

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

Peneliti telah melakukan penelitian langsung dengan menggunakan penyebaran kuesioner yang diberikan kepada nasabah Bank BRI Syariah Kantor Kas Tulungagung sebagai responden dalam penelitian ini. Kemudian peneliti mengolah data hasil penyebaran kuesioner berupa jawaban dari pernyataan-pernyataan yang telah disediakan dalam kuesioner tersebut. Data hasil penyebaran kuesioner diolah menggunakan aplikasi *software IBM SPSS Statistics 21 Developer* versi 21.0. Berdasarkan hasil olahan statistik, maka dapat dikemukakan dalam penelitian ini yang menjelaskan:

#### **A. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking di BSI Kantor Kas Tulungagung Trade Center (BRI Syariah).**

<sup>27</sup>Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan mobile banking di BSI Kantor Kas Tulungagung (BRI Syariah). Terbukti dengan pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$ . Untuk nilai signifikan persepsi kemudahan penggunaan lebih kecil dari probabilitas. Maka dapat

---

<sup>27</sup> Giga Bawa Laksana dkk. 2015. *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan. Persepsi Kemudahan Penggunaan. Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking* (Studi Pada Bank Rakyat) Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang. Jawa Tengah. JAB. Vol. 26. No. 2. Hal. 6

disimpulkan bahwa menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$  yang artinya persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan mobile banking di BSI Kantor Kas Tulungagung (BRI Syariah).

Tinggi rendahnya minat nasabah menggunakan layanan mobile banking dipengaruhi oleh tinggi rendahnya persepsi kemudahan penggunaan. Semakin tinggi tingkat persepsi kemudahan penggunaan maka semakin tinggi pula tingkat minat nasabah menggunakan layanan mobile banking. Sebaliknya, semakin rendah tingkat persepsi kemudahan penggunaan maka semakin rendah pula tingkat minat nasabah menggunakan layanan mobile banking. Hal ini dibuktikan dengan adanya tanggapan responden yang menyatakan setuju terhadap indikator persepsi kemudahan penggunaan yaitu kemudahan penggunaan layanan mobile banking dan kemudahan penggunaan sesuai kebutuhan nasabah.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan faktor yang tidak terpisahkan dari minat nasabah menggunakan layanan mobile banking, karena besar kecilnya persepsi kemudahan penggunaan akan berpengaruh terhadap meningkat tidaknya minat nasabah menggunakan layanan mobile banking. Hal ini menguatkan teori yang menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan layanan mobile banking adalah termasuk persepsi kemudahan penggunaan yang dilakukan Bank BRI Syariah Kantor Kas Tulungagung.

<sup>28</sup>Penelitian ini bertujuan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan terdapat pengaruh positif antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah dapat diterima. Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Amijaya membuktikan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan Internet banking. Hasil yang didapat menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan dalam menggunakan Internet Banking mempengaruhi seseorang untuk memiliki minat ulang untuk menggunakannya.

Hal yang sama didukung oleh penelitian yang dilakukan Susanto menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku. Hal ini dapat disimpulkan bahwa minat perilaku seseorang akan penggunaan suatu teknologi informasi, salah satunya didasari oleh kemudahan yang didapatkan ketika akan menggunakannya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yanuardinda menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking. Persepsi kemudahan dalam penelitiannya menjadi faktor utama dalam mempengaruhi minat menggunakan mobile banking. Hal ini dapat terjadi dikarenakan nasabah merasa bahwa mobile banking mudah untuk digunakan,

---

<sup>28</sup> Imam Sugih Rahayu. 2015. *Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)*. Yogyakarta. JESI. Vol. V. No. 2. Hal. 100

sehingga persepsi inilah yang mendorong nasabah berminat untuk menggunakannya.

Hasil penelitian ini tidak mendukung secara konsisten dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahayu. yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh negatif terhadap minat perilaku menggunakan mobile banking. Tingginya persepsi kemudahan penggunaan akan menurunkan minat perilaku menggunakan mobile banking. Hal ini dikarenakan sistem perbankan yang digunakan untuk mengakses mobile banking sering mengalami *offline* atau *error system*, sehingga menimbulkan persepsi kekhawatiran dan kekecewaan dalam penggunaannya.

**B. Pengaruh Persepsi Daya Guna terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking di BSI Kantor Kas Tulungagung Trade Center (BRI Syariah).**

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa persepsi daya guna berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan mobile banking di Bank BRI Syariah Kantor Kas Tulungagung. Terbukti dengan pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$ . Untuk nilai signifikan persepsi daya guna lebih kecil dari probabilitas. Maka dapat disimpulkan bahwa menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$  yang artinya persepsi daya guna berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan mobile banking di Bank BRI Syariah Kantor Kas Tulungagung.

Tinggi rendahnya minat nasabah menggunakan layanan mobile banking dipengaruhi oleh tinggi rendahnya persepsi daya guna. Semakin tinggi tingkat persepsi daya guna maka semakin tinggi pula tingkat minat nasabah menggunakan layanan mobile banking. Sebaliknya, semakin rendah tingkat persepsi daya guna maka semakin rendah pula tingkat minat nasabah menggunakan layanan mobile banking. Hal ini dibuktikan dengan adanya tanggapan responden yang menyatakan setuju terhadap indikator persepsi daya guna yaitu persepsi manfaat layanan mobile banking dan persepsi keamanan layanan mobile banking.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa persepsi daya guna merupakan faktor yang tidak terpisahkan dari minat nasabah menggunakan layanan mobile banking, karena besar kecilnya persepsi daya guna akan berpengaruh terhadap meningkat tidaknya minat nasabah menggunakan layanan mobile banking. Hal ini menguatkan teori yang menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan layanan mobile banking adalah termasuk persepsi daya guna yang dilakukan Bank BRI Syariah Kantor Kas Tulungagung.

<sup>29</sup>Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi yang menyatakan bahwa persepsi daya guna berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking. Hal ini berarti daya guna atau

---

<sup>29</sup> Devvy Pishela Pratiwi.2012.*Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Pengalaman Terhadap Perilaku Penggunaan Mobile Banking dengan Dimediasi Niat Penggunaan Mobile banking* Nasabah BCA. Skripsi Dipublikasikan. STIEP. Surabaya. Hal. 99

manfaat yang dirasakan responden pada penelitiannya lebih besar daripada kerugian yang didapat, sehingga responden memiliki persepsi yang kuat atas daya guna menggunakan mobile banking, dengan begitu akan berpengaruh terhadap minat untuk menggunakannya.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Firmawan dan Marsono yang menyatakan bahwa nasabah yang menggunakan sistem informasi *internet banking* akan memperoleh hal positif sehingga nasabah memutuskan untuk menggunakan sistem informasi tersebut (*internet banking* Bank Mandiri). Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahayu yang menyatakan bahwa persepsi daya guna atau manfaat berpengaruh positif terhadap minat perilaku menggunakan mobile banking. Dimana tingginya atau meningkatnya persepsi daya guna maka akan meningkatkan minat perilaku menggunakan mobile banking.

Hasil penelitian ini tidak mendukung secara konsisten dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Pertiwi dan Adhivinna yang menyatakan bahwa tidak adanya hubungan yang signifikan antara persepsi kemanfaatan terhadap minat perilaku menggunakan internet berbasis teknologi wi-fi, artinya seseorang menjadi berminat untuk menggunakan suatu teknologi informasi bukan hanya karena pertimbangan manfaat yang dirasakan, akan tetapi dapat dipengaruhi oleh faktor lain yang membuat seseorang memiliki minat untuk menggunakan suatu teknologi informasi tersebut.

**C. Pengaruh Kenyamanan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking di BSI Kantor Kas Tulungagung Trade Center (BRI Syariah).**

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan mobile banking di Bank BRI Syariah Kantor Kas Tulungagung. Terbukti dengan pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$ . Untuk nilai signifikan kenyamanan lebih kecil dari probabilitas. Maka dapat disimpulkan bahwa menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$  yang artinya kenyamanan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan mobile banking di Bank BRI Syariah Kantor Kas Tulungagung.

Tinggi rendahnya minat nasabah menggunakan layanan mobile banking dipengaruhi oleh tinggi rendahnya kenyamanan. Semakin tinggi tingkat kenyamanan maka semakin tinggi pula tingkat minat nasabah menggunakan layanan mobile banking. Sebaliknya, semakin rendah tingkat kenyamanan maka semakin rendah pula tingkat minat nasabah menggunakan layanan mobile banking. Hal ini dibuktikan dengan adanya tanggapan responden yang menyatakan setuju terhadap indikator kenyamanan yaitu kemudahan proses transaksi dan kecepatan penyelesaian transaksi.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa kenyamanan merupakan faktor yang tidak terpisahkan dari minat nasabah menggunakan layanan mobile banking, karena besar kecilnya kenyamanan akan berpengaruh terhadap meningkat tidaknya

minat nasabah menggunakan layanan mobile banking. Hal ini menguatkan teori yang menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan layanan mobile banking adalah termasuk kenyamanan yang dilakukan Bank BRI Syariah Kantor Kas Tulungagung.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani yang menyatakan bahwa semakin baik persepsi kenyamanan nasabah pada mobile banking, maka akan semakin tinggi pula minat nasabah terhadap penggunaan mobile banking.<sup>30</sup> Penelitian ini sejalan dengan penelitian Monica dan Tama yang menyatakan bahwa berpengaruhnya persepsi kenyamanan terhadap minat menggunakan e-commerce adalah hal yang rasional. Persepsi kenyamanan menjadi motivator yang signifikan dari niat menggunakan.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Poon yang menyatakan bahwa mobile banking menyediakan tingkat kenyamanan yang lebih tinggi yang mana memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan kapanpun dan dimanapun. Jika dibandingkan dengan transaksi interpersonal, mobile banking memberikan lebih banyak keuntungan dan kemudahan. Kenyamanan yang dimaksud adalah ketika nasabah perbankan dapat mengakses mobile banking kapanpun dan dimanapun, serta menghemat waktu jika dibandingkan dengan cara konvensional,

---

<sup>30</sup> Nina Monica dan Annafi Indra T.2017.*Pengaruh Persepsi*

*Manfaat,PersepsiKemudahan,Persepsi Kenyamanan,Norma Subjektif dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Electronic Banking.JRAK.UI 45. Vo.8.No.1. Hal.70*



karena tidak perlu datang secara langsung ke kantor cabang perbankan atau ATM (Automated Teller Machine) terdekat yang pada umumnya harus mengantri terlebih dahulu ketika akan melakukan transaksi perbankan.

<sup>31</sup>Hasil penelitian ini mendukung secara konsisten dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahayu yang menyatakan bahwa minat perilaku individu untuk mengadopsi bagian tertentu dari suatu teknologi ditentukan oleh sikap seseorang terhadap penggunaan teknologi tersebut. Kaitannya dengan persepsi kenyamanan, sikap seseorang terhadap penggunaan suatu teknologi bergantung pada kenyamanannya terhadap individu hingga ia percaya untuk menggunakan teknologi tersebut.

#### **D. Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking di BSI Kantor Kas Tulungagung Trade Center (BRI Syariah).**

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan mobile banking di Bank BRI Syariah Kantor Kas Tulungagung. Terbukti dengan pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$ . Untuk nilai signifikan kepercayaan lebih kecil dari probabilitas. Maka dapat disimpulkan bahwa menolak  $H_0$  dan

---

<sup>31</sup> Putri Priestiani Rahayu.2019. *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Kenyamanan terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking*. Skripsi Dipublikasikan. Universitas Islam Yogyakarta. Hal.101-102

menerima  $H_1$  yang artinya kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan mobile banking di Bank BRI Syariah Kantor Kas Tulungagung.

Tinggi rendahnya minat nasabah menggunakan layanan mobile banking dipengaruhi oleh tinggi rendahnya kepercayaan. Semakin tinggi tingkat kepercayaan maka semakin tinggi pula tingkat minat nasabah menggunakan layanan mobile banking. Sebaliknya, semakin rendah tingkat kepercayaan maka semakin rendah pula tingkat minat nasabah menggunakan layanan mobile banking. Hal ini dibuktikan dengan adanya tanggapan responden yang menyatakan setuju terhadap indikator kepercayaan yaitu layanan mobile banking dapat dipercaya dan layanan sesuai dengan ekspektasi nasabah.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan merupakan faktor yang tidak terpisahkan dari minat nasabah menggunakan layanan mobile banking, karena besar kecilnya kepercayaan akan berpengaruh terhadap meningkat tidaknya minat nasabah menggunakan layanan mobile banking. Hal ini menguatkan teori yang menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan layanan mobile banking adalah termasuk kepercayaan yang dilakukan Bank BRI Syariah Kantor Kas Tulungagung.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahayu yang menyatakan bahwa semakin baik persepsi kepercayaan nasabah pada mobile banking, maka akan semakin tinggi pula minat nasabah terhadap penggunaan mobile banking. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Harlan

yang menyatakan bahwa ada pengaruh secara positif dan signifikan antara persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan mobile banking, artinya semakin tinggi tingkat kepercayaan maka minat nasabah pada penggunaan mobile banking semakin meningkat pula.

<sup>32</sup>Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tjini yang menyatakan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking. Apabila dikaitkan dengan persepsi kepercayaan, maka minat dalam melakukan tindakan penggunaan mobile banking dipengaruhi oleh niat. Niat salah satunya dipengaruhi oleh faktor normatif belief dimana keyakinan tentang harapan normatif orang lain yang menjadi rujukannya seperti pengaruh orang yang dia percaya terhadap terpercayanya mobile banking akan meningkatkan kepercayaannya menggunakan teknologi tersebut untuk meningkatkan kinerjanya.

#### **E. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Kenyamanan dan Kepercayaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking di BSI Kantor Kas Tulungagung (BRI Syariah).**

Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi daya guna, kenyamanan dan kepercayaan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan mobile banking di

---

<sup>32</sup> Tjini, Sartika dan Baridwan Zaki, 2013. *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking*. Skripsi Dipublikasikan. Universitas BW. Hal. 112

Bank BRI Syariah Kantor Kas Tulungagung. Hal ini terbukti dari hasil output statistik diatas yaitu nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ .

Hal ini berarti bahwa jika variabel kemudahan penggunaan memberikan pengaruh positif maka akan diikuti pengaruh positif dari daya guna, kenyamanan dan kepercayaan, begitu juga sebaliknya. Jadi, ketika persepsi kemudahan penggunaan meningkat maka persepsi daya guna, kenyamanan dan kepercayaan juga meningkat, yang akan diikuti dengan peningkatan minat nasabah menggunakan layanan mobile banking di Bank BRISyariah Kantor Kas Tulungagung.

Hasil penelitian ini, variabel persepsi kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh lebih besar daripada persepsi daya guna, kenyamanan dan kepercayaan dalam pengaruhnya terhadap minat nasabah menggunakan layanan mobile banking di Bank BRI Syariah Kantor Kas Tulungagung. Hal ini dapat dilihat dari tabel *coefficients* dalam nilai Beta dari variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi daya guna, kenyamanan dan kepercayaan.