

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Ekpektasi Kinerja (*Performance Expectancy*) terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah

Pengujian hipotesis 1 membuktikan bahwa nilai t-statistik untuk variabel *performance expectancy* terpenuhi. Nilai tersebut menunjukkan bahwa tingkat efektivitas, kenyamanan, dan kecepatan mampu mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan *mobile banking* bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), maka keputusan untuk menggunakan layanan *mobile banking* juga ikut meningkat.

Performance expectancy merupakan tingkat kepercayaan seorang individu bahwa dengan menggunakan sistem, dapat membantu dan memberikan keuntungan dalam melakukan pekerjaan.¹⁵² Seseorang akan menggunakan sistem jika sistem tersebut mampu memberikan keuntungan yang akan meningkatkan kinerja mereka. Dalam hal ini, pengguna *mobile banking* meyakini bahwa sistem yang mereka gunakan akan memberikan keuntungan, seperti dalam kecepatan dan kenyamanan, sehingga mereka akan merasakan transaksi pembayaran lebih efektif, efisien, dan lebih ekonomis dibandingkan dengan transaksi melalui *teller*/ATM.

¹⁵² Indrawati, dkk., *Perilaku Konsumen Individu.....*, hal. 36.

Usia responden penelitian ini berada pada rentang usia 19—24 tahun, yang mana dalam teori generasi mereka masuk ke dalam kelompok Generasi Z. Generasi Z adalah mereka yang lahir pada rentang tahun lahir 1995—2010. Mereka dikenal memiliki mobilitas yang tinggi dengan berbagai aktivitas yang bisa mereka lakukan secara bersamaan, memiliki *social networks* yang lebih baik, serta sangat fasih dengan dunia digital.¹⁵³ Dalam segi karir, disebutkan bahwa banyak Generasi Z yang memiliki preferensi untuk membangun bisnis mereka sendiri. Sekitar 41% dari mereka berencana untuk memulai wirausaha.¹⁵⁴

Dengan kaitannya dalam hal ini, untuk menunjang bisnis yang mereka lakukan, perlu ada sebuah sistem yang dapat membantu pekerjaan mereka. *Mobile banking* adalah salah satu media yang dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah transaksi keuangan dalam bisnis mereka. Kepraktisan dan keefektifitasan yang diberikan *mobile banking* dapat memberikan keuntungan relatif bagi pengguna, terutama Generasi Z yang lebih *mobile* dan suka dengan sesuatu yang cepat.

Hasil ini relevan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Herlambang dan Dewayanti, dimana hasil penelitiannya menyebutkan bahwa *performance expectancy* merupakan prediktor terkuat yang dapat menentukan keputusan seseorang dalam menggunakan *mobile banking*.¹⁵⁵ Selain itu, hasil

¹⁵³ Tracy Francis dan Fernanda Hoefel, “*True Gen: Generation Z and it’s implications for companies*”, (McKinsey&Company, November 2018), hal. 3.

¹⁵⁴ Agung Purnomo, dkk., “*Generasi Z sebagai Generasi Wirausaha*”, dalam https://www.researchgate.net/publication/338133308_Generasi_Z_sebagai_Generasi_Wirausaha , diakses pada 22 April pukul 8.36 WIB.

¹⁵⁵ Admaja Dwi Herlambang dan Arimbi Dewayanti, “*Minat Nasabah dalam....*”, hal. 52.

penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anugrah dan Ompusunggu, dimana hasil penelitiannya menyebutkan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan aplikasi pembayaran berbasis digital. Sistem pembayaran melalui aplikasi pembayaran berbasis digital mampu memberikan kemudahan dan meningkatkan kinerja konsumen.¹⁵⁶

Berdasarkan hal yang telah dijelaskan, maka peneliti menyimpulkan bahwa *performance expectancy* atau ekspektasi kinerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *mobile banking* bank syariah.

B. Pengaruh Ekpektasi Usaha (*Effort Expectancy*) terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah

Pengujian hipotesis 2 membuktikan bahwa nilai t-statistik untuk variabel *effort expectancy* terpenuhi. Angka ini menunjukkan bahwa kemudahan untuk memahami pengoperasian aplikasi dan kejelasan dari fitur aplikasi mampu mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan *mobile banking* bank syariah. Variabel ini merupakan konstruk penting yang berpengaruh terhadap pengadopsian teknologi. Dari sini terlihat bahwa mahasiswa IAIN Tulungagung pengguna *mobile banking* cukup awam dengan teknologi, sehingga faktor tentang kemudahan dalam mengakses aplikasi pada

¹⁵⁶ Meilinda Dwi Anugrah dan Hermaya Ompusunggu, “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Penggunaan E-Money melalui Aplikasi Pembayaran Berbasis Digital Menggunakan Model UTAUT”, Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis, Volume 18, Nomor 1, Maret 2021, hal. 52.

variabel *effort expectancy* berpengaruh terhadap keputusan untuk menggunakan *mobile banking* bank syariah.

Effort expectancy diartikan sebagai tingkat kemudahan terkait penggunaan sebuah sistem. Kemudahan dalam mengoperasikan sistem inilah yang akan mempengaruhi niat seseorang dalam menggunakan sistem atau teknologi tersebut.¹⁵⁷ Seseorang akan menggunakan suatu sistem apabila mereka merasa sistem tersebut dapat dipahami dengan mudah. Kemudahan penggunaan sistem dapat diperoleh dari desain tampilan visual (*user interface*) yang dimiliki sistem tersebut. *User Interface* ini memastikan bahwa sistem tersebut memiliki elemen yang mudah diakses, dipahami, dan digunakan oleh pengguna. *User Interface* yang baik tidak memerlukan pelatihan dalam pengoperasiannya, efisien, dan ramah pengguna.¹⁵⁸

Kemudahan penggunaan dapat meningkatkan niat seseorang untuk menggunakan *mobile banking* dalam melakukan transaksi keuangan, dibandingkan dengan transaksi melalui *teller* maupun melalui mesin ATM. Ketika pengguna merasa bahwa suatu teknologi mudah untuk digunakan dan tidak memerlukan banyak usaha, mereka akan memiliki ekspektasi yang tinggi untuk mendapatkan kinerja yang diharapkan. Hal ini berarti, fitur pada *mobile banking* yang tidak rumit menjadikan *mobile banking* lebih mudah untuk dipahami dan praktis untuk digunakan oleh responden.

¹⁵⁷ Indrawati, dkk., *Perilaku Konsumen.....*, hal. 38.

¹⁵⁸ Techfor Id, “*Fungsi User Interface (UI) dalam Membangun Desain yang Optimal*” <https://www.techfor.id/fungsi-user-interface-ui-dalam-membangun-desain-yang-optimal/> diakses pada 21 April 2021 pukul 21.59 WIB.

Hasil ini relevan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Deameta, dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif signifikan antara *effort expectancy* terhadap keputusan nasabah menggunakan *mobile banking*.¹⁵⁹ Selain itu, hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rema dan Setyohadi, dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *effort expectancy* berpengaruh terhadap keputusan seseorang untuk menggunakan *mobile banking*. Mereka juga menjelaskan bahwa aplikasi *mobile banking* yang *user friendly* menjadi faktor kemudahan responden dalam menggunakan *mobile banking*.¹⁶⁰

Berdasarkan hal yang telah dijelaskan, maka peneliti menyimpulkan bahwa *effort expectancy* atau ekspektasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *mobile banking* bank syariah.

C. Pengaruh Pengaruh Sosial (*Social Influence*) terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah

Pengujian hipotesis 3 menunjukkan bahwa nilai t-statistik untuk variabel *social influence* terpenuhi. Nilai tersebut membuktikan bahwa pengaruh orang-orang terdekat dan juga penting bagi nasabah, mampu mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan *mobile banking* bank syariah. Adanya rekomendasi dan dukungan dari orang-orang terdekat dan yang dianggap penting bagi nasabah dapat membuat mereka untuk memilih

¹⁵⁹ Armelia Firana Deameta, "*Prediksi Intensi Perilaku....*", hal. 214.

¹⁶⁰ Yasinta Oktaviana L. Rema dan Djoko Budianto Setyohadi, "*Faktor-Faktor yang....*", hal. 121.

layanan ini. Hasil penelitian yang positif menunjukkan bahwa apabila semakin tinggi *social influence*, semakin mantap pula keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* bank syariah.

Social influence adalah pentingnya lingkungan sosial dalam mempengaruhi dan meyakinkan seorang individu untuk juga menggunakan sistem baru.¹⁶¹ Hal ini berarti bahwa salah satu yang mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan sebuah sistem apabila ia mendapat anjuran dari orang-orang di sekitarnya, terutama orang terdekat dan yang ia anggap penting. Sesuai dengan teori karakteristik konsumen dalam pembelian yang dijelaskan Kotler dan Armstrong, sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumen untuk mengonsumsi suatu produk. Faktor-faktor yang dijelaskan mereka sejalan dengan teori UTAUT yang dijelaskan Venkatesh, yaitu kelompok orang yang berpengaruh dan kelompok orang terdekat.¹⁶²

Dalam penelitian ini terlihat bahwa sebagian besar responden mendapatkan dorongan dari orang-orang di sekitarnya untuk menggunakan *mobile banking*. Hubungan persaudaraan dan pertemanan dapat memberikan dampak yang kuat terhadap keputusan seseorang menggunakan suatu sistem. Dalam sebuah survei, Generasi Z cenderung menganggap rekomendasi dari teman adalah sumber terpercaya mereka untuk mempelajari sebuah produk hingga akhirnya menggunakannya.¹⁶³ Sebagai contohnya adalah ketika seorang individu mendapatkan rekomendasi dari sahabatnya untuk melakukan

¹⁶¹ Indrawati, dkk., *Perilaku Konsumen Individu....*, hal. 39.

¹⁶² Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Principles of Marketing 17th Edition*, (New York: Pearson, 2018), hal. 159.

¹⁶³ Tracy Francis dan Fernanda Hoefel, "*True Gen:.....*", hal. 9.

transaksi pembayaran menggunakan *mobile banking*, maka ia akan dengan lebih mudah menerima rekomendasi tersebut karena ia mempunyai tingkat kepercayaan yang tinggi kepada orang terdekatnya. Hal ini berarti, segala sesuatu yang disarankan orang terdekat dan dianggap penting adalah yang terbaik. Dari penjelasan tersebut menunjukkan bahwa salah satu faktor dari niat seseorang untuk menggunakan sebuah teknologi baru adalah jika ia mendapatkan dukungan atau anjuran dari orang terdekatnya.

Hasil ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Diningrat dkk., dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *social influence* berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan *mobile banking*.¹⁶⁴ Selain itu, hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khairani dan Giri, dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengaruh sosial (*social influence*) berpengaruh terhadap keputusan seseorang untuk menggunakan *internet banking*. Hasil dari penelitian yang mereka lakukan menjelaskan bahwa dengan adanya pengaruh dari lingkungan sekitar seperti sahabat, keluarga, maupun pihak bank akan mempengaruhi keputusan responden dalam mengadopsi layanan *internet banking*.¹⁶⁵

Berdasarkan hal yang telah dijelaskan, maka peneliti menyimpulkan bahwa *social influence* atau pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *mobile banking* bank syariah.

¹⁶⁴ Mohammad Santosa Mulyo Diningrat, dkk., “Evaluasi Penerimaan.....”, hal. 13.

¹⁶⁵ Gina Ayyudia Khairani dan Refi Rifaldi Windya Giri, “Analisis Adopsi Penggunaan Mobile Banking Menggunakan Model UTAUT Modifikasi dengan Budaya sebagai Moderator di Kalimantan Timur”, Jurnal Mitra Manajemen (JMM), Volume 4, Nomor 7, Juli 2020, hal. 1032.

D. Pengaruh Kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating Condition*) terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah

Pengujian hipotesis 4 membuktikan bahwa nilai t-statistik untuk variabel *facilitating condition* terpenuhi. Nilai tersebut menunjukkan bahwa ketersediaan fasilitas untuk mengakses aplikasi, seperti halnya penguasaan terhadap gawai, informasi dan panduan tentang aplikasi, serta orang yang bersedia membantu, mampu mempengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan *mobile banking* bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *facilitating condition*, semakin kuat pula keputusan seseorang untuk menggunakan *mobile banking* bank syariah.

Facilitating condition merupakan tingkat kepercayaan seorang individu terhadap ketersediaan fasilitas untuk mendukung penggunaan sistem.¹⁶⁶ Hal ini berarti bahwa untuk menggunakan sebuah sistem, diperlukan adanya dukungan fasilitas dan teknis yang memadai, seperti ketersediaan ponsel pintar, jaringan internet, maupun pedoman yang terstruktur dan jelas mengenai penggunaan sistem. Selain itu, penggunaan sistem juga mengharuskan pengguna untuk memiliki keterampilan khusus, seperti mengoperasikan *smartphone* dan menghubungkan ke internet. Hal tersebut berarti, pengguna tidak akan menggunakan sistem apabila tidak memiliki infrastruktur dan sumber daya yang memadai.¹⁶⁷

¹⁶⁶ Indrawati, dkk., *Perilaku Konsumen Individu....*, hal. 41.

¹⁶⁷ Alfian Amrullah dan Anjar Priyono, “*Integrasi Aspek Risiko dalam Model UTAUT untuk Menganalisis Penerimaan Teknologi Go-Ride*”, *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Volume 8, Nomor 1, Februari 2018, hal. 37.

Dalam penelitian ini, terlihat bahwa responden memiliki kontrol penuh atas penggunaan aplikasi *mobile banking*. Hal ini berarti, mereka semua memiliki gawai dan bisa mengoperasikannya dengan baik. Kelompok Generasi Z memang terkenal lebih *tech-savvy* atau gemar dengan teknologi dibandingkan kelompok generasi sebelumnya, sehingga dalam hal pengoperasian gawai untuk mengakses sebuah layanan digital bukan merupakan hal yang sulit bagi mereka. Selain itu, kebiasaan untuk berselancar di internet yang didukung dengan tersedianya akses informasi, memudahkan mereka untuk mengoperasikan produk layanan digital seperti *mobile banking* ini.

Hasil ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kusdyah dkk., dimana hasil penelitiannya menyebutkan bahwa *facilitating condition* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*.¹⁶⁸ Selain itu, hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wijaya dan Handriyanti, yang mana menyebutkan bahwa *facilitating condition* berpengaruh terhadap penggunaan layanan digital *marketplace*. Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa ketersediaan sumber daya (jaringan internet dan kemampuan IT) dan kompatibilitas gawai dengan aplikasi *marketplace*, serta tersedianya panduan penggunaan turut ambil bagian dibalik keputusan untuk menggunakan layanan digital.¹⁶⁹

¹⁶⁸ Ike Kusdyah Rachmawati, dkk., "*Analysis of Use.....*", hal. 538.

¹⁶⁹ Krisna Wijaya dan Eva Handriyantini, "*Analisis Faktor yang Mempengaruhi Behavioral Intention pada Online Marketplace Menggunakan Model UTAUT (Studi Kasus: Shopee)*", Seminar Nasional Teknologi dan Komunikasi STI&K, Volume 4, Nomor 1, 23 September 2020, hal. 330.

Berdasarkan hal yang telah dijelaskan, maka peneliti menyimpulkan bahwa *facilitating condition* atau kondisi yang memfasilitasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *mobile banking* bank syariah.

E. Pengaruh Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*), Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*), Pengaruh Sosial (*Social Influence*), Kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating Condition*) terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah

Pengujian hipotesis 5 membuktikan bahwa nilai uji F untuk pengaruh keempat variabel secara simultan (bersama-sama) terhadap keputusan nasabah menggunakan *mobile banking* bank syariah terpenuhi. Nilai tersebut menunjukkan bahwa secara bersama-sama, efektifitas penggunaan layanan, kecepatan dalam mengakses layanan, adanya rekomendasi dari orang terdekat untuk menggunakan layanan, serta tersedianya fasilitas dan sumber daya untuk mengakses layanan mampu mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan *mobile banking*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar tingkat ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi secara simultan maka semakin tinggi keputusan seseorang untuk menggunakan *mobile banking*.

Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurmuyasarah dkk., dimana hasil penelitiannya menyebutkan bahwa empat faktor ini secara simultan (ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi) merupakan faktor utama penentu

langsung keputusan pengguna untuk menggunakan *mobile banking*. Hasil ini juga sesuai dengan teori yang dikemukakan Venkatesh bahwa faktor-faktor penyusun UTAUT sudah sesuai untuk menjelaskan minat dan keputusan individu dalam pengadopsian sistem berbasis teknologi.¹⁷⁰

Berdasarkan hal yang telah dijelaskan, maka peneliti menyimpulkan bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *mobile banking* bank syariah.

¹⁷⁰ Nurmuyasarah, Effed Darta Hadi, dan Muhartini Salim, “*Analisis Perilaku Pengguna....*”, hal. 124.