

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT,
KEPERCAYAAN, RISIKO DAN KEAMANAN TERHADAP PENGGUNA
LAYANAN BNI *MOBILE BANKING***

SKRIPSI



DISUSUN OLEH:

BERLINA SAMPE LILINNG

12160072

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI AKUNTANSI

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PENGAJUAN

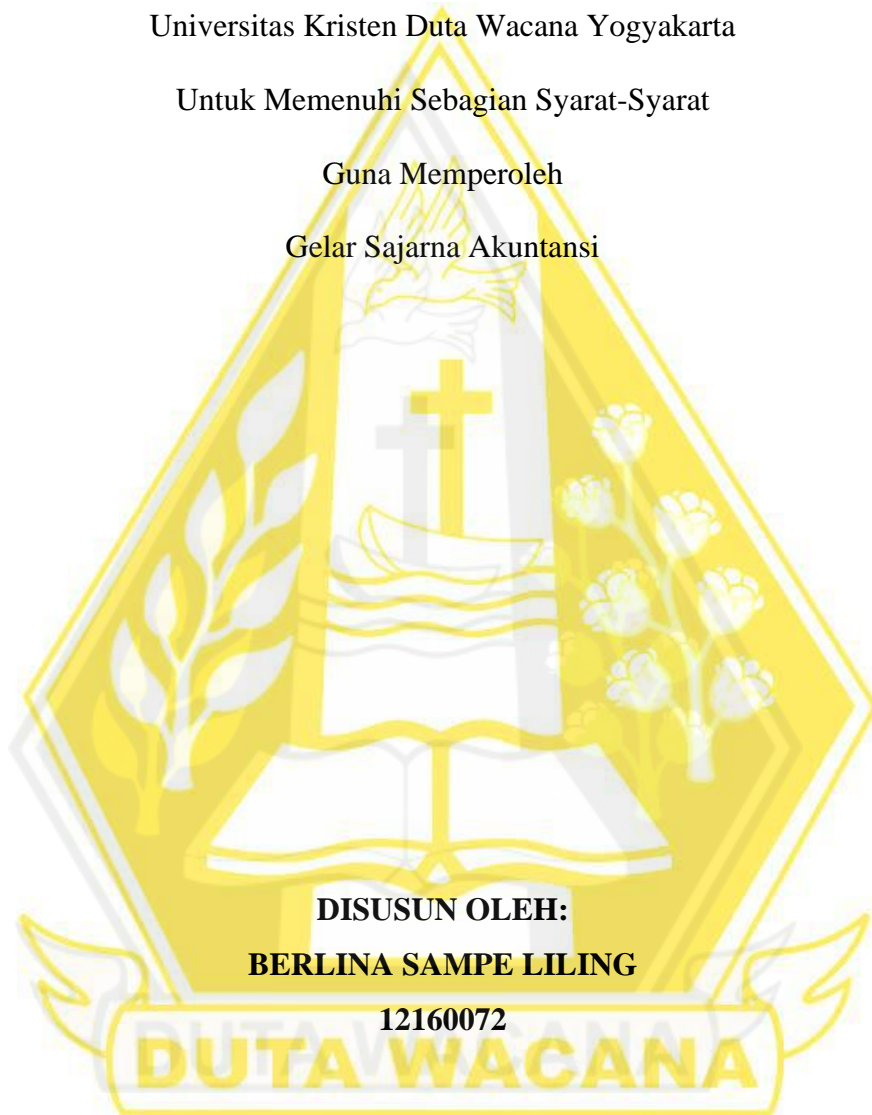
Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Akuntansi

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat

Guna Memperoleh

Gelar Sajarna Akuntansi



DISUSUN OLEH:

BERLINA SAMPE LILING

12160072

DUTA WACANA

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI AKUNTANSI

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2023

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Berlina Sampe Liling
NIM : 12160072
Program studi : Akuntansi
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT,
KEPERCAYAAN, RISIKO DAN KEAMANAN TERHADAP PENGGUNA
LAYANAN BNI MOBILE BANKING”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 30 Oktober 2023

Yang menyatakan



(Berlina Sampe Liling)

NIM : 12160072

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT, KEPERCAYAAN,
RISIKO DAN KEAMANAN TERHADAP PENGGUNA LAYANAN BNI *MOBILE*
*BANKING***

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

Berlina Sampe Liling

12160072

dalam Ujian Skripsi Program Studi Akuntansi

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk menerima salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Akuntansi pada tanggal 20 Oktober 2023

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Eka Adhi Wibowo, SE., M.Sc.
(Ketua Tim Penguji)
2. Servatia Mayang Setyowati, S.Pd., M.Sc.
(Dosen Penguji)
3. Rossalina Christanti, S.E., M.Acc.
(Dosen Pembimbing)



Yogyakarta, 26 Oktober 2023

Disahkan Oleh



Dekan Fakultas Bisnis
Dr. Purnama Pangeran, SE., M. Si.

Ketua Program Studi Akuntansi



Rossalina Christanti, S.E., M.Acc.

HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul : **PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT, KEPERCAYAAN, RISIKO DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN LAYANAN BNI *MOBILE BANKING*** yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagai syarat untuk menjadi sarjana pada Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenakan sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 10 Oktober 2023



Berlina Sampe Liling (12160072)

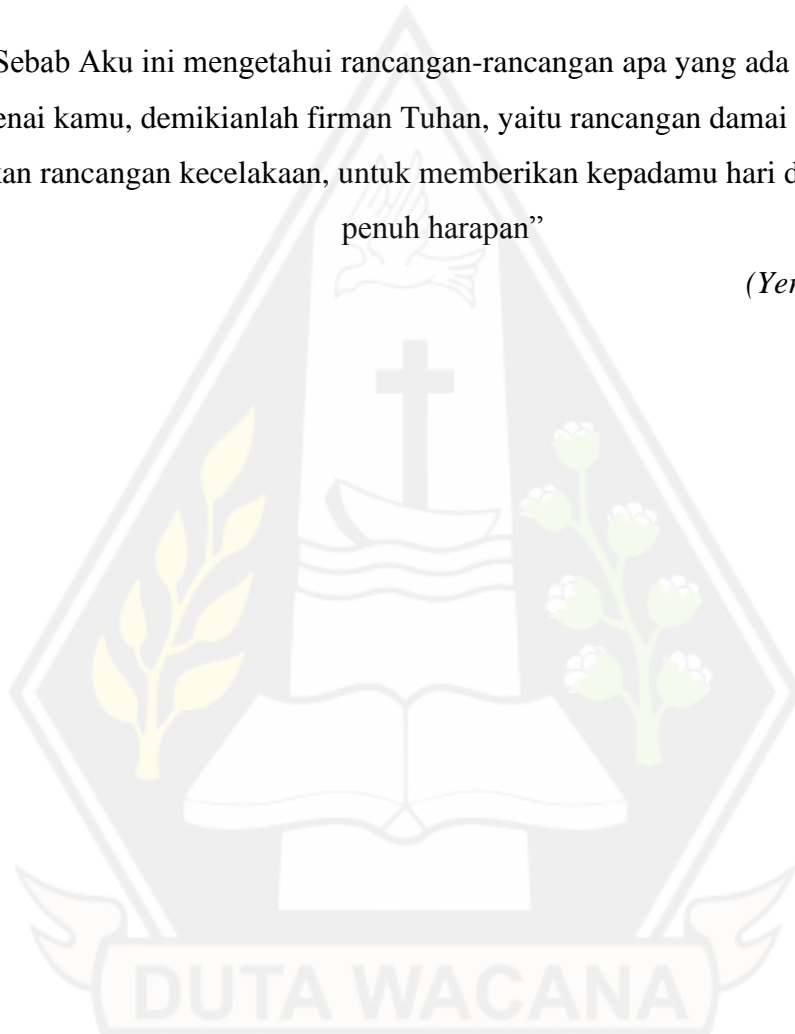
HALAMAN MOTTO

“Karena masa depan sungguh ada, dan harapanmu tidak akan hilang”

(Amsal 23 : 18)

“Sebab Aku ini mengetahui rancangan-rancangan apa yang ada pada-Ku mengenai kamu, demikianlah firman Tuhan, yaitu rancangan damai sejahtera dan bukan rancangan kecelakaan, untuk memberikan kepadamu hari depan yang penuh harapan”

(Yeremia 29 : 11)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

- Tuhan Yesus sumber keselamatan, kehidupan, dan juga kekuatan sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini sampai selesai karena penyertaan-Nya
- Papa dan Mama yang sangat saya cintai. Kakak Abigail, Kakak Eva, Kakak Trifena, Kakak Aska, Kakak Sifera, Kakak Firdaus, Kak Irma Dale' yang sangat saya cintai.
- Sahabat - Sahabat tercinta (Melany Pongtandi, Adriana Padang)
- Kekasih saya Oktovianus Ta'dung, dan adik tercinta Ottriana
- Seluruh jemaat GPSDI Efata Ambon yang selalu mendukung dan mendoakan saya
- Teman – teman dan kerabat yang membantu saya (Christie, Marcyola, dan lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu)
- Keluarga rohani saya JOYFUL komsel yang selalu mendukung saya dalam doa
- Dosen pembimbing yang saya kasihi Ibu Rossalina Christanti yang telah sabar dalam melakukan proses pembimbingan.
- Dosen wali yang saya kasihi Ibu Servatia Mayang .
- Seluruh orang-orang yang mendukung dan mendoakan saya tanpa sepengetahuan saya
- Kepada diri saya sendiri yang sudah mau berjuang dan tidak menyerah

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, atas berkat dan penyertaan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT, KEPERCAYAAN, RISIKO DAN KEAMANAN TERHADAP PENGGUNA LAYANAN BNI *MOBILE BANKING*”**

Tujuan dari penulisan ini adalah untuk melengkapi dan memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar sarjana S1 program studi akuntansi Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang turut membantu dan mendoakan dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi setiap pembaca.

Yogyakarta, 10 Oktober 2023

Penulis,



Berlina Sampe Liling

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Batasan Penelitian	7
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kajian Teori	9
2.1.1 <i>Technology Acceptance Model (TPB) dan Theory Of Planned Behavior (TPB)</i>	9
2.1.2 Pengguna.....	12
2.1.3 Mobile Banking	13
2.1.4 Persepsi Kemudahan.....	14
2.1.5 Persepsi Manfaat.....	16
2.1.6 Kepercayaan.....	17
2.1.7 Risiko	19
2.1.8 Keamanan	21
2.2 Penelitian Terdahulu	22

2.3	Hipotesis.....	24
2.4	Model Penelitian	29
BAB III		30
METODE PENELITIAN.....		30
3.1	Jenis Penelitian.....	30
3.2	Populasi dan Sampel	30
3.3	Identifikasi Variabel.....	31
3.4	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	31
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.6	Pengukuran Variabel.....	35
3.7	Pengujian Kualitas Instrumen	36
3.7.1	Metode Validitas dan Uji Reliabilitas.....	36
3.7.2	Analisis Data.....	37
3.7.3	Uji T	38
BAB IV		40
HASIL PENELITIAN.....		40
4.1	Analisis Deskriptif	40
4.1.1	Jenis Kelamin.....	41
4.1.2	Usia	41
4.1.3	Pekerjaan.....	42
4.1.4	Penghasilan Perbulan	42
4.1.5	Pendidikan Terakhir.....	43
4.1.6	Asal Responden	44
4.2	Uji Validitas	44
4.3	Uji Reliabilitas	46
4.4	Analisis Regresi Linier Berganda	48
4.5	Uji Hipotesis	50
4.1	Hasil Pembahasan	53
BAB V PENUTUP DAN SARAN		59
5.1	Kesimpulan	59
5.2	Keterbatasan penelitian	59
5.3	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	59
5.4	Saran Untuk Perusahaan	60
DAFTAR PUSTAKA		61
LAMPIRAN.....		65

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional	31
Tabel 3. 2 Pengukuran Variabel (Skala Likert)	35
Tabel 4. 1 Perhitungan Jumlah Sampel.....	40
Tabel 4. 2 Jumlah Responden Berlandaskan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4. 3 Jumlah Responden Berlandaskan Usia	41
Tabel 4. 4 Jumlah Responden Berlandaskan Pekerjaan.....	42
Tabel 4. 5 Jumlah Responden Berlandaskan Penghasilan	42
Tabel 4. 6 Jumlah Responden Berlandaskan Pendidikan Terakhir	43
Tabel 4. 7 Jumlah Responden Berlandaskan Asal	44
Tabel 4. 8 Uji Validitas	45
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitasi.....	47
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitasi Pervariabel.....	47
Tabel 4. 11 Hasil Regresi Linier Berganda.....	48
Tabel 4. 12 Hasil Uji T.....	50
Tabel 4. 13 Hasil Pembahasan	54

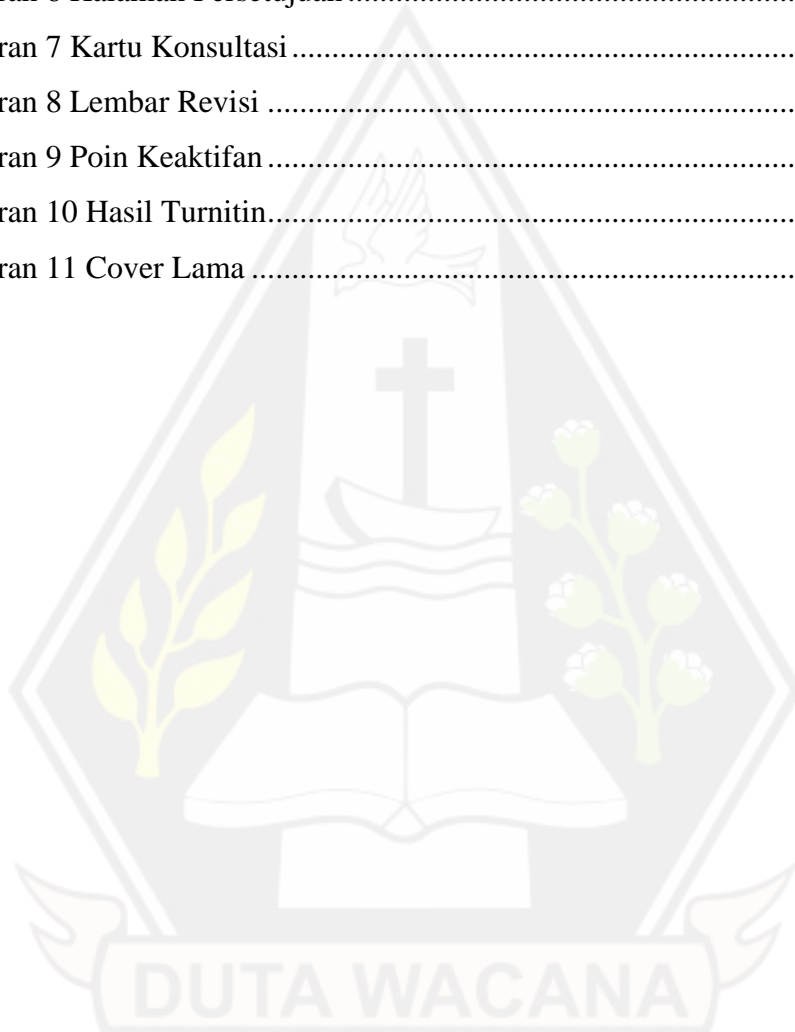
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Performa Terbaik Mobile Banking 10 Bank Tahun 2020-2021	2
Gambar 2. 1 <i>Hypothesized psychological factors that influence consumer trust in e-retailing</i>	18
Gambar 2. 2 Model Penelitian	29



DAFTAR LAMPIRAN

lampiran 1 Kuesioner Penelitian	65
Lampiran 2 Daftar Pernyataan	68
Lampiran 3 Hasil Kuisisioner	71
Lampiran 4 Data Responden	91
Lampiran 5 Hasil Olah Data	94
Lampiran 6 Halaman Persetujuan	98
Lampiran 7 Kartu Konsultasi	99
Lampiran 8 Lembar Revisi	101
Lampiran 9 Poin Keaktifan	102
Lampiran 10 Hasil Turnitin.....	103
Lampiran 11 Cover Lama	104



**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT,
KEPERCAYAAN, RISIKO DAN KEAMANAN TERHADAP PENGGUNA
LAYANAN BNI MOBILE BANKING**

**Berlina Sampe Liling
12160072**

**Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis
Universitas Kristen Duta Wacana
Email: 12160072@students.ukdw.ac.id**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, kepercayaan, risiko dan keamanan terhadap minat menggunakan *E-Banking* di Yogyakarta. Penelitian ini termasuk penelitian survai. Populasi dalam penelitian ini adalah / nasabah BNI yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta, jenis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah data primer dengan target 125 responder, proses penyebaran kuesioner dengan cara membagi pertanyaan/pernyataan kepada responden kemudian diisi oleh responden, dan final responder adalah 108 responden karena 8 kuesioner tidak kembali dan 9 responden yang lain tidak menggunakan *M-Banking BNI*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi menggunakan alat analisis *IBM SPSS STATISTICS 25*. Penelitian ini memberikan hasil persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$, kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan dengan nilai signifikan $0,223 < 0,05$. Dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Persepsi kemudahan, persepsi manfaat, kepercayaan, risiko, keamanan, *Mobile Banking*

THE INFLUENCE OF PERCEPTION OF EASE, PERCEPTION OF BENEFITS, TRUST, RISK AND SECURITY ON BNI MOBILE BANKING SERVICE USERS

**Berlina Sampe Liling
12160072**

**Department of Accounting Business Faculty
Duta Wacana Christian University
Email: 12160072@students.ukdw.ac.id**

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of perceived convenience, perceived benefits, trust, risk and safety on interest in using E-Banking in Yogyakarta. This research includes survey research. The population in this study is/ BNI customers who live in the Special Region of Yogyakarta, the type of data used in this research is primary data with a target of 125 respondents, the process of distributing questionnaires is by dividing questions/statements to respondents then filling them in by respondents, and the final respondents are 108 respondents because 8 questionnaires were not returned and the other 9 respondents did not use itM-Banking BNI. This research uses regression analysis techniques using analytical tools IBM SPSS STATISTICS 25. This research provides results that perceived ease of use has a significant effect on interest in using it with a significance value of $0.000 < 0.05$. Perceived benefits have a significant effect on interest in using with a significant value of $0.001 < 0.05$, trust has a significant effect on interest in using with a significant value of $0.000 < 0.05$. risk has no significant effect on interest in using with a significant value of $0.223 < 0.05$. And security has a significant effect on interest in using with a significant value of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Perception of convenience, perception of benefit, trust, risk, security, Mobile banking

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi perbankan zaman ini mempunyai peran yang sangat penting, bahkan setiap orang dituntut untuk dapat menyelesaikan pekerjaan dengan cepat. Seiring dengan kendala seperti ini, teknologi informasi atau komputer menjadi kebutuhan yang sangat penting. Teknologi informasi atau komputer memberikan dampak yang besar pada dunia perbankan saat ini, contohnya dengan teknologi informasi, sebuah bank memberikan fasilitas yang berupa *mobile banking* agar nasabah bisa dengan mudah dan aman saat melakukan transaksi dan disisi lain juga bisa menghemat waktu, tenaga (Arthana, 2015). Tentu saja, pentingnya teknologi informasi saat ini dalam perkembangan sistem keuangan tidak bisa dlebih-lebihkan. Semakin beragam dan canggihnya infrastruktur teknologi suatu bank, semakin baik pula bank tersebut dalam melayani nasabahnya. Saat ini, hampir semua barang yang dipasok ke klien adalah identik; Maka dari itu, persaingan dalam industri perbankan adalah bagaimana menyediakan produk yang aman, sederhana, dapat diandalkan, dan cepat (Arifin, 2016).

Menyediakan layanan media sosial untuk memudahkan pelanggan melihat barang yang dijual atau disediakan oleh suatu perusahaan adalah salah satu contoh bagaimana kemajuan TI telah membuka jalan baru dalam berbisnis. Konsumen kini mengutamakan kemudahan penggunaan dan waktu pemrosesan yang cepat ketika melakukan pembelian di era informasi (Arthana, 2015).

Layanan yang ditawarkan oleh bank kepada kliennya mencakup beragam pilihan bantuan keuangan. Dengan memberikan pelayanan jasa yang baik, maknanya bank juga akan memicu implikasi yang baik dan juga memperoleh pendapatan yang tinggi terhadap

perkembangan perusahaan bank. Suatu layanan yang disediakan oleh Bank BNI adalah *Mobile Banking* (Hastuti, 2018).

BNI memelopori penggunaan aplikasi mobile banking untuk memfasilitasi pembukaan rekening nasabah baru di lembaga keuangan milik negara pada tahun 2019. Layanan mobile banking BNI memfasilitasi perbankan melalui perangkat mobile bagi nasabah BNI. Cek saldo, transfer dana, pembayaran tagihan (telepon, kartu kredit, tiket pesawat), pembelian dalam aplikasi (pulsa), pembukaan rekening (Taplus, deposit), dan masih banyak lagi hanyalah beberapa layanan transaksi yang ditawarkan mobile banking BNI. BNI kini menawarkan mobile banking yang dapat dipakai untuk transfer internasional.



Gambar 1. 1 Performa Terbaik Mobile Banking 10 Bank Tahun 2020-2021

Sumber: <https://news.detik.com/adv-nhl-detikcom/d-5559538/wow-ini-mobile-banking-terbaik-se-indonesia>

Bisa dilihat dari gambar diatas bahwa BNI *mobile banking* menempati posisi pertama di Indonesia berpersentase 96,21% pada tahun 2020 dan meningkat sebanyak 94,92% pada tahun 2021. Gambar tersebut membuktikan bahwa Jika dibandingkan dengan bank nasional

lainnya, aplikasi mobile banking BNI unggul dalam persaingan. Tentu saja, layanan yang ditawarkan oleh mobile banking BNI, seperti penambahan terbaru yang memungkinkan pemesanan reksa dana dan obligasi ritel secara mobile, berkontribusi terhadap kesuksesan mobile banking BNI. Keberhasilan tersebut didukung oleh jumlah nasabah mobile banking BNI yang mencapai 8,56 juta pada Q1 2021, naik 58,4 persen dari 5,41 juta konsumen yang memanfaatkan layanan pada Q1 2020. Total nilai transaksi yang diproses menggunakan aplikasi mobile banking BNI meningkat menjadi Rp138 triliun pada Maret 2021, naik 33,2% dari total Maret 2020 sebesar Rp103 triliun. Terdapat 95 juta transaksi mobile banking BNI pada kuartal I 2021, naik dari 63 juta pada periode yang sama tahun sebelumnya.

Perkembangan mobile banking juga telah mengubah wajah industri perbankan di Indonesia. Banyak variabel yang memengaruhi keputusan nasabah bank mana yang akan menyimpan dananya. Beberapa variabel antara lain kenyamanan lokasi, kualitas layanan, keamanan, dan kemudahan transaksi keuangan menjadi hal yang penting. Nasabah akan lebih percaya pada suatu bank jika mereka merasa aman bertransaksi dengan bank tersebut. Pilihan konsumen dalam memanfaatkan layanan mobile banking akan terpengaruhi oleh tingkat kepercayaannya terhadap layanan tersebut (Rahayu, 2015).

Produsen, atau pelaku usaha yang membuat dan menjual ke konsumen, memerlukan rencana yang matang karena pentingnya mempelajari kebiasaan dan preferensi konsumen. Maka dari itu, dunia usaha harus memiliki pemahaman yang kuat tentang perilaku konsumen jika mereka ingin mengubah pembeli tunggal menjadi pelanggan tetap yang dengan senang hati merekomendasikan produk mereka kepada orang lain. Di sini, produsen perlu memahami motivasi pembeli dalam melakukan pembelian. Secara umum, produsen tidak memiliki wawasan pelanggan untuk mengantisipasi perubahan preferensi dan malah bereaksi tergesa-gesa terhadap peristiwa yang terjadi. Namun, bisnis di industri ini perlu meneliti apa yang

diinginkan konsumen di pasar sarannya dan bagaimana mereka menelusuri dan membeli (Setiadi, 2003).

Kenyamanan, imbalan, kepercayaan, risiko, dan keamanan merupakan unsur-unsur yang mungkin memengaruhi minat seseorang dalam memanfaatkan m-banking. Maka dari itu, unsur-unsur tersebut akan dijadikan sebagai variabel penelitian dalam riset ini. Periset harus memperhitungkan ketiga elemen ini untuk memperkirakan proporsi individu yang tertarik pada m-banking (Amijaya, 2017).

Karena m-banking dapat dilakukan dari perangkat apa pun yang terhubung ke internet, hal ini memberikan kebebasan yang besar bagi nasabah dalam hal kapan dan di mana mereka melakukan bisnis keuangannya. Perbankan online memerlukan komputer dan akses ke internet. Karena tidak semua orang di negara-negara terbelakang memiliki akses terhadap komputer dengan koneksi internet, m-banking menghadirkan tantangan seperti lemahnya kekuatan sinyal di wilayah terpencil (Amanullah, 2016). Sikap dan tindakan individu terhadap m-banking terpengaruhi oleh kemudahan individu belajar memanfaatkannya. Sejauh mana individu merasa bahwa mengadopsi sistem informasi baru bisa menaikkan produktivitas mereka di tempat kerja berhubungan langsung dengan kesan mereka terhadap kemudahan penggunaan sistem tersebut (Istiarni, 2016).

Pelanggan akan lebih mungkin membeli produk yang mereka percayai jika mereka memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap informasi yang diberikan oleh personel perusahaan (Cahyo, 2018), maknanya dari itu masuk akal jika kepercayaan merupakan faktor yang mungkin memengaruhi minat konsumen.

Tingkat minat nasabah mungkin terpengaruhi oleh pertimbangan risiko termasuk potensi kerugian atau keuntungan finansial. Nasabah harus memperhitungkan kemungkinan simpanannya di bank berisiko karena risiko yang berlebihan atau tidak memadai. Kelemahan keamanan pada aplikasi mobile banking merupakan ancaman terhadap data nasabah (Amijaya,

2017). Keamanan yang tidak memadai dalam sistem mungkin membuat konsumen khawatir dalam menggunakan sistem layanan mobile banking untuk mengakses rekening dan informasi sensitif lainnya. Pelanggan cenderung tidak menggunakan layanan mobile banking ketika risiko yang dirasakan lebih besar.

Hubungan perbankan jangka panjang dapat dibina melalui penggunaan mobile banking yang konsisten dan sering oleh klien. Maka dari itu, bank memerlukan komunikasi yang terus-menerus dengan konsumen untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan nasabah, membuat nasabah merasa nyaman dan mempercayai bank dengan menyediakan informasi yang diinginkannya (Wulandari, 2017). Internet banking memerlukan tingkat keamanan yang tinggi untuk mencegah pencurian identitas dan penipuan transaksi, seperti yang didefinisikan oleh Mahardika dan Basuki (2011). Banyak kejahatan, termasuk kegagalan sistem dan kejahatan dunia maya seperti pencurian identitas dan pencurian data klien oleh individu yang tidak bermoral, telah dikaitkan dengan perbankan online, ada kerusakan pada file yang berisi data tersebut. Server sedang down atau kejadian alam mungkin menjadi penyebab kegagalan fungsi pada sistem. Pelanggan diharuskan untuk mempertimbangkan masalah keamanan saat melindungi pembayaran dan data pelanggan mereka. Nasabah semakin enggan menggunakan layanan ini karena banyaknya penipuan yang terjadi selama transaksi perbankan online. Sebagai konsekuensinya, lembaga keuangan menginginkan layanan sistem yang dapat dipercaya untuk menjamin keamanan pelanggan online mereka.

Pelanggan yang mempertimbangkan untuk menggunakan Mobile Banking sebagai metode utama bisa melaksanakan transaksi keuangan harus terlebih dahulu memastikan bahwa informasi mereka aman. Kepercayaan nasabah internet banking sering kali terkikis oleh pemberitaan media yang berfokus pada masalah keamanan. Tingkat kepercayaan nasabah terhadap transaksi perbankan online merupakan faktor penting yang harus diperhatikan karena

dapat memengaruhi kecenderungan mereka dalam menggunakan internet banking (Cahyo, 2018).

Mengingat hal di atas, maknanya tujuan dari riset ini adalah penggunaan BNI *mobile banking* yang penggunanya sebagian besar adalah orang dewasa sampai orang tua, periset mencoba meneliti beberapa pengaruh layanan BNI *mobile banking* kepada minat nasabah dengan judul : **PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT, KEPERCAYAAN, RISIKO, DAN KEAMANAN TERHADAP PENGGUNA LAYANAN BNI MOBILE BANKING”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, maka dapat dikemukakan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap pengguna layanan BNI *Mobile Banking*?
2. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap pengguna layanan BNI *Mobile Banking*?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap pengguna layanan BNI *Mobile Banking*?
4. Apakah risiko berpengaruh terhadap pengguna layanan BNI *Mobile Banking*?
5. Apakah keamanan berpengaruh terhadap pengguna layanan BNI *Mobile Banking*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka hasil yang akan diperoleh dari penelitian ini dapat dirinci sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi kemudahan terhadap pengguna layanan BNI *Moobile Banking*
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi manfaat terhadap pengguna layanan BNI *Mobile Banking*

3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap pengguna layanan BNI *Mobile Banking*
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh risiko terhadap pengguna layanan BNI *Mobile Banking*
5. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh keamanan terhadap pengguna layanan BNI *Mobile Banking*

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Pembaca

Artikel ini berfungsi sebagai sumber bagi mereka yang tertarik untuk mempelajari lebih lanjut terkait pelayanan mobile banking dan sebagai rujukan bagi mereka yang sudah memulai studinya.

2. Bagi Penulis

Salah satu hal terakhir yang harus dilakukan untuk lulus adalah menyelesaikan tugas yang menambah dan menyempurnakan apa yang sudah diketahui

3. Bagi Lembaga (Bank)

Bisa memahami sebesar apa dampak layanan mobile banking bank terhadap kepuasan kebutuhan konsumen akan kemudahan penggunaan.

1.5 Batasan Penelitian

Riset ini dibatasi dengan cara-cara berikut ini untuk memastikan bahwa perhatian periset terfokus hanya pada subjek yang ada dan tidak ada jalan menyimpang yang diambil dari jalan menuju tujuan yang telah ditetapkan:

- 1) Tempat Penelitian : Daerah Istimewa Yogyakarta
- 2) Waktu Penelitian : Oktober 2021 - Februari 2022
- 3) Variaebel (X) : Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Kepercayaan, Risiko, Keamanan

4) Variabel (Y) : Pengguna layanan BNI *Mobile Banking*

5) Responden : Seluruh pengguna layanan BNI *Mobile Banking* di Yogyakarta



BAB V

PENUTUP DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan berikut dapat dibuat tentang riset ini berlandaskan temuan analisis yang dilakukan :

- 1) Kemudahan memengaruhi bersignifikan kepada pengguna layanan *M-Banking* BNI di Yogyakarta.
- 2) Presepsi manfaat memengaruhi bersignifikan kepada pengguna layanan *M-Banking* BNI di Yogyakarta.
- 3) Kepercayaan memengaruhi bersignifikan kepada pengguna layanan *M-Banking* BNI di Yogyakarta.
- 4) Resiko tidak memengaruhi kepada pengguna layanan *M-Banking* BNI di Yogyakarta.
- 5) Keamanan memengaruhi bersignifikan kepada pengguna layanan *M-Banking* BNI di Yogyakarta.

5.2 Keterbatasan penelitian

Riset ini hanya menggunakan responden yang berasal dari Yogyakarta dan tidak memperhatikan sebaran kuesioner yang berasal dari luar Yogyakarta.

5.3 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Beberapa rekomendasi untuk penelitian di masa depan dapat dibuat berlandaskan temuan riset ini untuk mengisi kesenjangan dan meningkatkan kualitas bidang ini secara keseluruhan:

- 1) Menggunakan amatan waktu yang lebih panjang alhasil menjangkau responden yang berada diluar Yogyakarta.
- 2) Memperluas dan memperbanyak sebaran responden alhasil hasil penelitian dapat mewakili minat pengguna *M-Banking* BNI diberbagi kota besar di Indonesian.

5.4 Saran Untuk Perusahaan

Di samping saran yang disampaikan bagi industri yang menyediakan pelayanan keuangan dalam mengembangkan layanan supaya lebih baik di masa mendatang:

- 1) Membuat iklan instruksional yang ringkas dan informatif bagi mereka yang masih khawatir tentang kemungkinan risiko terkait mobile banking. Hal ini ditujukan bagi masyarakat yang khawatir terhadap potensi risiko terkait mobile banking.
- 2) Memberikan informasi yang bermanfaat bagi masyarakat yang baru menggunakan M-Banking, dan mengajak masyarakat baik pengguna maupun yang belum menggunakan M-Banking untuk membaca petunjuk penggunaan sehingga dapat bertransaksi dengan lancar dan efisien tanpa ketahuan. karena keterbatasan waktu atau faktor masalah lainnya seperti koneksi internet yang tidak stabil. Selain itu, menghimbau masyarakat untuk membaca petunjuk penggunaan dan membacakannya kepada yang belum menggunakan M-Banking.
- 3) Ketiga, pengembang aplikasi *mobile banking* perlu melakukan pemeliharaan berkala terhadap produknya untuk memastikan perangkat lunaknya bebas dari bug dan gangguan yang mungkin menghalangi mobile banking untuk beroperasi sebagaimana mestinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). Partial Least Square (PLS): alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis. *Yogyakarta: Penerbit Andi*, 22, 103-150.
- Adi, I. N. R., & Yanti, P. E. P. (2018). Pengaruh Computer Attitude, Computer Self Efficacy, Dan Trust Terhadap Minat Menggunakan Software Akuntansi Pada Karyawan LPD Se-Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 3(1), 58-70.
- Afifah, F., & Widiyanesti, S. (2017). Analisis penggunaan mobile banking dengan mengadopsi technology acceptance model (tam)(studi kasus pada bank central asia di jakarta). *eProceedings of Management*, 4(1).
- Ahmadi, A. (2013), *Psikologi Belajar*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Agustina, H. (2017). Penggunaan Teknologi Informasi, Kemudahan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Bank Syariah Mandiri). *Jurnal Manajemen KINERJA*, 3(1), 24-29.
- Aini, N. (2016). *Pengaruh Kepercayaan, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Bank Mandiri Di Surabaya* (Doctoral dissertation, STIE PERBANAS SURABAYA).
- Amijaya, G. R., & Rahardjo, S. T. (2010). *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank Bca)* (Doctoral dissertation, Perpustakaan FE UNDIP).
- Arifin, H. D. (2016). Pengaruh Internet Banking terhadap Tingkat Kepercayaan Nasabah pada Bank Bri Syariah Kcp Arjawinangun. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 8(2).
- Ashsifa, I. (2020). Pengaruh Technology Acceptance Model (Tam) Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Niat Penggunaan Mobile Banking Secara Berkelanjutan (Privasi Dan Personalisasi Sebagai Variabel Moderasi). *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 3(1), 25-29.
- Cahyo, W. Y. H. (2014). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Online Banking pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. MIS quarterly*, 319-340.
- Desky, H., Murinda, R., & Razali, R. (2022). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online: Studi Kasus pada Konsumen Shopee di Kota Lhokseumawe. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 6(2), 1812-1829.
- Flavián, C., & Casaló, L. V. (2021). Artificial intelligence in services: current trends, benefits and challenges. *The Service Industries Journal*, 41(13-14), 853-859.

- Green, Lawrence. (1980). *Education Planning A Diagnostik Approach*, The Johns Hopkins University: Mayfield Publishing Company, 2005
- Ghazali, I. 2018. *Processing Data Penelitian Menggunakan Spss*, Edisi Pertama.
- Hahn, S., Yoon, J. H., & Kim, J. M. (2014). Extending the technology acceptance model to examine the intention to use tourism applications on smartphone. *Korean Journal of Hospitality and Tourism*, 23(3), 19-40.
- Harahap, B. I., Nazer, M., & Andrianus, F. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Dalam Belanja Online Di Kota Solok. *J. TAM (Technology Accept. Model., vol. 11, no. 1, pp. 1-9*.
- Hartono, J. 2018. *Metode Pengumpulan Dan Teknik Analisis Data*. Yogyakarta: Andi.
- Hidayati, D. N. I. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan dan Persepsi risiko terhadap Minat Menggunakan Kartu Kredit (Studi pada pengguna kartu kredit di lingkungan PT Bank OCBC Nisp). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(8), 59-66.
- Huang, Y. C., Chang, L. L., Yu, C. P., & Chen, J. (2019). Examining an extended technology acceptance model with experience construct on hotel consumers' adoption of mobile applications. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 28(8), 957-980.
- Huda, N. (2018). Model Green Purchase Behavior Berbasis Theory Of Planned Behavior (TPB).
- Islamy, I. T., Agatha, S. T., Ameron, R., Fuad, B. H., Evan, E., & Rakhmawati, N. A. (2018). Pentingnya memahami penerapan privasi di era teknologi informasi. *Jurnal Teknologi Informasi dan Pendidikan*, 11(2), 21-28.
- Ismail, H. A., & Purwani, T. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Mobile Banking. *Indicators: Journal of Economic and Business*, 3(2), 151-157.
- Kholid, F. I., & Soemarso, E. D. (2019). Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah dan Kebermanfaatn Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang. *Jurnal Sains Ekonomi dan Perbankan Syariah: Journal Science of Economic and Shariah Banking*, 8(2), 49-57.
- Kota, T. P., & Kusumastuti, S. Y. (2022). ANALISIS PENGARUH MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING DENGAN MENGGUNAKAN KERANGKA TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 10(3), 276-288.
- Laksana, G. B. (2015). *Pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi resiko dan persepsi kesesuaian terhadap minat menggunakan mobile banking (studi pada nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Latif, C. S. (2017). Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2.

- Maharsi, S., & Fenny, F. (2006). Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Internet Banking di Surabaya. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 8(1), 35-51.
- Maharsi, S., & Fenny, F. (2006). Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Internet Banking di Surabaya. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 8(1), 35-51.
- Maulana, R., Iskandar, I., & Mailany, M. (2019). Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan Technology Acceptance Model. *Cyberspace: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 2(2), 146-155.
- Nuriana, D., Rizkiyah, I., Efendi, L., Wibowo, H., & Raharjo, S. T. (2019). Generasi baby boomers (lanjut usia) dalam menghadapi era revolusi industri 4.0. *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(1), 32-46.
- Nurul, S., Anggrainy, S., & Aprelyani, S. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keamanan Sistem Informasi: Keamanan Informasi, Teknologi Informasi Dan Network (Literature Review SIM). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(5), 564-573.
- Oblinger, D. G. & Oblinger, J. L. (2005). is it Age or it: First Steps Toward Understanding the Net Generation. in D. G. Oblinger & J. L. Oblinger (Eds). *Educating The Net Generation*, 5 (3), 1-20.
- Pambudi, B. S. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet Banking (Studi pada Program Layanan Internet Banking BRI). *Competence: Journal of Management Studies*, 8(1).
- Pranoto, M. O., & Setianegara, R. G. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran). *Keunis*, 8(1), 1-9.
- Putra, Y. S. (2017). Theoretical review: Teori perbedaan generasi. *Among makarti*, 9(2).
- Rahayu, I. S. (2016). Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)(Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta). *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 5(2), 137-150.
- Rahman, A., & Dewantara, R. Y. (2017). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Minat Menggunakan Situs Jual Beli Online”(Studi Kasus pada Pengguna Situs Jual Beli “Z”)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Rizky, I. N., & Yasa, I. N. P. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Dalam Bertransaksi Pada Umkm Di Kecamatan Buleleng. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 9(3).

- Rustam, Y. W. A. (2015). Pengaruh minat individu terhadap penggunaan mobile banking (M-banking): Model kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB). *Jurnal Informatika dan Sistem Informasi*, 7(1).
- Siregar, K. R. (2011). Kajian mengenai penerimaan teknologi dan informasi menggunakan technology acceptance model (TAM). *Rekayasa*, 4(1), 27-32.
- Sugiyono (2014). . “Statistika Untuk Penelitian”. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono (2019). “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D”. Bandung : Alfabeta.
- Sutisna. 2012. Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Siswoyo, A., & Irianto, B. S. (2023). Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Pengguna Aplikasi Mobile Banking. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 7(2), 1196-1205.
- Susanto, D., Fadhilah, M., & Udayana, I. B. N. (2021). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Study Kasus Pada Konsumen Shopee Di Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 18(2), 89-97.
- Usman, R. (2016). “Pilihan Penyelesaian Sengketa di Luar Pengadilan” , PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Usman, R. (2018). Aspek Hukum Perbankan Syariah Di Indonesia. Jakarta: Sinar Grafik
- Warren and Brandeis, “The Right to Privacy”, *Harvard Law Review*, Accessed May 31st 2020 <http://faculty.uml.edu/sgallagher/Brandeisprivacy.htm>, 1890.
- Widyarini, L. A. (2017). Analisis Niat Perilaku Menggunakan Internet Banking di Kalangan Pengguna Internet di Surabaya. *Jurnal Widya Manajemen & Akuntansi*, 5(1).
- Yani, E., Lestari, A. F., Amalia, H., & Puspita, A. (2018). Pengaruh internet banking terhadap minat nasabah dalam bertransaksi dengan technology acceptance model. *Jurnal Informatika*, 5(1), 34-42.