baik sejarahnya, jenis layanan, maupun jumlah nasabah pengguna *mobile banking* yang berdomisili di kota Bajawa.

Kuisioner dalam penelitian ini merupakan adaptasi dari daftar kuisioner yang ada dalam UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Teckhonoly*) yang dibuat oleh Venkatesh maupun kuisioner dari peneliti-peneliti turunannya yang menggunakan model UTAUT. Oleh peneliti, daftar kuisioner asli yang menggunakan bahasa Inggris diterjemahkan sesederhana mungkin kedalam bahasa Indonesia agar mudah dipahami responden.

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah BRI Cabang Bajawa yang menggunakan layanan *mobile banking*. Dari data yang diperoleh diketahui pengguna *mobile banking* yang beralamat di Kota Bajawa mencapai mencapai 19.933 nasabah. Metode sampling dilakukan dengan menggunakan *accidental*

sampling dengan harapan mendapatkan kemudahan mendapatkan responden karena peneliti tidak memiliki daftar rinci (*list*) pengguna *mobile banking* di BRI Cabang Bajawa. Jumlah sampelnya penelitian ini sebanyak 133 sampel responden.

Setelah proses penyebaran kuisioner dilakukan, langkah selanjutnya adalah menganalisis data yang diperoleh dari responden. Analisis Validitas menunjukkan seberapa jauh satu tes atau satu set dari operasi-operasi mengukur apa yang seharusnya diukur. Alat ukur yang diuji dalam pengujian validitas adalah daftar pertanyaan yang telah diisi oleh responden. Hasil data yang diperoleh akan diuji untuk menunjukkan valid atau tidaknya suatu data. Validitas berhubungan dengan ketepatan alat ukur untuk melakukan tugasnya mencapai sarasannya. Dalam penelitian ini uji validitas menggunakan analisis faktor atau CFA (*confirmatory factor analysis*). Menurut Ghozali (2011) dikutip dari (Riyandra P, 2015), CFA digunakan untuk menguji kemampuan indikator-indikator berupa pertanyaan kuisioner yang digunakan dalam menginformasikan sebuah variabel. Syarat minimal suatu indikator dianggap valid jika nilai *loading* $\geq 0,05$.

Sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk menguji ketangguhan alat ukur yang digunakan, dalam hal ini daftar pertanyaan atau kuisioner apabila digunakan kembali oleh orang lain. Uji Reliabilitas dilakukan dengan uji Alpha Cronbach. Rumus Alpha Cronbach sebagai berikut:

$$\alpha = \left(\frac{K}{K - 1} \right) \left(\frac{s_r^2 - \sum s_i^2}{s_x^2} \right) \tag{1}$$

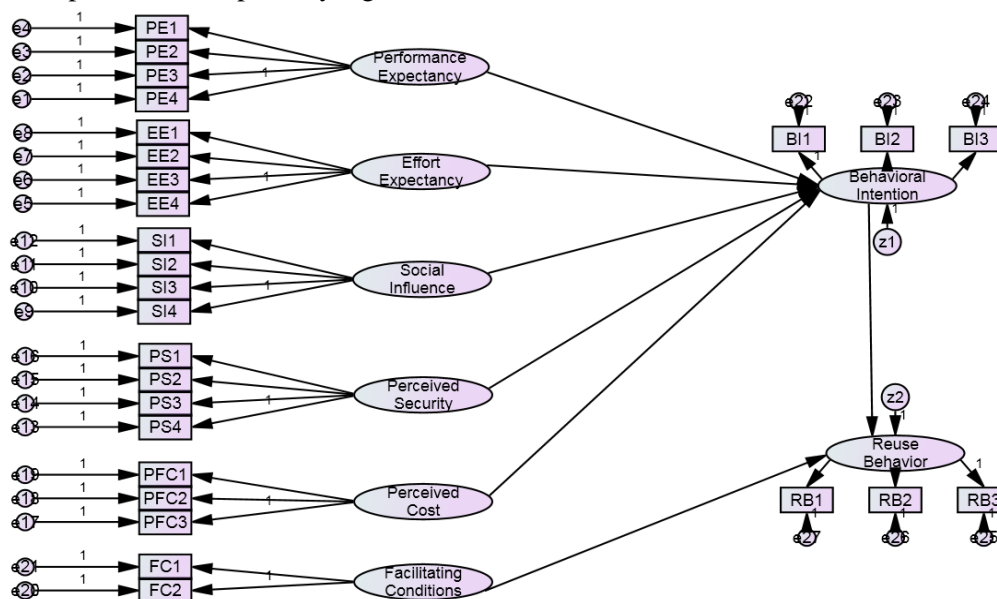
Note:

- α = Koefisien reliabilitas Alpha Cronbach
- K = Jumlah item pertanyaan yang diuji
- $\sum s_i^2$ = Jumlah varians skor item
- s_x^2 = Varians skor-skor tes (seluruh item K)

Banyak peneliti menganjurkan jika nilai alfa > 0.7 artinya reliabilitas telah mencukupi (*sufficient reliability*) (Hair JR., Black, Babin, & Anderson, 2009)

III. HASIL

Hasil penelitian awal dengan mengolah data dari 30 responden awal dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Dari pengujian awal data telah dinyatakan valid dan reliabel. Selanjutnya dari 133 responden yang telah mengisi kuisioner dilakukan pengujian untuk menentukan validitas, reliabilitas, model dan pembuktian hipotesa yang telah dibuat.

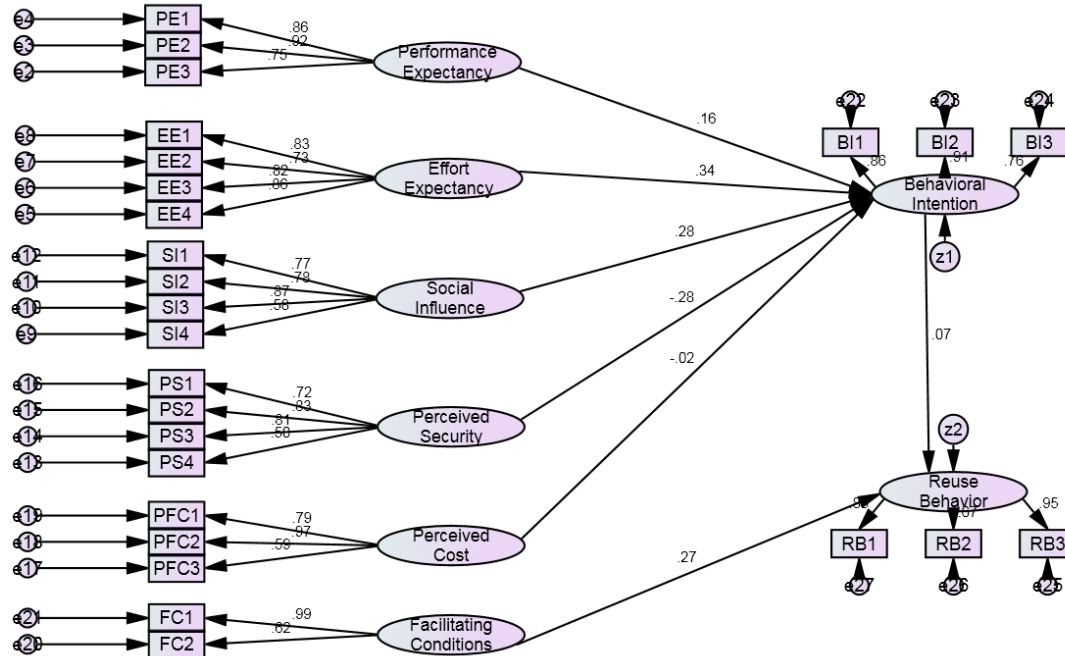


Gambar 1. Model Penelitian

A. Uji Validitas

TABEL I.
UJI VALIDITAS

Konstruk	Kode Indikator	Loading faktor	Keterangan
Performance Expectancy	PE4	0.309	Tidak Valid
	PE3	0.798	Valid
	PE2	0.911	Valid
	PE1	0.781	Valid
Effort Expectancy	EE4	0.867	Valid
	EE3	0.817	Valid
	EE2	0.736	Valid
	EE1	0.829	Valid
Social Influence	SI4	0.574	Valid
	SI3	0.880	Valid
	SI2	0.779	Valid
	SI1	0.763	Valid
Perceived Security	PS4	0.506	Valid
	PS3	0.800	Valid
	PS2	0.829	Valid
	PS1	0.724	Valid
Perceived Financial Cost	PFC3	0.589	Valid
	PFC2	0.971	Valid
	PFC1	0.789	Valid
Facilitating Conditions	FC2	0.618	Valid
	FC1	0.995	Valid
Behavioral Intention	BI1	0.895	Valid
	BI2	0.933	Valid
	BI3	0.895	Valid
Reuse Behavior	RB3	0.970	Valid
	RB2	0.637	Valid
	RB1	0.850	Valid

Gambar 2. Estimasi ulang nilai *standardized loading estimate* setelah mengeluarkan item PE\$

TABEL II. UJI VALIDITAS

Konstruk	Kode Indikator	Loading faktor	Keterangan
Performance Expectancy	PE3	0.784	Valid
	PE2	0.920	Valid
	PE1	0.784	Valid
Effort Expectancy	EE4	0.867	Valid
	EE3	0.817	Valid

	EE2	0.736	Valid
	EE1	0.829	Valid
Social Influence	SI4	0.574	Valid
	SI3	0.880	Valid
	SI2	0.779	Valid
	SI1	0.763	Valid
Perceived Security	PS4	0.506	Valid
	PS3	0.800	Valid
	PS2	0.829	Valid
	PS1	0.724	Valid
Perceived Financial Cost	PFC3	0.589	Valid
	PFC2	0.971	Valid
	PFC1	0.789	Valid
Facilitating Conditions	FC2	0.618	Valid
	FC1	0.995	Valid
Behavioral Intention	BI1	0.895	Valid
	BI2	0.933	Valid
	BI3	0.895	Valid
Reuse Behavior	RB3	0.970	Valid
	RB2	0.637	Valid
	RB1	0.850	Valid

B. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan alpha cronbach dengan menguji semua item pertanyaan sejumlah 27 pertanyaan. Dari tabel di bawah ini dapat dilihat bahwa nilai alpha > dari 0,7 yaitu 0,826. Dapat dikatakan bahwa alat ukur yang digunakan memiliki reliabilitas.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,809	26

TABEL III. HASIL UJI RELIABILITAS SETIAP VARIABEL

	PE	EE	SI	PS	PFC	FC	BI	RU
Cronbach's-Alpha	0.736	0.884	0.837	0.825	0.818	0.761	0.929	0.753
N Items	3	4	4	4	3	2	3	3

Dari 8 variabel di atas yang telah diuji reliabilitasnya, semuanya telah memenuhi atau layak untuk dilakukan pengujian selanjutnya.

C. Hasil Uji Kesesuaian Model

Model dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan beberapa kriteria kesesuaian model. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini antara lain Chi Square, CMIN/df, CFI, GFI, RMSEA, AGFI, TLI dan NFI. Berikut tabel adalah tabel hasil pengurutan kesesuaian model berdasarkan kriteria yang ada.

TABEL IV.
HASIL UJI KESESUAIAN MODEL

Goodness of fit Indeks	Rujukan	Hasil Analisis	Evaluasi Model
Chi square	Minimum	501.938	Fit
CMIN/df	1-3	2,247	Baik
CFI	> 0.90	0.934	Baik
GFI	> 0.90	0.897	Marjinal
RMSEA	< 0.08	0.073	Baik
AGFI	> 0.90	0.842	Marjinal
TLI	> 0.90	0.869	Marjinal
NFI	> 0.90	0.918	Baik

Dari tabel IV dapat dilihat bahwa dari delapan kriteria, lima diantaranya telah memenuhi nilai yang direkomendasikan, sedangkan 3 diantaranya berada pada daerah marjinal. Hal ini masih dapat diterima karena nilai minimum sudah terpenuhi dan model yang digunakan dalam penelitian ini secara umum sudah sesuai dengan kondisi kenyataannya.

D. Hasil Uji Hipotesis

Proses selanjutnya setelah uji kesesuaian model adalah uji hipotesis. Hipotesis diuji dengan menganalisis angka estimasi hubungan antar variabel dalam model. Hipotesis dianggap signifikan apabila nilai CR (*critical ratio*) > 1,96 dan nilai p < 0.05 dan p signifikan pada < 0.001. Dari tabel 5 dapat dilihat bahwa hipotesis H2, H4, H6, H5 dan H7 yang terbukti, sedangkan hipotesis H1 dan H3 tidak terbukti.

TABEL V.
HASIL UJI HIPOTESA

	Variabel	Prediksi	Estimsi	C.R	P sign	Keterangan
Behavioral Intention	← Performance Expectantancy	+	.449	1.716	.086	H1: ditolak
Behavioral Intention	← Effort Expectancy	+	.463	3.517	***	H2; didukung
Behavioral Intention	← Social Influence	+	.266	1.550	.121	H3; ditolak
Behavioral Intention	← Perceived Security	+	.585	3.271	.001	H4; didukung
Behavioral Intention	← Perceived Financial Cost	-	-.020	-2.27	.827	H5; didukung
Reuse Behavior	← Facilitating Conditions	+	.647	3.033	.002	H6; didukung
Reuse Behavior	← Behavioral Intention	+	.435	3.463	***	H7; didukung

IV. PEMBAHASAN

Dari hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa H1 dalam hal ini manfaat yang dirasakan (*performance expectancy*) tidak berpengaruh terhadap niat penggunaan (*behavioral intention*) *mobile banking*. Hal ini dapat disebabkan karena *mobile banking* bukan merupakan sistem atau aplikasi yang berperan langsung dalam pekerjaan mereka [6]. Sebuah sistem akan dapat dirasakan manfaat yang besar jika sistem tersebut memberikan manfaat yang signifikan terhadap pekerjaan pengguna sistem [11]. Hipotesis H2 yaitu kemudahan penggunaan (*effort expectancy*) terbukti secara empiris terhadap niat penggunaan (*behavioral intention*) *mobile banking* di BRI Cabang Bajawa. Selain melalui layanan sms/pesan singkat yang sederhana, aplikasi *mobile banking* yang *user friendly* menjadi faktor responden merasa mudah untuk menggunakan *mobile banking*.

Pengaruh sosial (*social influence*) tidak terbukti berpengaruh terhadap niat perilaku (*behavioral intention*) (H3) pengguna dalam hal ini nasabah Bank BRI dalam menggunakan *mobile banking*. Kurangnya sosialisasi dari Bank juga menjadi penyebab mengapa *mobile banking* belum populer di Bajawa sehingga informasi yang diperoleh responden baik dari rekan kerja, kenalan maupun keluarga belum mampu mempengaruhi mereka menggunakan kembali *mobile banking*. Persepsi keamanan (*perceived security*) terbukti berpengaruh secara positif terhadap niat perilaku (*behavioral intention*) penggunaan *mobile banking* (H4). Hal ini menggambarkan masih adanya ketakutan terhadap keamanan privasi dan transaksi keuangan terhadap penggunaan *mobile banking* oleh nasabah BRI Cabang Bajawa. Hal bukan berarti bahwa *mobile banking* merupakan layanan perbankan yang tidak aman, tetapi lebih menjadi sebuah faktor pertimbangan oleh nasabah untuk menggunakan *mobile banking* [6].

Pengaruh biaya (*perceived financial cost*) berpengaruh negatif terhadap niat perilaku (*behavioral intention*) nasabah dalam penggunaan *mobile banking*. Hal disebabkan responden merasa biaya sms dan akses data aplikasi *mobile banking* masih cukup mahal. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya Hanafi, dkk tahun 2012, dimana semakin besar biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan *mobile banking* maka semakin kecil niat penggunaannya. Kondisi pemfasilitasi (*facilitating conditions*) dan niat perilaku berpengaruh positif terhadap penggunaan kembali (*reuse behavior*).

V. SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penelitian ini telah mampu mencapai tujuan penelitian untuk membuktikan bahwa model penelitian yang disusun berdasarkan UTAUT (*Unified Theory Of Acceptance and Use of Technology*) berhasil menjelaskan niat penggunaan *mobile banking* oleh nasabah pengguna *mobile banking* di BRI Cabang Bajawa. Kemudahan penggunaan, persepsi keamanan, dan biaya yang dikeluarkan merupakan tiga faktor yang paling menentukan niat perilaku nasabah BRI Cabang Bajawa dalam penggunaan kembali *mobile banking*. Sedangkan manfaat yang dirasakan dan pengaruh sosial tidak berpengaruh terhadap niat seseorang menggunakan kembali *mobile banking*. Hal ini dapat dikarenakan *mobile banking* bukan merupakan sistem atau aplikasi utama yang langsung responden gunakan dalam pekerjaan mereka sehingga manfaat langsung tidak terlalu dirasakan. Dibandingkan niat perilaku,

kondisi pemfasilitasi masih menjadi faktor yang paling berpengaruh terhadap penggunaan kembali *mobile banking* oleh nasabah BRI Cabang Bajawa.

Saran

1. Dalam penelitian ini model UTAUT yang digunakan tidak menyertakan variabel moderator, sebaiknya dalam penelitian berikutnya dapat menambahkan variabel moderator agar lebih mendekati kepada teori UTAUT yang sebenarnya.
2. Karena kekurangan sumber daya peneliti tidak menyertakan uji korelasi antara variabel. Penulis berasumsi bahwa item pertanyaan atau indikator setiap variabel telah merefleksikan perbedaan antara variabel-variabel tersebut. Sebaiknya pada penelitian selanjutnya lebih disertakan dengan uji korelasi antara variabel untuk membuktikan perbedaan atau tidak ada kesamaan antara variabel-variabel yang diteliti secara empiris.

REFERENCES

- [1] M.G Aboelmaged and T.R Gebba, "Mobile banking adoption : an examination of technology acceptance model and theory of planned behavior," vol. 2, pp. 35-50, 2013.
- [2] Carolina Martins, Tiago Oliveira, and Ales Popovic, "Understanding the Internet banking adoption : A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application," *International Journal of Information Manajement*, 2013.
- [3] Aijaz. A Shaik and Heikki Karjaluo, "Mobile Banking Adoption : A Literature Review," *Telematics and Informatics*, June 2014.
- [4] Srikanth Parameswaran, Rajiv Kishore, and Pu Li, "Within study measurement invariance of the UTAUT instrument : An Assesment with user technology engagement variables," *Information & Management*, 2015.
- [5] Tao Zhou, Yaobin Lu, and Bin Wang, "Integrating TTF and UTAUT to Explain Mobile Banking User Adoption," *Computer in Human Behavior*, 2010.
- [6] M. Dhandy Riyanda P, "Analisis Keberterimaan Aplikasi Mobile Banking : Menggunakan Pendekatan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) yang Dimodifikasi," Universitas Gajah Mada, Yogyakarta, 2015.
- [7] Joseph F Hair JR, William C Black, Barry J Babin, and Rolph E Anderson, *Multivariate Data Analysis.*, 2009.
- [8] Lisa Wessel and Judy Drennan, "An Investigation of Consumer Acceptance of M-banking," *International Journal of Bank Marketing*, 2010.
- [9] Payam Hanafizadeh, Mehdi Behboudi, Amir Abedini Koshksaray, and Marziye J S Tabar, "Mobile banking adoption by Iranian Bank Clints," *Telematics and Informatics*, 2012.
- [10] Chian Son Yu, "Factors Affecting Individual to Adopt Mobile Banking : Empirical Evidence from UTAUT Model," 2012.
- [11] Viswanath Venkatesh, Moris, and Davis, "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View," *MIS Quarterly*, vol. 3, pp. 425-478, 2003.
- [12] Xin Luo, Han Li, Jie Zhang, and J.P Shim, "Examining multi-dimentional trust and multi-faceted risk in initial acceptance of emerging technologies : An empirical studi of mobile banking service," *Decision Support Syatem*, 2010.
- [13] Tiago Oliveira, Miquel Faria, Manoj Abraham Thomas, and Ales Popovic, "Extending the understanding of mobile banking adoption: When UTAUT meets TTF and ITM," *International Journal of Information Manajemen*, 2014.