

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN
PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT
BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN MOBILE
BANKING NASABAH BANK BCA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Agustina Fedalia
140610005**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN
PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT
BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN MOBILE
BANKING NASABAH BANK BCA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
Agustina Fedalia
140610005**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Agustina Fedalia
NPM/NIP : 140610005
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa **“Skripsi”** yang saya buat dengan judul:

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN MOBILE BANKING NASABAH BANK BCA BATAM

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 27 Januari 2018


Agustina Fedalia
140610005

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN
PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT
BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN MOBILE
BANKING NASABAH BANK BCA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh
Agustina Fedalia
140610005**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 27 Januari 2018



**Titik Efnita, S.E., M.M.
Pembimbing**

ABSTRAK

Selama beberapa tahun terakhir ini, bank telah memperkenalkan sistem perbankan berbasis *electronic banking* untuk meningkatkan layanan dan mengurangi biaya. Saat ini bank tidak hanya bersaing dalam pelayanan konvensional, tetapi juga meningkatkan persaingan teknologi dengan pelayanan *e-banking* sehingga teknologi yang semakin canggih menjadi tolak ukur kemampuan sebuah bank. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan dan persepsi risiko terhadap minat nasabah bank BCA Batam untuk bertransaksi menggunakan layanan *mobile banking*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah BCA Batam yang menggunakan fasilitas layanan *mobile banking*. Data diperoleh melalui kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan melalui teknik incidental sampling (pengambilan sampel berdasarkan kebetulan). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis ini meliputi : uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan koefisien determinasi (R^2), serta pengujian hipotesis melalui uji t dan uji f. Semua pernyataan telah diuji dan dinyatakan valid serta reliabel. Hasil uji f menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan persepsi risiko berpengaruh secara simultan terhadap minat bertransaksi menggunakan *mobile banking*. Sedangkan hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan dan persepsi risiko tidak berpengaruh secara parsial. Secara parsial, variabel kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *mobile banking* dan persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *mobile banking*.

Kata Kunci: Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko dan Minat Bertransaksi.

ABSTRACT

In the past few years, bank has been introducing internet based banking system to improve services and reduce the cost. Bank nowadays not only compete in conventional services, but also increase their technology through e-banking service so that sophisticated technology become the benchmark of a bank ability. This research aims to determine the influence of perceived ease of use and perceived risk toward BCA Batam bank customer's intention to use mobile banking services. The population used in this study were BCA Batam bank customer who had used mobile banking facilities. The data were collected through questionnaire with sample size of 100 respondents who are selected using incidental sampling method (sampling by coincidence). This research is quantitative researches that analyzed by multiple linear regression analysis method. This analysis includes: validity and reliability, classic assumption test, multiple regression analysis and coefficient of determination (R^2) analysis, along with hypothesis testing via t test and f test . All of the statements had been tested were valid and reliable. F test showed that perceived ease of use and perceived risk influence intention to use mobile banking services simultaneously. While t test showed that perceived ease of use and perceived risk did not influence intention to use mobile banking services partially. Partially, perceived ease of use influence the intention to use mobile banking services significantly and perceived risk did not influence the intention to use mobile banking services significantly.

Keywords: *Perceived ease of use, Perceived risk, and Intention To Use.*

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kita haturkan kepada Tuhan yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Jontro Simanjuntak, S.Pd., M.Si selaku Dekan Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen;
4. Ibu Titik Efnita, S.E., M.M. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Perbankan Universitas Putera Batam;
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
6. Para nasabah BCA yang telah bersedia membantu pengumpulan data dalam penelitian ini;
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan serta bantuan selama penyusunan tugas akhir ini.

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan selalu mencurahkan rahmat dan karuniaNya, Amin.

Batam, 27 Januari 2018

Agustina Fedalia

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Rumusan Masalah	10
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	11
1.6.1 Manfaat Teoritis	11
1.6.2 Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Teori Dasar	12
2.1.1 Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking	12
2.1.1.1 Pengertian Minat	12
2.1.1.2 Indikator Minat	14
2.1.2 Kemudahan Penggunaan	14
2.1.2.1 Pengertian Kemudahan Penggunaan	14
2.1.2.2 Indikator Kemudahan Penggunaan	16
2.1.3 Persepsi Risiko	17
2.1.3.1 Pengertian Persepsi Risiko	17

2.1.3.2	Indikator Persepsi Risiko.....	18
2.2	Penelitian Terdahulu	20
2.3	Kerangka Berpikir	23
2.4	Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN		24
3.1	Desain Penelitian.....	24
3.2	Definisi Operasional Penelitian	24
3.2.1	Variabel dependen.....	24
3.2.2	Variabel independen.....	25
3.3	Populasi dan Sampel	26
3.3.1	Populasi	26
3.3.2	Sampel	27
3.4	Jenis dan Sumber data	28
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	28
3.6	Metode Analisis Data	29
3.6.1	Analisis Deskriptif	29
3.6.2	Uji Kualitas Data.....	29
3.6.2.1	Uji Validitas.....	30
3.6.2.2	Uji Reliabilitas	31
3.6.3	Uji Asumsi Klasik	32
3.6.3.1	Uji Normalitas.....	32
3.6.3.2	Uji Multikolinieritas	33
3.6.3.3	Uji Heteroskedastitas	33
3.6.4	Uji Pengaruh	34
3.6.4.1	Regresi Linear Berganda	34
3.6.4.2	Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	34
3.6.5	Uji Hipotesis	35
3.6.5.1	Uji t (Regresi Parsial)	35
3.6.5.2	Uji F (Regresi Simultan)	36
3.7	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	36
3.7.1	Lokasi Penelitian.....	36
3.7.2	Jadwal Penelitian.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		38
4.1	Hasil Penelitian	38

4.1.1	Data Responden	38
4.1.1.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
4.1.1.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	39
4.1.1.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Lama menjadi Nasabah BCA.....	39
4.1.1.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan <i>Mobile Banking</i> dalam Satu Bulan	40
4.1.2	Analisis Deskriptif	41
4.1.2.1	Deskripsi Variabel Minat Bertransaksi	41
4.1.2.2	Deskripsi Variabel Kemudahan Penggunaan	44
4.1.2.3	Deskripsi Variabel Persepsi Risiko	48
4.1.3	Hasil Uji Kualitas Data.....	55
4.1.3.1	Hasil Uji Validitas Instrumen	55
4.1.3.2	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	56
4.1.4	Hasil Uji Asumsi Klasik	57
4.1.4.1	Hasil Uji Normalitas.....	57
4.1.4.2	Hasil Uji Multikolinearitas	59
4.1.4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	60
4.1.5	Hasil Uji Pengaruh	61
4.1.5.1	Regresi Linier berganda	61
4.1.5.2	Hasil Koefisien Determinasi R^2	62
4.1.6	Hasil Uji Hipotesis	63
4.1.6.1	Uji T (Regresi Parsial).....	63
4.1.6.2	Uji F (Regresi Simultan)	64
4.2	Pembahasan	65
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		68
5.1	Simpulan.....	68
5.2	Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....		70
SURAT IZIN PENELITIAN		
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN 1. Kuesioner		
LAMPIRAN 2. Tabulasi hasil input kuesioner		
LAMPIRAN 3. Hasil Pengelolaan Data (Output SPSS)		
LAMPIRAN 4. Tabel R		
LAMPIRAN 5. Tabel F		
LAMPIRAN 6. Tabel t		

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Minat Perilaku	13
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 3.1 Kurva Bell-Shaped.....	32
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas (Histogram)	57
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas (P-Plot).....	58

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Data Transaksi Melalui Jaringan BCA Indonesia	8
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Definisi Operasional	26
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Lama menjadi Nasabah BCA	39
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan <i>Mobile Banking</i> dalam satu bulan	40
Tabel 4.5 Tanggapan responden mengenai saya akan sering menggunakan layanan <i>mobile banking</i> pada saat bertransaksi.....	41
Tabel 4.6 Tanggapan responden mengenai saya akan menggunakan <i>mobile</i> <i>banking</i> karena dapat meminimalisir adanya tindak kejahatan	41
Tabel 4.7 Tanggapan responden mengenai <i>mobile banking</i> sangat praktis, sehingga cocok digunakan untuk masa depan.....	42
Tabel 4.8 Tanggapan responden mengenai <i>mobile banking</i> sangat menghemat waktu dan tenaga, sehingga cocok digunakan untuk masa depan	42
Tabel 4.9 Rekapitulasi tanggapan responden mengenai variabel minat bertransaksi	43
Tabel 4.10 Tanggapan responden mengenai nasabah mendapatkan informasi yang jelas mengenai <i>mobile banking</i>	44
Tabel 4.11 Tanggapan responden mengenai <i>mobile banking</i> sangat mudah digunakan	44
Tabel 4.12 Tanggapan responden mengenai bahasa yang digunakan mudah dimengerti.....	45
Tabel 4.13 Tanggapan responden mengenai tampilan <i>mobile banking</i> mudah untuk dibaca.....	45
Tabel 4.14 Tanggapan responden mengenai <i>mobile banking</i> sangat fleksibel, mudah, dan nyaman untuk bertransaksi	46
Tabel 4.15 Tanggapan responden mengenai pengoperasian <i>mobile banking</i> mudah dipahami dan tidak rumit.....	46
Tabel 4.16 Tanggapan responden mengenai fitur dalam <i>mobile banking</i> mudah dijalankan	47
Tabel 4.17 Rekapitulasi tanggapan responden mengenai variabel kemudahan penggunaan.....	48
Tabel 4.18 Tanggapan responden mengenai pengoperasian <i>mobile banking</i> membutuhkan biaya yang besar.....	48
Tabel 4.19 Tanggapan responden mengenai menggunakan <i>mobile banking</i> rawan terjadi penyalahgunaan dana oleh pihak lain seperti <i>hacker</i>	49
Tabel 4.20 Tanggapan responden mengenai membutuhkan waktu yang lama untuk mengunduh aplikasi <i>mobile banking</i>	50

Tabel 4.21 Tanggapan responden mengenai membutuhkan waktu yang lama untuk membuka menu dalam <i>mobile banking</i>	50
Tabel 4.22 Tanggapan responden mengenai membutuhkan waktu yang lama untuk mempelajari layanan <i>mobile banking</i>	51
Tabel 4.23 Tanggapan responden mengenai membutuhkan waktu yang lama untuk mahir menggunakan <i>mobile banking</i>	51
Tabel 4.24 Tanggapan responden mengenai menggunakan <i>mobile banking</i> mudah terjadi pencurian uang	52
Tabel 4.25 Tanggapan responden mengenai bertransaksi menggunakan <i>mobile banking</i> mudah terjadi penipuan.....	52
Tabel 4.26 Tanggapan responden mengenai data pribadi nasabah <i>mobile banking</i> mudah di curi orang	53
Tabel 4.27 Tanggapan responden mengenai PIN <i>mobile banking</i> mudah dicuri ataupun dibajak orang	54
Tabel 4.28 Rekapitulasi tanggapan responden mengenai variabel persepsi risiko	54
Tabel 4.28 Lanjutan	55
Tabel 4.29 Hasil Uji Validitas Instrumen	56
Tabel 4.30 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	57
Tabel 4.31 Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	59
Tabel 4.32 Hasil Uji Multikolinearitas	60
Tabel 4.33 Hasil Uji Glejser	60
Tabel 4.34 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	61
Tabel 4.35 Hasil Koefisien Determinasi R^2	62
Tabel 4.36 Hasil Uji Hipotesis	63
Tabel 4.37 Hasil Uji F (Regresi Simultan).....	64

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Rumus Sampel Lemeshow	27
Rumus 3.2 Koefisien Korelasi Pearson Product Moment.....	30
Rumus 3.3 Variance Inflating Factor.....	33
Rumus 3.4 Regresi Linier Berganda	34
Rumus 3.5 Uji t.....	36

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi ini, kita sudah tidak asing lagi dengan yang namanya teknologi. Dengan perkembangan teknologi, transaksi – transaksi bisnis semakin banyak dilakukan secara *online*. Perkembangan teknologi internet berpengaruh signifikan terhadap segala aspek kehidupan kita. Penggunaan internet tidak hanya terbatas pada pemanfaatan informasi, tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk melakukan transaksi perbankan. Sektor perbankan memiliki peranan yang penting dalam pertumbuhan perekonomian suatu negara termasuk juga Indonesia.

Bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan usahanya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat, serta memberikan jasa-jasa bank lainnya (Kasmir, 2014: 3). Saat ini bank tidak hanya bersaing dalam pelayanan konvensional, tetapi juga meningkatkan persaingan teknologi dengan pelayanan *e-banking* sehingga teknologi yang semakin canggih menjadi tolak ukur kemampuan sebuah bank. Layanan perbankan tidak hanya mengandalkan kepercayaan dan keamanan saja, namun juga memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat seiring dengan berkembangnya teknologi dan kebutuhan hidup. Salah satu layanan *e-banking* yaitu *mobile banking* merupakan wujud kemajuan perbankan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Pelayanan bank dalam bentuk *mobile banking* sepertinya telah

menjadi suatu kebutuhan untuk nasabah bank dalam hal mempercepat pelayanan jasa bank.

Dengan adanya *mobile banking*, perbankan Indonesia diharapkan dapat memberikan kemudahan kepada nasabah dalam melakukan transaksi perbankan setiap saat dimana saja hanya dengan menggunakan perangkat komputer atau *handphone* yang mempunyai jaringan internet. Kebanyakan dari pelanggan, terutama pada nasabah bank menginginkan suatu pelayanan yang bersifat sederhana dan praktis. Pada perusahaan perbankan, penilaian konsumen atas suatu produk jasa bukan hanya pelayanan yang baik, tetapi juga terletak pada fasilitas-fasilitas lain yang menunjang kegiatan perbankan. Selain itu, penilaian konsumen juga terletak pada kemudahan dan kecepatan nasabah dalam bertransaksi serta kepuasan yang menyeluruh terhadap jasa bank. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu sistem yang dapat memenuhi segala kebutuhan dengan efisien dan praktis.

Saat ini teknologi berperan penting dalam setiap sektor termasuk juga dalam perbankan. Perbankan memanfaatkan teknologi yang semakin berkembang untuk menunjang kinerja sistem yang ada dalam perbankan tersebut. Kebutuhan hidup yang semakin tinggi menuntut kita untuk melakukan transaksi secara cepat dan dimana saja. Bank menyediakan fasilitas layanan *mobile banking* sebagai salah satu bentuk pelayanan dari *e-banking* untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah. Dengan didukungnya teknologi yang semakin canggih maka aktivitas perbankan dapat dilakukan hanya dengan menggunakan *handphone* dan fasilitas *mobile banking*. Dengan kata lain, nasabah dapat melakukan transaksi layaknya bertransaksi secara langsung ke bank atau mesin ATM hanya dengan

menggunakan fasilitas *mobile banking* di *handphone*. Fasilitas ini sangat membantu kebutuhan nasabah sehingga transaksi menjadi lebih efisien dan efektif.

Selama beberapa tahun terakhir ini, bank telah memperkenalkan sistem perbankan berbasis *electronic banking* untuk meningkatkan layanan dan mengurangi biaya. *Mobile banking* merupakan salah satu bentuk produk *e-banking* yang banyak digunakan oleh masyarakat. Fasilitas *mobile banking* memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi layaknya bertransaksi langsung di bank seperti mengecek saldo, melakukan transfer dan bahkan kita dapat menarik tunai di ATM menggunakan layanan *mobile banking* tanpa membawa kartu ATM. Sektor perbankan sangat penting bagi perekonomian suatu negara, sehingga perbankan selalu mengembangkan produk dan layanannya untuk menarik minat nasabah dalam bertransaksi agar roda perbankan dapat berjalan dengan baik. Seorang nasabah pasti memiliki berbagai kriteria yang dijadikan bahan pertimbangan untuk memilih bank mana yang akan digunakannya. Faktor seperti kemudahan penggunaan dan persepsi risiko menjadi pertimbangan nasabah dalam bertransaksi sehingga dapat memengaruhi nasabah untuk mempunyai keinginan menggunakan layanan bank tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Mehrad dan Mohammadi (Mehrad & Mohammadi, 2017) menunjukkan *perceived ease has positive and direct effect on attitude using mobile banking. Therefore, the customers can easily learn to use mobile banking will increase the rate of adoption of this technology*. Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan langsung terhadap sikap menggunakan

mobile banking. Oleh karena itu, nasabah yang mudah mempelajari *mobile banking* akan meningkatkan penggunaan teknologi ini. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan Martins, Oliveira dan Popovic (Martins, Oliveira, & Popovic, 2014) menunjukkan *perceived risk were the most important in explaining users' intentions*, Persepsi risiko merupakan hal terpenting yang memengaruhi minat nasabah.

Suatu sistem akan lebih cepat diterima ketika pengguna merasakan kemudahan dalam penggunaan sistem tersebut. Kemudahan penggunaan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Moon dan Kim (dalam Chitungo & Munongo, 2013: 56) menyatakan *mobile banking services that are easy to use will be less threatening to individuals in that, they might find them less complex or tedious to use*. Pelayanan *mobile banking* yang mudah digunakan akan membuat individu merasa bebas dari perasaan terancam, mereka akan merasa tidak rumit atau mudah untuk menggunakannya. *Handphone* dengan ukuran layar dan *keypad* yang relatif kecil dapat menjadi hambatan dalam menampilkan semua informasi dan menyebabkan kesalahan pengetikan selama bertransaksi.

Terdapat beberapa kalangan masyarakat yang masih kesulitan dalam menggunakan teknologi, sehingga tidak heran jika nasabah bank yang berasal dari berbagai kalangan tersebut mungkin akan merasakan kesulitan dalam menggunakan *mobile banking*. Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan bank adalah dengan memperhatikan kemudahan penggunaan yang dapat dimengerti dengan mudah sehingga nasabah tidak mengalami kesulitan ketika mengoperasikan sistem layanan *mobile banking*. Jika layanan *mobile*

banking tersebut mudah digunakan, maka kemungkinan besar nasabah akan sering menggunakan layanan tersebut. Begitu juga sebaliknya, jika nasabah merasa layanan *mobile banking* tersebut sulit digunakan maka nasabah pasti akan lebih memilih untuk bertransaksi secara langsung dengan mendatangi bank tersebut daripada bertransaksi melalui layanan *mobile banking*.

Selain kemudahan penggunaan, persepsi nasabah mengenai risiko bertransaksi juga memengaruhi minat nasabah untuk bertransaksi menggunakan *mobile banking*. Persepsi risiko atau *Perceived risk* dapat diartikan sebagai risiko secara umum yang diterima oleh seseorang pada saat menggunakan suatu sistem (Dewi & Warmika, 2016: 2610). Berbagai permasalahan seperti risiko adanya penipuan, takut transaksi kurang akurat, pencurian identitas dan lain sebagainya dapat menimbulkan rasa ketidakpercayaan nasabah sehingga memengaruhi minat bertransaksi nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Benamati dan Serva (dalam Chitungo & Munongo, 2013: 57) mengemukakan bahwa *the adoption of electronic banking forces consumers to consider concerns about password integrity, privacy, data encryption, hacking, and the protection of personal information*. Penggunaan perbankan elektronik memaksa nasabah untuk mempertimbangkan kekhawatiran tentang integritas kata kunci, privasi, enkripsi data, *hacking*, dan perlindungan informasi pribadi. Bank harus memperhatikan faktor - faktor tersebut sehingga nasabah berminat untuk menggunakan layanan *mobile banking*.

Risiko adalah persepsi nasabah terhadap adanya ketidakpastian dan juga konsekuensi negatif yang ditimbulkan saat menggunakan suatu produk atau jasa.

Sebelum menggunakan suatu teknologi, risiko tentu akan menjadi salah satu pertimbangan dari penggunaan tersebut. Jika nasabah tidak dilindungi dengan sistem proteksi yang memadai dan berlapis, bank-bank terancam karena nasabah akan enggan melakukan transaksi melalui *e-banking* (Afghani & Yulianti, 2017: 118). Untuk meningkatkan kepercayaan, *mobile banking* harus membuat penggunanya bebas dari perasaan takut saat melakukan transaksi melalui *mobile banking*. Disamping itu, untuk mengurangi penipuan, ketidakpastian dan potensi risiko terhadap transaksi *mobile banking*, *mobile banking* harus mengembangkan keamanan jaringan yang tinggi. Nasabah cenderung memilih layanan ATM karena sudah menjadi suatu kebiasaan mereka sejak lama dan juga karena ketidaknyamanan, ketidakefektifan dan kesulitan menggunakan internet untuk bertransaksi. Di samping itu, kekhawatiran akan adanya penyalahgunaan kata sandi dan kurangnya bukti struk transaksi seperti bertransaksi di ATM membuat nasabah merasa tidak nyaman.

Seiring dengan berkembangnya teknologi di layanan keuangan saat ini, muncul dua sisi dimana dapat menguntungkan serta dapat merugikan. Terdapat oknum tertentu yang melakukan tindakan kejahatan dunia maya atau yang lebih dikenal dengan sebutan *cyber crime* dan juga adanya berita palsu atau *hoax*. Menurut hasil wawancara jurnalis dari okezone.com (portal online berita dan hiburan Indonesia) Otoritas Jasa Keuangan mencatat sampai februari 2017, jumlah pengaduan pelayanan keuangan berbasis teknologi mencapai 1305 pengaduan. Dari pengaduan yang masuk hampir kebanyakan disebabkan oleh kesalahan transfer, sistem down, serta kesalahan pendebitan. Dimana pada

kesalahan transfer berada di posisi terbanyak dalam pengaduan, dengan total kerugian yang diterima nasabah sebesar Rp8,5 Miliar. Teknologi berpotensi meningkatkan risiko operasional perbankan yang ada, dan pada akhirnya akan mengarah pada risiko reputasi bank tersebut.

BCA merupakan bank di Indonesia yang berani mengoperasikan *e-Banking* secara masif di Indonesia melalui situs <https://ibank.klikbca.com/>. Bank Central Asia atau lebih dikenal dengan BCA adalah bank swasta terbesar di Indonesia yang didirikan pada 21 Februari 1957. Dalam beberapa tahun terakhir, BCA mengembangkan *BCA Mobile* yang menggabungkan layanan *internet banking* dan layanan *mobile banking* untuk memfasilitasi transaksi berbasis seluler. Situs Klik BCA sendiri relatif sulit dibobol, maka serangan lebih banyak diarahkan ke nasabah BCA. Salah satu demo kelemahan yang paling menghebohkan dilakukan oleh Steven Haryanto dengan memalsukan situs KlikBCA dengan cara membeli domain WWWKLIKBCA.COM, KILKBCA.COM, CLIKBCA.COM, KCLICKBCA.COM, dan KLIKBAK.COM. Orang yang salah mengetik KlikBCA akan masuk ke domain tersebut yang dibuat mempunyai tampilan yang sama persis dengan KlikBCA sehingga pengguna KlikBCA terkecoh dan memasukan username dan passwordnya. Beruntung Steven Haryanto bukan hacker yang jahat, Steven mengembalikan ke BCA semua file password yang berhasil dia dapat dan memohon maaf secara publik.

Tercatat dalam laporan keuangan BCA (BCA, 2016: 113), transaksi perbankan elektronik mengalami pertumbuhan sebesar 25,1%. Dari persentase tersebut, layanan *internet banking* memiliki jumlah transaksi yang lebih banyak

dibandingkan dengan *mobile banking*. Berdasarkan tabel di bawah diketahui bahwa transaksi *internet banking* memiliki jumlah transaksi dan nilai transaksi yang lebih besar daripada *mobile banking*, walaupun transaksi *mobile banking* juga mengalami kenaikan dari tahun 2015 ke tahun 2016. Padahal *internet banking* memiliki risiko lebih besar dibandingkan dengan *mobile banking* jika dilihat dari kasus yang pernah terjadi, dimana terdapat oknum yang memalsukan website klikbca sehingga nasabah yang terkecoh akan masuk ke website yang salah dan data yang mereka ke website palsu tersebut. Walaupun terdapat kasus, tetapi nasabah tetap lebih banyak bertransaksi menggunakan *internet banking* dibanding *mobile banking*. Oleh karena itu BCA harus mengetahui faktor-faktor apa saja yang harus diperhatikan untuk menarik nasabah menggunakan layanan *mobile banking*.

Tabel 1.1 Data Transaksi Melalui Jaringan BCA Indonesia

Keterangan	2015	2016
Internet Banking		
Jumlah Transaksi (dalam jutaan)	1.400	1.705
Nilai Transaksi (dalam triliun rupiah)	5.935	6.801
Mobile Banking		
Jumlah Transaksi (dalam jutaan)	591	786
Nilai Transaksi (dalam triliun rupiah)	556	722

Sumber : Laporan Tahunan 2016 BCA

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis akan mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Mobile Banking* Nasabah Bank BCA Batam”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berikut hasil identifikasi masalah dari penelitian ini:

1. Masih banyak nasabah yang belum paham akan kemudahan penggunaan bertransaksi menggunakan *mobile banking*, hal tersebut dapat terjadi karena keterbatasan informasi.
2. Nasabah takut akan risiko yang ditimbulkan dalam penggunaan *mobile banking*. Diantaranya risiko kekhawatiran tentang adanya penipuan ataupun pencurian identitas.
3. Nasabah yang merasa sulit dan tidak memahami layanan *mobile banking* akan mengurungkan minatnya untuk menggunakan *mobile banking* dan lebih memilih untuk bertransaksi secara langsung dengan mendatangi bank tersebut daripada bertransaksi melalui layanan *mobile banking*.
4. Adanya sikap ketidakpercayaan nasabah pada sistem transaksi menggunakan *mobile banking*.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan dengan lebih fokus dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan yang ditetapkan. Berdasarkan identifikasi masalah, peneliti membatasi masalah pada :

1. Variabel yang diteliti hanya kemudahan penggunaan, persepsi risiko dan minat bertransaksi menggunakan *mobile banking*.
2. Lokasi penelitian adalah kota Batam.
3. Responden penelitian hanya kepada pengguna *mobile banking* BCA Batam.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan *mobile banking* pada nasabah bank BCA Batam?
2. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan *mobile banking* pada nasabah bank BCA Batam?
3. Apakah kemudahan penggunaan dan persepsi risiko berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan *mobile banking* pada nasabah bank BCA Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini tujuan yang akan dicapai adalah:

1. Mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat bertransaksi menggunakan *mobile banking* pada nasabah bank BCA Batam.
2. Mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan *mobile banking* pada nasabah bank BCA Batam
3. Mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan dan persepsi risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan *mobile banking* pada nasabah bank BCA Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang pengaruh kemudahan penggunaan dan persepsi risiko terhadap minat bertransaksi nasabah menggunakan layanan *mobile banking*.
2. Dapat memberikan manfaat sebagai referensi bagi pengembangan ilmu terkait topik yang sama dengan penelitian ini.

1.6.2 Manfaat Praktis

Manfaat Praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Objek Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk perusahaan perbankan khususnya bank BCA agar dapat mengembangkan sistem layanan *mobile banking* di masa yang akan datang sehingga nasabah bank BCA tertarik dan terus menggunakan layanan elektronik *mobile banking*.

2. Bagi Universitas Putera Batam

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Dasar

2.1.1 Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking

2.1.1.1 Pengertian Minat

Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh (Slameto, 2010: 180). Menurut Jogiyanto (2008: 29) minat atau *intention* adalah suatu keinginan seseorang untuk melakukan perilaku. Ini berarti bahwa minat seseorang untuk melakukan perilaku diprediksi oleh sikapnya terhadap perilakunya dan bagaimana dia berpikir orang lain akan menilainya jika dia melakukan perilaku tersebut. Seseorang yang berminat terhadap suatu aktivitas dan memperhatikan aktivitas itu pasti dilandasi dengan rasa senang dan apabila timbul rasa senang, maka seseorang akan secara konsisten menggunakannya di masa yang akan datang. Dalam menjalankan fungsinya minat berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Manusia memberi penilaian dan menentukan sesudah memilih dan mengambil keputusan. Menurut Jogiyanto (2008: 31) minat-minat merupakan suatu fungsi dari dua penentu dasar yaitu

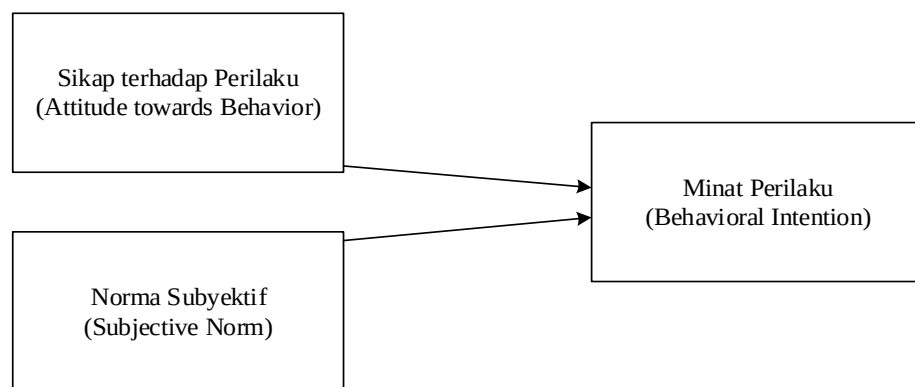
1. Penentu yang berhubungan dengan faktor pribadi

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

2. Penentu yang berhubungan dengan pengaruh sosial

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

(Jogiyanto, 2008: 33)



Gambar 2. 1 Minat Perilaku

Dalam gambar di atas, Jogiyanto (2008: 33) mengasumsikan bahwa kepentingan relatif dari sikap terhadap perilaku dan norma subyektif tergantung sebagian dari minat yang sedang diinvestigasi. Kenyataan yang sebenarnya, minat tidak selalu bersifat tetap. Minat dapat berubah-ubah sesuai dengan kehendak individu yang bersangkutan. Semakin panjang rentan waktu, semakin besar juga terjadi perubahan dalam minat yang akan dialami. Begitu juga sebaliknya, apabila rentan waktu semakin kecil, dapat meminimalisir terjadinya perubahan minat tersebut.

2.1.1.2 Indikator Minat

Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika mempunyai keinginan atau minat untuk melakukannya. Indikator - indikator untuk mengukur variabel minat diadaptasi dari Bhattacharjee (Jogiyanto, 2008: 77) yaitu:

1. Keinginan menggunakan.

Para nasabah yang berminat bertransaksi menggunakan mobile banking akan memiliki keinginan untuk menggunakan layanan tersebut.

2. Akan tetap menggunakan di masa depan.

Apabila para nasabah merasa puas dengan layanan tersebut, maka para nasabah akan memiliki keinginan untuk menggunakannya kembali di masa yang akan datang.

2.1.2 Kemudahan Penggunaan

2.1.2.1 Pengertian Kemudahan Penggunaan

Menurut Jogiyanto (2008: 115) kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Jika seseorang percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya. Santoso (dalam Putri & Suprpti, 2016: 2346) menyatakan konsep persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) menunjukkan tingkatan dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan sebuah teknologi baru adalah mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pengguna untuk

menggunakannya. Konsep ini memberikan pengertian bahwa apabila teknologi baru mudah untuk digunakan, maka pengguna akan cenderung untuk menggunakan teknologi yang tersedia tersebut.

Menurut Davis *et al.* (dalam Dewi & Warmika, 2016: 2609) kemudahan penggunaan adalah tingkat keyakinan seseorang bahwa dalam menggunakan suatu sistem tertentu tidak diperlukan usaha yang keras. Meskipun usaha memiliki arti yang berbeda pada setiap individu, tetapi pada umumnya untuk menghindari penolakan terhadap penggunaan sistem yang dikembangkan, maka sistem tersebut harus mudah diaplikasikan oleh pengguna tanpa menimbulkan usaha yang memberatkan. Menurut Dholakia dan Dholaki (dalam Chitungo & Munongo, 2013: 55) *Perceived ease of use is the degree to which a person believes that using a particular sistem would be free of effort.* Kemudahan penggunaan adalah tingkat keyakinan seseorang bahwa menggunakan suatu sistem akan bebas dari usaha. Knutsen, Constantio dan Damsgaard (dalam Chitungo & Munongo, 2013: 56) menyatakan *In the mobile banking setting, perceived ease of use represents the degree to which individuals associate freedom of difficulty with the use of mobile technology and services in everyday usage.* Dalam mobile banking, kemudahan penggunaan mewakili ukuran dimana setiap individu merasa bebas dari usaha dalam menggunakan teknologi dan pelayanan mobile pada pemakaian sehari-hari.

Pengguna teknologi biasanya menginginkan suatu sistem yang tidak rumit dan mudah penggunaannya. Wang *et al* (dalam Jeong & Yoon, 2013: 34) menyatakan *information such as details of products or services, their benefits,*

and usage guidelines needs to be provided as it will make easier for consumers to adopt m-banking. Furthermore, the perceived ease of use helps in building trust with banks as it may send a signal that banks have really put in thought about their end users. Informasi seperti rincian produk atau layanan, manfaatnya, dan pedoman penggunaan harus disediakan untuk mempermudah nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Selanjutnya, kemudahan penggunaan yang dirasakan akan membangun kepercayaan nasabah dengan bank karena hal-hal diatas menandakan bahwa bank benar-benar memikirkan nasabah mereka.

2.1.2.2 Indikator Kemudahan Penggunaan

Kemudahan Penggunaan (x_1) adalah persepsi nasabah terhadap kemampuan mereka dalam menggunakan *mobile banking*. Indikator-indikator untuk mengukur variabel kemudahan penggunaan diadaptasi dari Chauhan (2015: 62) yaitu:

1. *Easy to use* (Mudah digunakan)

Nasabah beranggapan bahwa pengoperasian *mobile banking* mudah.

2. *Simple and understandable* (Sederhana dan mudah dimengerti)

Nasabah beranggapan bahwa tampilan *mobile banking* sederhana dan mudah dimengerti dalam melakukan transaksi.

3. *Trouble-free* (Bebas dari usaha)

Nasabah beranggapan bahwa menggunakan *mobile banking* mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pengguna.

2.1.3 Persepsi Risiko

2.1.3.1 Pengertian Persepsi Risiko

Persepsi risiko atau *perceived risk* dapat diartikan sebagai risiko secara umum yang diterima oleh seseorang pada saat menggunakan suatu system (Dewi & Warmika, 2016: 2610). Cunningham (dalam Dewi & Warmika, 2016: 2610) mendefinisikan persepsi risiko sebagai sejumlah yang merupakan kepastian dari perasaan subjektif individu atas konsekuensi kerugian. Gerrard dan Cunningham (dalam Chitungo & Munongo, 2013: 57) menyatakan *perceived risk is the uncertainty about the outcome of the use of the innovation*. Persepsi Risiko adalah ketidakpastian tentang hasil penggunaan inovasi.

Bauer (dalam Khurshid, 2014: 440) menjelaskan *perceived risk is uncertainty that comes in the mind of customers while making decision about e-banking adoption*. Persepsi risiko adalah ketidakpastian yang muncul dalam pikiran nasabah saat membuat keputusan mengenai penggunaan *e-banking*. Menurut Natarajan *et al* (dalam Khurshid, 2014: 441) *perceived risk is basically the user's fear of occurring any kind of loss*. Persepsi risiko adalah kekhawatiran pengguna terhadap segala jenis kerugian yang akan terjadi. Risiko dalam penelitian ini dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan yang dipertimbangkan orang untuk memutuskan melakukan atau tidak melakukan transaksi secara online dengan menggunakan *mobile banking*.

Menurut Featherman dan Pavlou (dalam Martins *et al.*, 2014: 3) *perceived risk is the potential for loss in the pursuit of a desired outcome of using an e-service*. Persepsi Risiko adalah potensi akan kerugian yang terjadi dari hasil

keinginan menggunakan *electronic service*. Persepsi risiko sangat memengaruhi tingkat kepercayaan. Semakin kecil persepsi risiko dari suatu individu maka semakin besar tingkat kepercayaannya, begitu pula sebaliknya semakin besar persepsi risiko dari suatu individu maka semakin kecil tingkat kepercayaannya. Salah satu risiko terbesar penggunaan *e-banking* adalah ancaman *hacker* dan penyalahgunaan rekening nasabah.

2.1.3.2 Indikator Persepsi Risiko

Persepsi Risiko (x_2) adalah persepsi nasabah atas risiko yang ditimbulkan jika bertransaksi menggunakan *mobile banking*. Menurut Chen (2013: 416) indikator-indikator untuk mengukur variabel risiko yaitu:

1. *Financial risk* (Risiko keuangan)

The major perceived financial risk is likely to relate to the potential loss because of deficiencies in the operating sistem or misappropriation of funds through illegal external access. Sebagian besar risiko keuangan kemungkinan besar berkaitan dengan potensi kerugian yang dikarenakan oleh kekurangan dalam sistem operasi atau penyalahgunaan dana oleh pihak lain secara illegal.

2. *Performance risk* (Risiko kinerja)

The major perceived performance risk is that there are several factors that might be perceived as adversely affecting the performance of the mobile banking service. These may relate to the ability of the consumer to undertake the transaction, or to effect the transaction within what is

considered a reasonable time. In the meantime, the effectiveness of the mobile service including the download speed, and the time take to move from one part of the mobile service to another may also have some bearing. Thus, the risk that the new service will not meet the requirements of the consumer. Sebagian besar risiko kinerja adalah terdapat beberapa faktor yang mungkin dapat memengaruhi kinerja layanan *mobile banking*. Hal ini mungkin berhubungan dengan kemampuan nasabah dalam melakukan transaksi ataupun efektivitas layanan *mobile banking* termasuk kecepatan unduh dan waktu yang dibutuhkan untuk berpindah dari satu bagian layanan ke layanan. Dengan demikian, risiko layanan tersebut adalah tidak dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

3. *Time risk (Risiko waktu)*

Consumers may have to devote additional time to learning, or using a product or service. If mobile banking service requires significant learning time then the time risk may be considered high. In the case of mobile banking services the time risk may be related to the length of time involved in learning and using this offers. Konsumen mungkin harus mencurahkan waktu tambahan untuk belajar, atau menggunakan produk atau layanan. Jika layanan *mobile banking* membutuhkan waktu belajar yang signifikan maka risiko waktu dapat dianggap tinggi. Dalam hal layanan *mobile banking* risiko waktu mungkin terkait dengan lamanya waktu yang terlibat dalam pembelajaran dan penggunaan.

4. *Psychological risk* (Risiko psikologis)

The major perceived psychological risk is that the consumer's self-perception may be adversely affected by the adoption of mobile banking services. Risiko psikologis utama yang dirasakan adalah persepsi konsumen sendiri yang dapat memengaruhi penerapan layanan *mobile banking*.

5. *Privacy risk* (Risiko privasi)

As is well known, privacy may be the most serious disadvantage of mobile banking services with concerns over external intrusion resulting in the scrutiny of personal financial details and even the removal of money from accounts. Therefore, widespread concern over the privacy of the internet or a smart phone when used to purchase financial products has been noted.

Seperti diketahui, privasi mungkin merupakan kerugian paling serius dari layanan *mobile banking* dengan kekhawatiran akan gangguan eksternal seperti keuangan pribadi diawasi oleh oknum tertentu dan bahkan hilangnya uang dari rekening sendiri. Oleh karena itu, kekhawatiran atas privasi internet atau ponsel pintar saat digunakan untuk bertransaksi telah menjadi perhatian khusus.

2.2 Penelitian Terdahulu

Dasar yang berupa teori-teori atau temuan-temuan melalui hasil berbagai penelitian sebelumnya adalah hal yang penting dan dapat dijadikan sebagai data pendukung. Salah satu data pendukung adalah penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang sedang dibahas dalam penelitian ini. Berikut adalah

penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

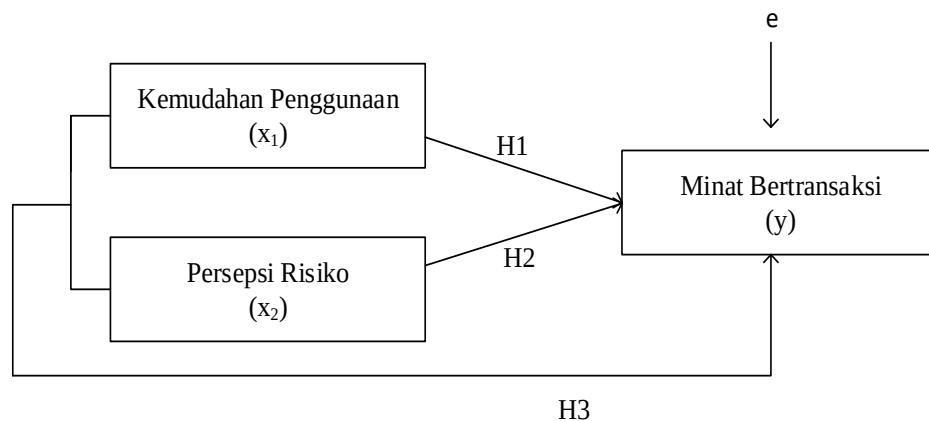
Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Metode
Bong Keun Jeong dan Tom E Yoon (2013)	<i>An Empirical Investigation on Consumer Acceptance of Mobile Banking Service</i> Investigasi Empiris atas Penerimaan Konsumen terhadap Pelayanan <i>Mobile Banking</i>	<i>Perceived usefulness, perceived credibility, self-efficacy and perceived ease of use have a positive influence on consumers's behavioral intention to adopt m-banking.</i> Persepsi kegunaan, persepsi kredibilitas, keyakinan diri, dan kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan <i>mobile banking</i> .	Analisis Linear Berganda
Kevin Danurdoro dan Dwi Wulandari (2016)	<i>The Impact of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Subjective Norm, and Experience Toward Student's Intention to Use Internet Banking</i> Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, norma subjektif dan pengalaman terhadap minat siswa menggunakan internet banking.	<i>Perceived ease of use and experience are significantly influence students to use internet banking and perceived usefulness and subjective norm are unsignificantly influence students to use internet banking.</i> Kemudahan penggunaan dan pengalaman secara signifikan mempengaruhi siswa untuk menggunakan internet banking sedangkan persepsi manfaat dan norma subjektif tidak memengaruhi secara signifikan.	Analisis Linear Berganda

Tabel 2.1 Lanjutan

Azam Khurshid (2014)	<i>Factor Contributing Towards Adoption of E-Banking In Pakistan</i> Faktor Yang Berkontribusi Terhadap Penggunaan E-Banking Di Pakistan	<i>Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use have positive impact on Attitude towards using. Perceived Risk has negative impact on Attitude towards using.</i> Persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh positif terhadap penggunaan. Sedangkan persepsi risiko berpengaruh negative atas sikap terhadap penggunaan.	Analisis Linear Berganda
Shallone K. Chitungo dan Simon Munongo (2013)	<i>Extending the Technology Acceptance Model to Mobile Banking Adoption</i> Memperluas TAM terhadap adposi mobile banking	<i>Perceived usefulness, perceived ease of use, relative advantages, personal innovativeness and social norms have significant effect.</i> Kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan, keuntungan relatif, inovasi pribadi dan norma sosial berpengaruh signifikan.	Analisis Linear
Ni Made Ari Puspita Dewi dan I Gde Kt. Warmika (2016)	Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan <i>Mobile Commerce</i> di Kota Denpasar	Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat serta persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan <i>mobile commerce</i> di kota denpasar.	Analisis Linear Berganda

2.3 Kerangka Berpikir

Penelitian ini terdiri dari satu variabel terikat yaitu minat bertransaksi menggunakan mobile banking dan dua variabel bebas yaitu kemudahan penggunaan dan persepsi risiko. Pengaruh kemudahan penggunaan dan persepsi risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan mobile banking, secara skematis dapat disusun dalam kerangka pemikiran yang tersaji pada gambar berikut.



Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang paling memungkinkan yang masih harus dicari kebenarannya. Hubungan antar variabel dalam penelitian ini memiliki hipotesis sebagai berikut :

- H₁ : Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.
- H₂ : Persepsi Risiko berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.
- H₃ : Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Pada penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausalitas. Desain penelitian kausalitas adalah desain penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab akibat antarvariabel. Dalam desain ini, umumnya hubungan sebab akibat sudah dapat diprediksi oleh peneliti, sehingga peneliti dapat menyatakan klasifikasi variable penyebab, variable antar, dan variable terikat (Sanusi, 2011: 14).

3.2 Definisi Operasional Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017: 38). Dalam penelitian ini, variabel penelitian terbagi menjadi dua yang terdiri dari variabel independen dan variabel dependen.

3.2.1 Variabel dependen

Variabel dependen sering disebut variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat atau dependen (y) adalah minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Minat perilaku adalah suatu keinginan atau minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu.

Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika mempunyai keinginan atau minat untuk melakukannya (Jogiyanto, 2008: 116). Minat dapat diukur melalui indikator keinginan menggunakan dan akan tetap menggunakan di masa depan.

3.2.2 Variabel independen

Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen atau variabel bebas (x) adalah kemudahan penggunaan (x_1) dan persepsi risiko (x_2).

1. Kemudahan Penggunaan (x_1) adalah persepsi nasabah terhadap kemampuan mereka dalam menggunakan mobile banking yang diukur melalui indikator sebagai berikut :
 - a. *Easy to use* (Mudah digunakan)
 - b. *Simple and understandable* (Sederhana dan mudah dimengerti)
 - c. *Trouble-free* (Bebas dari usaha)
2. Persepsi Risiko (x_2) adalah persepsi nasabah atas risiko yang ditimbulkan jika bertransaksi menggunakan *mobile banking* yang diukur melalui indikator sebagai berikut :
 - a. *Financial risk* (Risiko keuangan)
 - b. *Performance risk* (Risiko kinerja)
 - c. *Time risk* (Risiko waktu)
 - d. *Psychological risk* (Risiko psikologis)
 - e. *Privacy risk* (Risiko privasi)

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Minat (y)	Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. (Slameto, 2010: 180)	1. Keinginan menggunakan 2. Akan tetap menggunakan di masa depan.	Skala Likert
Kemudahan Penggunaan (x₁)	Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. (Jogiyanto, 2008: 115)	1. Mudah digunakan 2. Sederhana dan mudah dimengerti 3. Bebas dari usaha	Skala Likert
Persepsi Risiko (x₂)	Persepsi Risiko adalah kekhawatiran pengguna terhadap segala jenis kerugian yang akan terjadi. (Khurshid, 2014: 441)	1. Risiko Keuangan 2. Risiko kinerja 3. Risiko waktu 4. Risiko psikologis 5. Risiko privasi	Skala Likert

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan (Sanusi, 2011: 87). Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank BCA di Kota Batam pengguna *mobile banking*, akan tetapi populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya.

3.3.2 Sampel

Dalam melakukan penelitian, peneliti tidak diwajibkan untuk meneliti semua keseluruhan anggota populasinya. Dengan demikian, peneliti harus membuat sebuah perwakilan populasi yang disebut sebagai sampel. Sampel penelien ini adalah 100 nasabah Bank BCA Batam yang menggunakan *mobile banking*. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling insidental. Sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2017: 85).

Berdasarkan penjelasan pada bagian populasi, populasi tidak diketahui jumlahnya maka penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow untuk menghitung jumlah sampel. Berikut rumus Lemeshow yaitu :

$$n = \frac{Z^2 \alpha p q}{d^2} = \frac{Z^2 p(1-p)}{d^2}$$

Rumus 3. 1 Rumus Sampel Lemeshow

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,5(1 - 0,5)}{0,01}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04$$

Dimana :

n : Jumlah sampel minimal

Z : Tingkat kepercayaan (ditentukan sebesar 1.96)

P : Maksimal estimasi = 0,5

d : Sampling error = 10%

Berdasarkan perhitungan yang diperoleh diatas, maka jumlah sampel yang diteliti adalah sebesar 96,04 responden. Untuk memudahkan dalam melakukan penelitian dan menyesuaikan dengan jumlah sampel minimal pada Universitas Putera Batam, maka jumlah sampel dibulatkan dan ditetapkan sebanyak 100 responden.

3.4 Jenis dan Sumber data

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menguji hipotesis.

Sumber data dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer : Data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner
2. Data Sekunder : Data yang diperoleh dari jurnal kajian pustaka dan website resmi BCA

3.5 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden nasabah bank BCA Batam yang menggunakan layanan *mobile banking*

dengan mengisi dan mengikuti panduan yang ada pada kuesioner. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Jawaban yang diberikan oleh nasabah Bank BCA pengguna layanan *mobile banking* diberi skor dengan mengembangkan pernyataan yang menghasilkan jawaban setuju sampai dengan tidak setuju dalam berbagai rentang nilai. Urutan skala terdiri dari angka 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan 5 (sangat setuju) untuk semua variabel. Skala 1 sampai dengan 5 dipilih untuk memudahkan responden dalam memberikan penilaian atas pertanyaan yang diajukan.

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Termasuk dalam statistik deskriptif adalah penyajian data dengan tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean, persentase, dan standar deviasi (Sanusi, 2011: 115).

3.6.2 Uji Kualitas Data

Telah dikemukakan bahwa instrumen penelitian adalah alat untuk mengumpulkan data. Agar data yang diperoleh mempunyai tingkat akurasi dan konsistensi yang tinggi, instrumen penelitian yang digunakan harus valid dan reliabel. Untuk mempermudah pengujian validitas dan reliabilitas butir-butir

pertanyaan penelitian, pembentukan garis regresi beserta pengujian hipotesis penelitian menggunakan alat bantu SPSS.

3.6.2.1 Uji Validitas

Suatu instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh penelitian. Valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh penelitian dengan data sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian (Sugiyono, 2017: 267). Dalam penelitian ini rumus yang digunakan untuk mencari nilai korelasi (r) adalah korelasi *Pearson Product Moment*.

$$r_{ix} = \frac{N \sum ix - (\sum i)(\sum x)}{\sqrt{[n \sum i^2 - (\sum i)^2][N \sum x^2 - (\sum x)^2]}}$$

Rumus 3.2 Koefisien Korelasi Pearson Product Moment

Keterangan:

r_{ix} = Koefisien korelasi

i = Skor Item

x = Skor total dari x

n = Jumlah banyaknya subjek

Nilai uji akan dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikansi 0.05 (SPSS akan secara *default* menggunakan nilai ini). Kriteria diterima dan tidaknya suatu data valid atau tidak, jika:

- a. Jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ (uji dua sisi dengan sig 0.050) maka item-item pada pertanyaan dinyatakan berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut maka item dinyatakan valid.
- b. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ (uji dua sisi dengan sig 0.050) maka item-item pada pertanyaan dinyatakan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan tidak valid.

3.6.2.2 Uji Reliabilitas

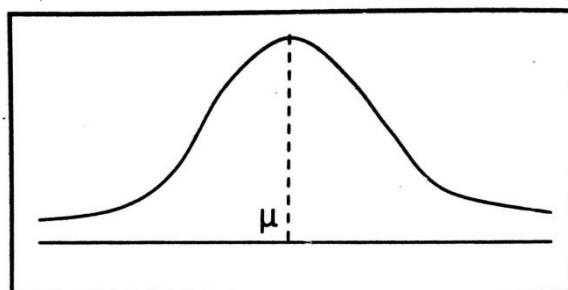
Reliabilitas suatu alat pengukur menunjukkan konsistensi hasil pengukuran sekiranya alat pengukur itu digunakan oleh orang yang sama dalam waktu yang berlainan atau digunakan oleh orang yang berlainan dalam waktu yang bersamaan atau waktu yang berlainan. Secara implisit, reliabilitas ini mengandung objektivitas karena hasil pengukuran tidak terpengaruh oleh siapa pengukurnya (Sanusi, 2011: 80). Menurut Wibowo (2012: 52) reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Reliabilitas juga dapat berindeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat menunjukkan dapat dipercaya atau tidak. Uji ini digunakan untuk mengetahui dan mengukur tingkat konsistensi alat ukur. Dalam SPSS diberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach's Alpha* (α), suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini untuk mengolah data hasil penelitian digunakan program SPSS. Analisis data dilakukan dengan bantuan metode regresi linier berganda, namun sebelum melakukan analisis regresi linier berganda digunakan uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, multikolinieritas, dan heterokedastisitas.

3.6.3.1 Uji Normalitas

Menurut uji normalitas dilakukan guna mengetahui apakah nilai residu yang diteliti memiliki distribusi normal atau tidak normal. Nilai residu yang berdistribusi normal akan membentuk kurva yang kalau digambarkan akan berbentuk lonceng, *bell-shaped curve* seperti gambar di bawah ini (Wibowo, 2012: 62).



Gambar 3. 1 Kurva *Bell-Shaped*

Kedua sisi kurva melebar sampai tidak terhingga. Suatu data dikatakan tidak normal jika memiliki nilai data yang ekstrim, atau biasanya jumlah data terlalu sedikit. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan *histogram regression* residual yang sudah distandarkan, analisis *Chi Square* dan juga menggunakan nilai *Kolmogorov-Smirnov*. Kurva nilai residual terstandarisasi

dikatakan normal jika nilai *Kolmogorov – Smirnov* $Z < Z_{\text{tabel}}$ atau menggunakan Nilai Probability Sig (2 tailed) $> \alpha$ atau $\text{sig} > 0,05$ (Wibowo, 2012: 62).

3.6.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas berguna untuk mengetahui apakah pada model regresi yang diajukan telah ditemukan korelasi kuat antar variabel independen. Jika terdapat korelasi kuat, terjadi masalah multikolinieritas yang harus diatasi. pendeteksian terhadap multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflating Factor* (VIF) dari hasil analisis regresi. Jika nilai $VIF > 10$ maka terdapat gejala multikolinieritas yang tinggi (Sanusi, 2011: 136).

$$VIF = \frac{1}{1 - R^2}$$

Rumus 3. 3 Variance Inflating Factor

Keterangan:

VIF = *Variance Inflating Factor*

R² = Koefisien determinasi

3.6.3.3 Uji Heteroskedastistas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah keragaman dari selisih nilai pengamatan dan pendugaan sama untuk semua nilai pendugaan Y. Jika terjadi heteroskedastistas maka pendugaan secara berpasangan antara variabel tak bebas dengan variabel bebas (Sanusi, 2011: 135).

3.6.4 Uji Pengaruh

3.6.4.1 Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap sikap positif penggunaan *mobile banking*. Rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e \quad \textbf{Rumus 3. 4 Regresi Linier Berganda}$$

Dimana :

y = Minat bertransaksi menggunakan *mobile banking*

a = konstanta

b_1 = koefisien regresi dari variabel x_1 (kemudahan penggunaan)

b_2 = koefisien regresi dari variabel x_2 (persepsi risiko)

x_1 = kemudahan penggunaan

x_2 = persepsi risiko

e = tingkat eror

3.6.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis ini digunakan dalam hubungannya untuk mengetahui jumlah atau persentase sumbangan pengaruh variabel bebas dalam model regresi yang secara serentak atau bersama-sama memberikan pengaruh terhadap variabel tidak bebas. Jadi koefisien angka yang ditunjukkan memperlihatkan sejauh mana model yang terbentuk dapat menjelaskan kondisi yang sebenarnya. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Jika koefisien determinasi (R^2) = 1, artinya variabel-

variabel independen memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Jika koefisien determinasi (R^2) = 0, artinya variabel independen tidak mampu menjelaskan variasi-variasi dependen (Wibowo, 2012: 135).

3.6.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis sama artinya dengan menguji signifikan koefisien regresi linear berganda secara parsial yang sekait dengan pernyataan hipotesis penelitian (Sanusi, 2011: 144). Menurut pengujian hipotesis yang dilakukan akan memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

1. Uji hipotesis merupakan uji dengan menggunakan data sampel.
2. Uji menghasilkan keputusan menolak H_0 atau sebaliknya menerima H_0
3. Nilai uji dapat dilihat dengan menggunakan nilai F atau nilai t hitung maupun nilai Sig.
4. Pengambilan kesimpulan dapat pula dilakukan dengan melihat gambar atau kurva, untuk melihat daerah tolak dan daerah terima suatu hipotesis nol.

3.6.5.1 Uji t (Regresi Parsial)

Koefisien regresi variabel independen memiliki pengaruh yang berarti terhadap variabel dependen jika nilai t hitung $>$ t tabel atau probabilitas (Sig.t) $<$ α .

Jika t hitung $<$ t tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika t hitung $>$ t tabel maka H_a diterima dan H_0 ditolak

Menurut Sanusi (2011: 123) t tabel didapatkan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Df = n - 2 \quad \textbf{Rumus 3. 5 Uji T}$$

Keterangan:

D = Derajat Kebebasan

n = Jumlah Sampel

3.6.5.2 Uji F (Regresi Simultan)

Menurut Wibowo (2012: 145) uji F digunakan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan rata-rata yang terdapat pada lebih dari dua kelompok sampel yang tidak saling berhubungan. Dasar pengambilan keputusan penguji:

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima

3.7 Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.7.1 Lokasi Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini penulis melakukan penelitian dengan mengambil objek penelitian. Lokasi penelitian adalah di Batam. Adapun penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kemudahan penggunaan dan persepsi risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan *mobile banking* nasabah bank BCA Batam.

3.7.2 Jadwal Penelitian

Waktu penelitian ini berlangsung dari bulan September 2017 sampai dengan bulan Februari 2017.

Tabel 3.5 Waktu Penelitian

Keterangan	September				Oktober				November				Desember				Januari				Februari			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul																								
Bab I																								
Bab II																								
Bab III																								
Kuesioner																								
Mengolah Data																								
Bab IV																								
Bab V																								
Daftar Pustaka																								
Daftar Isi																								
Abstrak																								
Penyerahan Hasil Penelitian																								

Sumber: Diolah oleh penelitian (2017)