

PENGARUH KEGUNAAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN BNI MOBILE BANKING PADA BNI KK ANTANG

Nurulhidayah¹, Muryani Arsal², Amelia Rezki Septiani Amin³

^{1,2,3}, Universitas Muhammadiyah Makasar, Indonesia

* Corresponding author: nurulhidayah.ab@gmail.com

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kegunaan dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Layanan BNI Mobile Banking pada BNI KK Antang. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder dengan menyebarkan kuesioner kepada nasabah BNI KK Antang. Jumlah sampel dalam penelitian ini ialah sebanyak 100 responden dan menggunakan metode purposive sample. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square (PLS)* dengan menggunakan alat analisis data yaitu SmartPLS versi 4.1.0.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kegunaan (X1) berpengaruh terhadap Minat (Y) Demikian juga variabel Kemudahan (X2) berpengaruh terhadap Minat (Y). Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh manajemen perbankan untuk mempertahankan layanan Mobile Banking dan untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah

Kata Kunci: Kegunaan, Kemudahan, Minat, Mobile Banking

Copyright © 2024 by the author



PENDAHULUAN

Perkembangan Teknologi Informasi saat ini telah mengarah pada perkembangan terhadap layanan perbankan digital. Tujuan dari layanan ini adalah Meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas layanan perbankan kepada Nasabahnya. Oleh karena itu Bank harus menyusun strategi bisnis terhadap layanan perbankan digital agar lebih berorientasi layanan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan sepenuhnya memanfaatkan Teknologi digital melalui perangkat (*devices*) dan aplikasi (*software*) untuk saluran pengiriman. Selain itu, layanan perbankan digital dapat digunakan kapan saja di mana saja dan meminimalkan interaksi tatap muka dengan pegawai di Bank.

Layanan perbankan yang menggunakan teknologi biasa disebut dengan *electronic banking* (e-banking), karna memberikan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan transaksi keuangan melalui berbagai *delivery channel* seperti Anjungan Tunai Mandiri

(ATM), *Electronic Data Capture* (EDC), internet banking, *Short Messaging Service* (SMS) Banking, Telephone Banking, dan Mobile Banking (m-banking). Pesatnya perkembangan penggunaan ponsel telah mendorong Bank untuk menawarkan layanan *electronic* banking (e-banking) kepada nasabahnya. Layanan ini pada dasarnya menggunakan kemampuan suara dan mengirim serta menerima teks SMS yang diformat sedemikian rupa sehingga dapat dipahami oleh sistem Bank. Selain itu, perkembangan Teknologi jaringan komunikasi data melalui telepon seluler seperti *General Package Radio Service* (GPRS), *High-Speed Downlink Packet Acces* (HSDPA), *Fourth Generation* (4G), *Fifth Generation* (5G) dan perangkat telepon pintar (*Android dan Ios*) telah mendorong perbankan menawarkan Layanan Mobile Banking. Indonesia merupakan salah satu negara dengan populasi pengguna internet terbesar di dunia. Menurut laporan *We Are Social*, terdapat 204,7 juta pengguna internet di Tanah Air per Januari 2022. Jumlah itu naik tipis 1,03% dibandingkan tahun sebelumnya. Pada Januari 2021 jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 202,6 juta.

Menurut *IFC (International Finance Corporation)*, maraknya penggunaan *smartphone* untuk akses internet juga membuat *developer* berlomba mengembangkan Aplikasi. Indonesia saat ini berada di tengah booming *e-commerce*, dengan banyaknya perusahaan domestik memimpin gerakan digital ini, kebutuhan akan metode pembayaran yang mudah, praktis dan cepat menjadi sangat penting pada masa sekarang. Saat ini alat pembayaran digital dapat diakses dengan mudah melalui *smartphone*. Banyak Perusahaan Teknologi Dalam dan Luar Negeri kini menjadi pesaing tangguh di sektor perbankan. Tak heran jika banyak Bank yang melihat OVO, Dana dan LinkAja sebagai kompetitor baru. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), 67,88% penduduk Indonesia yang berusia 5 tahun ke atas sudah memiliki ponsel atau handphone pada 2022. Persentase tersebut meningkat dibanding 2021 yang masih 65,87%, sekaligus menjadi rekor tertinggi dalam sedekade terakhir.

Jumlah pengguna BNI Mobile Banking pada semester I 2023 mencapai 14,9 juta. Pertumbuhan tersebut sejalan dengan pencetakan nilai transaksi yang mampu mencapai Rp544 triliun, dengan jumlah transaksi lebih dari 460 juta. (bni.co.id) Salah satu pendekatan yang digunakan untuk melihat Kemudahan Suatu Teknologi adalah *Technology Acceptence Model* (TAM). Model *Technology Acceptence Model* (TAM) yang mengadaptasi model *Theory of Reasoned Action* (TRA) dikembangkan oleh *Davis pada tahun 1986*. Perbedaan mendasar antara *Theory of Reasoned Action* (TRA) dan *Technology Acceptence Model* (TAM) adalah penempatan sikap-sikap dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). Model *Technology Acceptence Model* (TAM) memperkenalkan dua variabel kunci, yaitu *perceived usefulness* (persepsi kebermanfaatan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) yang memiliki relevansi untuk memprediksi sikap Penerimaan Pengguna Terhadap Teknologi (*Acceptance of IT*). Dalam hal ini Model *Technology Acceptence Model* (TAM) menawarkan suatu penjelasan yang kuat dan sederhana untuk penerimaan Teknologi dan perilaku para penggunanya (Hanafi et al, 2013).

Mobile Banking merupakan Layanan perbankan yang membantu nasabah melakukan transaksi perbankan tanpa harus ke Bank atau ATM. Keunggulan Mobile Banking adalah nasabah dapat melakukan pembayaran dimana saja, kapan saja, tanpa batas

waktu. Misalnya Transaksi keuangan, transaksi non keuangan, pengiriman uang, cek saldo dan pembayaran tagihan melalui handphone. Menurut Hutabarat tahun 2010, Mobile Banking adalah sebuah fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti handphone dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM. Layanan Mobile Banking lebih *fleksibel* dibandingkan dengan layanan perbankan online lainnya, karena Mobile Banking dapat digunakan dimana saja dan kapan saja serta menawarkan banyak fungsi yang berbeda, mulai dari transaksi pembayaran, pembelian pulsa, transfer rekening hingga tarik tunai dan setor tunai tanpa kartu di mesin ATM. Meningkatnya transaksi melalui *channel* Mobile Banking menyebabkan penurunan jumlah transaksi pembayaran yang dilakukan oleh nasabah melalui mesin ATM dan di Cabang. Hal ini berarti adanya perubahan perilaku dan kebiasaan nasabah, secara bertahap mengarah pada suatu transaksi elektronik menggunakan perangkat digital yang menawarkan kemudahan kepada pelanggan (Wirjono 2013).

Menurut Jogiyanto, (2007), persepsi Kegunaan (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai sejauh mana seorang yakin bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya dalam bekerja sehingga manfaatnya terletak pada kepercayaan dalam proses pengambilan keputusan yang secara tidak langsung dapat mempengaruhi penggunaan layanan dalam Menggunakan Mobile Banking, dalam menawarkan beberapa keuntungan pihak Bank menginginkan produk tersebut dapat memberikan banyak keuntungan kepada nasabah. Seseorang harus mencari tahu dan menguji apakah manfaat yang ditawarkan benar-benar memicu manfaat sebesar mungkin bagi nasabah dan membimbing nasabah untuk selalu Menggunakan Layanan Mobile Banking untuk urusan keuangan. Menurut Irmadhani & Adhi, (2012), kemudahan penggunaan (*ease of use*) adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu dapat mengurangi usaha seseorang untuk melakukan sesuatu. Sistem yang paling luas artinya sistem tersebut lebih dikenal. Berdasarkan definisi di atas kemudahan dapat disimpulkan Penggunaan mengurangi upaya (waktu dan usaha) untuk mempelajari komputer. Perbandingan fasilitas tersebut Hal ini menandakan bahwa pengguna Teknologi Informasi (TI) lebih banyak bekerja ringan dibandingkan dengan orang yang bekerja tanpa menggunakan Teknologi Informasi (TI). Pengguna Teknologi Informasi (TI) percaya bahwa Teknologi Informasi (TI) lebih fleksibel dan lebih mudah dipahami dan fitur kenyamanan yang mudah digunakan pengguna.

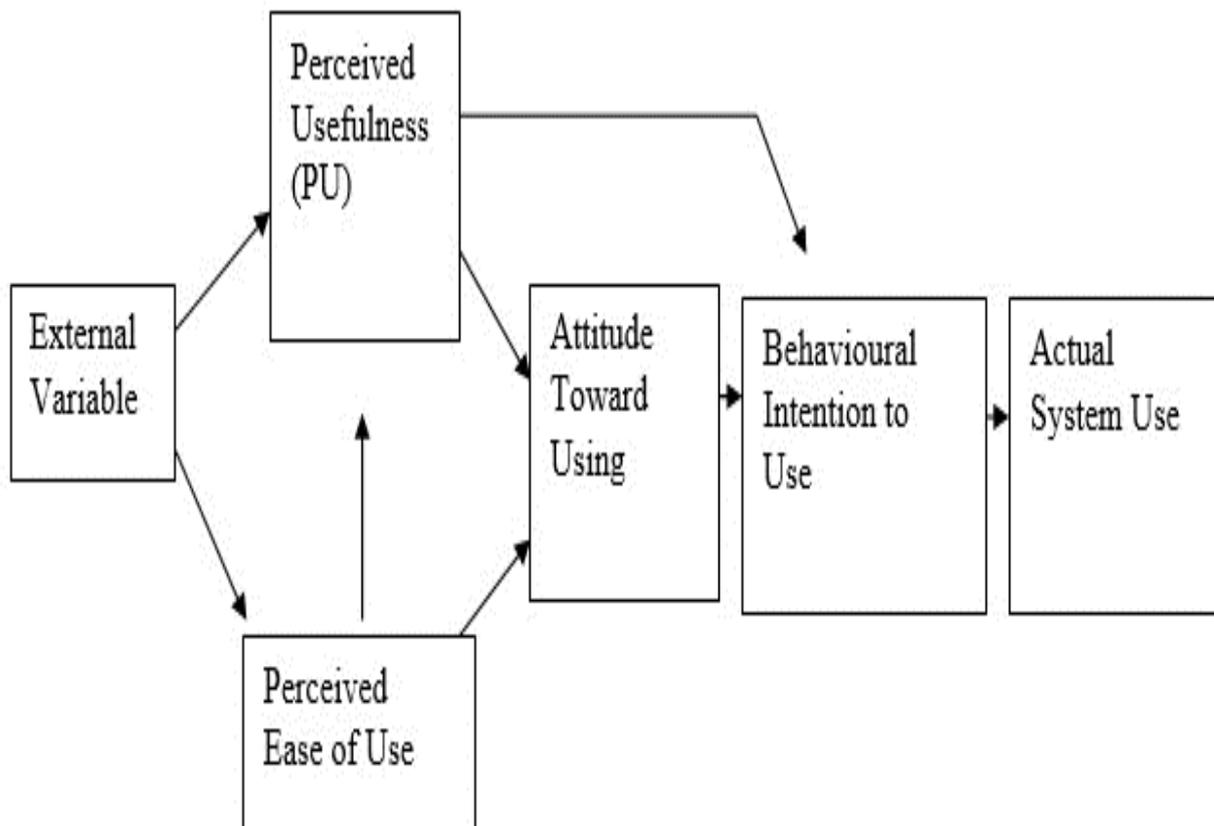
Menurut Purwanto, (2010), minat merupakan landasan penting bagi seseorang untuk melakukan kegiatan dengan baik yaitu dorongan seseorang untuk berbuat. Secara bahasa minat berarti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Minat merupakan sifat yang relatif menetap pada diri seseorang. Minat besar sekali pengaruhnya terhadap kegiatan seseorang sebab dengan minat akan melakukan sesuatu yang diminatinya. Sebaliknya tanpa minat seseorang tidak mungkin melakukan sesuatu (Purwanto, 2010). *Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan teori terapan teknologi yang diadopsi dari *Theory of Reasoned Action (TRA)* oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun 1975 guna memperhatikan seberapa besar responden dalam menggunakan dan menerima teknologi informasi yang nantinya akan menimbulkan sebuah asumsi dasar bahwa reaksi seseorang mengenai sesuatu akan mempengaruhi perilaku dan sikap orang tersebut dan dengan sadar

mengendalikan perilaku dan melakukan pertimbangan mengenai penggunaan teknologi informasi yang ada. *Theory of Reasoned Action (TRA)* merupakan teori penghubung antara keyakinan, sikap, perilaku dan kehendak seseorang. Teori ini menyimpulkan bahwa kehendak adalah prediktor terbaik dari perilaku yang artinya saat ingin mengetahui sesuatu yang akan dilakukan oleh seseorang, cara terbaik yang dapat dilakukan adalah harus dapat mengetahui kehendak dari orang tersebut. Biasanya kehendak ditentukan oleh norma subyektif dan sikap seseorang. Konsep dasar dari teori ini merupakan fokus perhatian yang mempertimbangkan segala sesuatu yang penting, (Jogiyanto, 2007). Menurut Ajzen dan Fishbein pada tahun 1975 menjelaskan dalam teori tindakan rasional ini ada dua faktor yang dapat mempengaruhi seseorang untuk melakukan suatu tindakan, yaitu sikap (*attitude to behavior*) dan pengaruh sosial (*norma subjektif*). Melalui dasar teori yang kuat dengan mengadopsi *Theory of Reasoned Action*, pada tahun 1986 Davis mengembangkan teori tersebut menjadi teori *Technology Acceptance Model. Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan salah satu teori yang seringkali digunakan untuk mempelajari proses adopsi mengenai teknologi informasi dengan pendekatan teori perilaku (*behavior theory*).

Menurut Handayani, (2017), konsep *Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan sebuah teori yang menjadi landasan untuk memahami serta mendalami sikap dan perilaku para pengguna teknologi. Geven (2003) menyatakan bahwa hingga saat ini *Technology Acceptance Model (TAM)* menjadi model yang penggunaannya paling banyak untuk memprediksi para penerima teknologi informasi dengan alasan karena model penelitian *Technology Acceptance Model (TAM)* dianggap mudah diaplikasikan dan sederhana. Secara lebih jelas, berbagai penerimaan teknologi informasi yang disertai dengan dimensi tertentu yang dapat menjadi pengaruh diterima atau tidaknya sebuah teknologi oleh pengguna. *Technology Acceptance Model (TAM)* adalah sebuah teori yang dikembangkan berdasarkan beberapa teori. Yang pertama adalah teori difusi inovasi, yang mana teori difusi ini menjadi teori yang mendominasi berbagai bentuk penerimaan teknologi. Berdasarkan perkembangan waktu, *Technology Acceptance Model (TAM)* telah banyak dimodifikasi oleh beberapa ahli. Pada model pertama dalam tingkat penerimaan dan penggunaan teknologi informasi menurut Davis pada tahun 1989 model *Technology Acceptance Model (TAM)* di tetapkan oleh lima konstruksi yaitu, kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), kemanfaatan (*perceived usefulness*), sikap dalam menggunakan (*attitude toward using*), perilaku untuk tetap menggunakan (*behavioral intention to use*), dan kondisi nyata penggunaan sistem (*actual system usage*).

Menurut Hutabarat, (2010), Mobile Banking adalah sebuah fasilitas perbankan melalui *handphone* dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM. Selain itu Mattila pada tahun 2003 menyatakan bahwa Mobile Banking adalah layanan perbankan melalui saluran melalui *wireless*. Persepsi Nasabah tentang kegunaan berhubungan dengan penggunaan Aplikasi Mobile Banking adalah saat Mobile Banking dianggap dapat diterima dan meningkatkan efisiensi transaksi perbankan. Arti dari hal itu jika Anda menggunakan Aplikasi Mobile Banking Nasabah dapat menghemat tenaga dan waktu karena bisa dilakukan dimana saja, kapan saja dengan *smartphone* dan Nasabah tidak harus datang langsung ke ATM atau Cabang Bank Terdekat. Jadi semakin tinggi persepsi Kegunaan aplikasi Mobile Banking maka semakin tinggi pula persepsinya Nasabah dan semakin

tertarik untuk menggunakan Aplikasi Mobile Banking. Kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan penggunaan adalah mudah dipelajari, mudah dipahami, simple dan mudah pengoprasiannya (Jogiyanto, 2007). Menurut Davis dalam Irmadhani & Adhi, (2012), kemudahan penggunaan (*ease of use*) adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu dapat mengurangi usaha seseorang untuk melakukan sesuatu. Sistem yang paling luas artinya sistem tersebut lebih dikenal Menurut Purwanto, (2010), minat merupakan landasan penting bagi seseorang untuk melakukan kegiatan dengan baik yaitu dorongan seseorang untuk berbuat. Secara bahasa minat berarti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Minat merupakan sifat yang relatif menetap pada diri seseorang. Minat besar sekali pengaruhnya terhadap kegiatan seseorang sebab dengan minat ia akan melakukan sesuatu yang diminatinya.



Gambar 1. Technology Acceptance Model (TAM)

Berdasarkan gambar 1 menunjukkan bahwa eksternal variable dinilai akan memiliki pengaruh langsung terhadap konstruk *perceived usefulness* dan konstruk *perceived ease of use*. Konstruk *Perceived usefulness* mendapat pengaruh dari eksternal variable mengenai karakteristik sistem yang dapat memperbesar volume minat penggunaan teknologi

informasi. Dalam gambar tersebut menunjukkan konstruk (*perceived usefulness*) dan konstruk (*perceived ease of use*) memiliki pengaruh terhadap konstruk *attitude toward using*. Selanjutnya konstruk *percieved usefulness* mempengaruhi konstruk *behavioral intention to use*. Dan konstruk *behavioral intention to use* akan mendapatkan pengaruh dari konstruk *attitude toward using* dan akan memberikan pengaruh kepada konstruk *actual usage*. Dari kelima konstruk tersebut, ada dua faktor yang mendominasi dalam mempengaruhi sistem teknologi informasi. Faktor tersebut adalah faktor persepsi manfaat (*usefulness*) dan faktor kemudahan penggunaan (*ease of use*). Mobile Banking adalah layanan yang disediakan oleh Bank untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi tanpa batas waktu. Seperti namanya layanan Mobile Banking ini bisa digunakan di mana saja dan kapan saja melalui ponsel atau smartphone.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif dilakukan dengan cara mengumpulkan data menggunakan kuisisioner, data yang diperoleh berupa jawaban dari Nasabah terhadap pertanyaan yang diberikan. Data tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk memperoleh informasi ilmiah di balik angket tersebut. Kegunaan metode penelitian kuantitatif untuk menganalisis Pengaruh Kegunaan Dan Kemudahan Terhadap Minat Dalam Menggunakan Layanan BNI Mobile Banking di Bank Negara Indonesia. Lokasi Penelitian ini dilakukan Di BANK NEGARA INDONESIA (BNI) Persero Tbk, BNI KK ANTANG. Jl. Antang Raya No.19 90234, Kecamatan Manggala, Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan. Data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data primer dan sekunder yang bersumber dari responden dan data tersebut diperoleh melalui penyebaran kuesioner terhadap nasabah Bank BNI KK Antang. Data Primer adalah data yang diperoleh dan dikumpulkan oleh peneliti dengan cara membuat pertanyaan dalam bentuk kuesioner dan dibagikan kepada nasabah Bank BNI KK Antang untuk menjawab pertanyaan yang ada di dalam kuesioner, dari jawaban kuesioner tersebut dikumpulkan untuk dijadikan informasi dari variabel yang akan diteliti.

Penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. *Purposive Sampling* digunakan karena seringkali terdapat banyak batasan yang menghalangi peneliti mengambil sampel secara *random* (acak), maka dengan menggunakan *Purposive Sampling* diharapkan kriteria sampel yang diperoleh sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner yang dibuat oleh peneliti dan disebarikan kepada responden untuk dijawab. Kuisisioner dapat berupa pertanyaan tertutup atau terbuka. Teknik ini dilaksanakan menggunakan daftar pertanyaan dalam bentuk tertutup untuk memudahkan peneliti dalam menganalisis data. Dalam penelitian ini, untuk mengukur pendapat responden digunakan lima alternatif jawaban.

Tabel 1. skala likert

Pernyataan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Riduwan & Akdon, 202

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model*)

1. *Convergent Validity* (Uji Validitas Konvergen)

Uji validitas konvergen dalam PLS dinilai berdasarkan loading factor (korelasi antara skor *item* / skor komponen dengan skor konstruk) indikator yang mengukur konstruk tersebut. Parameter uji validitas konvergen dilihat dari skor *AVE* dan *communality*, masing-masing harus bernilai di atas 0,50. Artinya, probabilitas indikator di suatu konstruk masuk ke variabel lain lebih rendah (kurang dari 0,50) sehingga probabilitas indikator tersebut konvergen dan masuk di konstruk yang dimaksud lebih besar, yaitu diatas 50% (Abdillah & Jogiyanto, 2015).

Tabel 2. *Output Outer Loading (Measurement Model)*

	Kegunaan (X1)	Kemudahan (X2)	Minat (Y)
X1.1	0.825		
X1.2	0.956		
X1.3	0.843		
X1.4	0.802		
X1.5	0.939		
X1.6	0.898		
X1.7	0.929		
X1.8	0.880		

	Kegunaan (X1)	Kemudahan (X2)	Minat (Y)
X1.9	0.941		
X1.10	0.864		
X2.1		0.723	
X2.2		0.867	
X2.3		0.751	
X2.4		0.931	
X2.5		0.939	
X2.6		0.896	
X2.7		0.813	
X2.8		0.818	
Y1			0.791
Y2			0.845
Y3			0.786
Y4			0.741
Y7			0.830

Sumber : Data diolah SmartPLS, 2024.

Berdasarkan tabel di atas, nilai output outer loading variabel kegunaan (X1) sebesar 0.825, 0.956, 0.843, 0.800, 0.939, 0.898, 0.929, 0.881, 0.941 dan 0,864 lalu untuk variabel kemudahan (X2) memiliki nilai sebesar 0.723, 0.867, 0.751, 0.931, 0.939, 0.896, 0.813, dan 0.818 sedangkan untuk variabel minat (Y) memiliki nilai sebesar 0.791, 0.845, 0.786, 0.741, dan 0.830. Dari hasil *loading factor* semua indikator untuk masing-masing konstraknya sudah memenuhi *convergent validity*, karena semua nilai *loading factor* setiap indikator melebihi 0.50. Nilai paling kecil sebesar 0.723 dari indikator X2.1 sehingga indikator yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah valid atau telah memenuhi *convergent validity*.

2. Discriminaty Validitiy

Validitas diskriminan dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstraknya. Metode yang digunakan untuk menilai validitas diskriminan adalah dengan membandingkan akar *AVE* untuk setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Model mempunyai validitas diskriminan yang cukup jika akar *AVE* untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model.

Tabel 3. Cross Loadings

Indikator	Kegunaan (X1)	Kemudahan (X2)	Minat (Y)
X1.1	0.825	0.587	0.566
X1.2	0.956	0.566	0.583
X1.3	0.843	0.600	0.460
X1.4	0.802	0.516	0.416
X1.5	0.939	0.571	0.506
X1.6	0.898	0.546	0.556
X1.7	0.929	0.544	0.516
X1.8	0.880	0.565	0.502
X1.9	0.941	0.591	0.526
X1.10	0.864	0.668	0.538
X2.1	0.514	0.723	0.467
X2.2	0.519	0.867	0.432
X2.3	0.414	0.751	0.574
X2.4	0.633	0.931	0.589
X2.5	0.599	0.939	0.514
X2.6	0.618	0.896	0.543
X2.7	0.562	0.813	0.477
X2.8	0.517	0.818	0.565
Y1	0.411	0.435	0.791
Y2	0.477	0.532	0.845
Y3	0.417	0.409	0.786
Y4	0.450	0.480	0.741
Y5	0.530	0.598	0.830

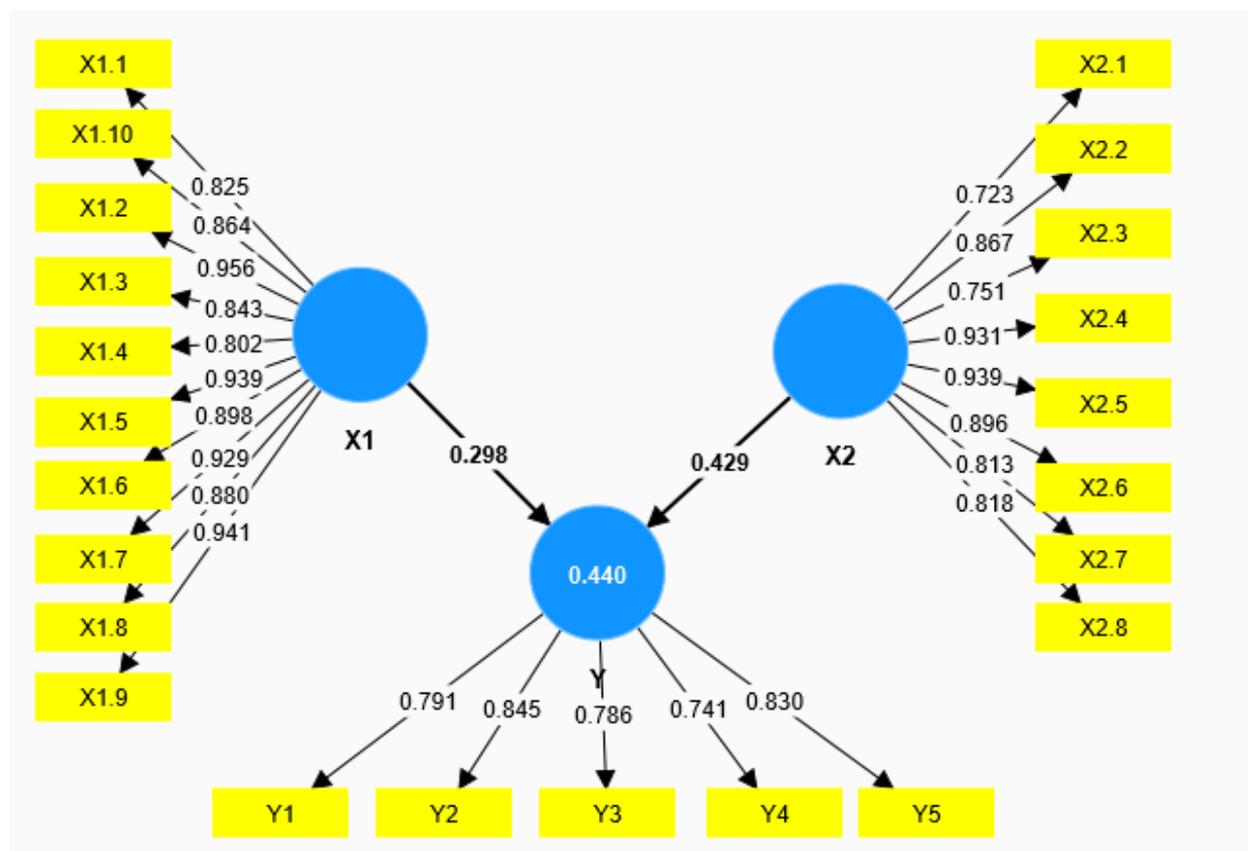
Sumber: Data diolah SmartPLS, 2024.

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa setiap konstruk kegunaan memiliki nilai lebih besar di setiap indikatornya (X1.1, X1.2, X1.3, X1.4, X1.5, X1.6, X1.7, X1.8, X1.9 dan X1.10) dibandingkan dengan konstruk lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa variabel minat

memiliki *discriminant validity* yang baik. Hal yang sama juga terjadi pada kemudahan yaitu memiliki nilai konstruk yang lebih besar di setiap indikatornya (X2.1, X2.2, X2.3, X2.4, X2.5, X2.6, X2.7, dan X2.8) dibandingkan dengan konstruk indikator lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan memiliki *discriminant validity* yang baik. Selanjutnya yaitu variabel minat yang memiliki nilai indikator yang lebih besar dibandingkan nilai konstruk lainnya (Y1, Y2, Y3, Y4, dan Y5). Hal ini menunjukkan bahwa variabel minat memiliki *discriminant validity* yang baik. Hasil dari semua indikator dari masing-masing variabel laten memiliki nilai *loading factor* paling besar dibandingkan dengan nilai *loading factor* variabel lainnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa masing-masing indikator pada variabelnya sendiri memiliki *discriminant validity* yang baik.

3. Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural dalam *PLS* digunakan untuk melihat bagaimana hubungan antara konstruk, nilai signifikansi dan *R-square* dari model penelitian ini. Model struktural dapat dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen Uji T serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural tersebut.



Gambar 2. Model Struktural

Dalam menilai model dengan menggunakan *PLS* dimulai dengan melihat nilai Koefisien Determinasi (R^2) atau *R-square*. Berikut ini hasil estimasi *R-square* dengan menggunakan *smartPLS*.

Tabel 4. R-square

	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>
Minat (Y)	0.440	0.428

Sumber: Data diolah SmartPLS, 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa variabel Minat (Y) memiliki nilai *R-Square Adjusted* sebesar 0.428, artinya Minat (Y) sebagai variabel dependen memiliki pengaruh sebesar 42,8% dari ke-3 variabel *independen* dan termasuk dalam kategori di atas model *moderate*.

4. Hipotesis

Tabel 5. Hasil Uji Path Coefficients

	<i>Original sample (O)</i>	<i>T statistics (O/STDEV)</i>	<i>P values</i>
X1 -> Y	0.298	2.290	0.022
X2 -> Y	0.429	3.877	0.000

Sumber: Data diolah SmartPLS, 2024.

Berdasarkan table di atas hasil uji *Path Coefficients*, dapat disimpulkan hasil hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil uji hipotesis 1 dengan *Path Coefficients* menunjukkan bahwa Kegunaan berpengaruh signifikan terhadap Minat. Hal ini dapat dilihat dari hasil nilai *T-Value* 2.290 > 1.96 dan nilai *P-Value* 0.022 < 0.05 serta memiliki pengaruh yang sedang yaitu 0.298. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima.
2. Hasil uji hipotesis 2 dengan *Path Coefficients* menunjukkan bahwa Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap Minat. Hal ini dapat dilihat dari hasil nilai *T-Value* 3.877 > 1.96 dan nilai *P-Value* 0.000 < 0.05 serta memiliki pengaruh yang tinggi yaitu 0.429. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima.

Pengaruh Kegunaan terhadap Minat

Kegunaan bagi nasabah menggunakan layanan BNI Mobile Banking pertama Hemat waktu, banyaknya fitur aplikasi BNI Mobile Banking seperti Transfer dana, cek saldo, pembelian pulsa atau data, dan lain-lain, semua bisa melalui *handphone*. Kedua Praktis dengan menggunakan layanan BNI Mobile Banking, bayar tagihan muda tanpa mengganggu aktivitas, Ketiga dapat memantau transaksi dan cek saldo rekening 24 jam. Hasil pengujian hipotesis dilakukan dengan metode *bootstrapping* menunjukkan bahwa variabel kegunaan(X1) terhadap variabel minat(Y) memiliki nilai koefisien jalur sebesar

0.298 yang berarti berpengaruh positif sebesar 2.98% Lalu nilai *p-values* yang dimiliki sebesar 0.022 yang berarti lebih kecil dari 0.05, Kemudian nilai *t-statistic* sebesar 2.290 di mana nilai tersebut lebih besar dari t-tabel dalam penelitian ini yaitu sebesar 1.96. Sehingga pengaruh yang diberikan oleh konstruk kegunaan(X1) terhadap minat(Y) terbukti signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kegunaan memiliki pengaruh dan signifikan terhadap variabel minat nasabah menggunakan aplikasi BNI Mobile Banking, yang artinya manfaat dari aplikasi BNI Mobile Banking dapat meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan aplikasi BNI Mobile Banking, atau H1 diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Priestiani Putri Rahayu (2019) dengan judul “Pengaruh Persepsi kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi kepercayaan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking” Priestiani Putri Rahayu menyatakan bahwa Terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan Mobile Banking.

Pengaruh Kemudahan terhadap Minat.

Hasil pengujian hipotesis dilakukan dengan metode *bootstrapping* menunjukkan bahwa variabel Kemudahan(X2) terhadap variabel Minat(Y) memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0.429 yang berarti berpengaruh positif sebesar 4.29 % Lalu nilai *p-values* yang dimiliki sebesar 0.000 yang berarti lebih kecil dari 0.05, Kemudian nilai *t-statistic* sebesar 3.877 di mana nilai tersebut lebih besar dari t-tabel dalam penelitian ini yaitu sebesar 1.96. Sehingga pengaruh yang diberikan oleh konstruk Kemudahan(X2) terhadap Minat(Y) terbukti signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kemudahan memiliki pengaruh dan signifikan terhadap variabel Minat nasabah menggunakan aplikasi BNI Mobile Banking, yang artinya Kemudahan dari aplikasi BNI Mobile Banking dapat meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan aplikasi BNI Mobile Banking, atau H2 diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Yudin (2021) dengan judul “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Kemudahan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Syariah Indonesia Kc 3 Palangka Raya ” Ahmad Yudin menyatakan bahwa variable kemudahan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan mobile banking Bank Syariah Indonesia Kc Palangka Raya 3.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif sebesar 2,290 di mana nilai tersebut lebih besar dari t-tabel (1,96) antara variabel kegunaan (X1) terhadap variabel minat (Y) menggunakan layanan BNI mobile banking Pada BNI KK Antang. Terdapat pengaruh positif sebesar 3,877, di mana nilai tersebut lebih besar dari t-tabel (1,96) antara variabel kegunaan (X2) terhadap variabel minat (Y) menggunakan layanan BNI mobile banking Pada BNI KK Antang. Penelitian ini memberikan informasi bahwa adanya pengaruh antara Kegunaan, Kemudahan Diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan lebih luas dari variable Kegunaan dan Kemudahan terhadap Minat nasabah untuk menggunakan layanan BNI Mobile Banking di BNI KK Antang. Penelitian ini

masih memiliki banyak kekurangan, bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lainnya yang mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan layanan BNI Mobile Banking

REFERENSI

- Ahdiat, A. (2023, maret 8). Persentase Penduduk Usia 5 Tahun ke Atas yang Memiliki Handphone/Ponsel di 34 Provinsi Indonesia (2022). Retrieved from databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/08/67-penduduk-indonesia-punya-handphone-pada-2022-ini-sebarannya>
- Annur, C. m. (2022, maret 23). Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022. Retrieved from databoks.com: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>
- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis. Yogyakarta: CV Andi.
- Abdillah, Willy dan Jogiyanto. 2015. Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis. Ed.1. Yogyakarta: ANDI
- Alice Crow, L. D. C. (1984). Psikologi Pendidikan. PT Bina Ilmu
- Arikunto. (2002). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto S. 2013. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta
- Davis, F. D.; Bagozzi, R. P.; & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982-1003.
- Dendeng, G. N., Pio, R. J., & Sambul, S. A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi Mobile Banking Oleh Nasabah Bank BRI di Kota Manado. *Productivity*, 3(6), 501-506.
- Endrayanto, Sujarweni. 2012. Statistika untuk Penelitian. Yogyakarta : Graha Ilmu, 2012.
- Ferdinand, Augusty. 2006. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Peneltian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen. Semarang : Universitas Diponegoro, 2006.
- Ferista, Y. (2014). Pengaruh risiko yang di persepsikan dan kepuasan konsumen terhadap minat beli pada konsumen kaskus website di Universitas Negeri Yogyakarta. Skripsi Manajemen Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Fishbein, M, & Ajzen, I. (1975). Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research, Reading, MA: Addison-Wesley.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi menggunakan Program SmartPLS 3.0. Semarang: Badan Penerbit - Undip.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 2. Universitas Diponegoro Semarang.

- Hutabarat, R.M. 2010. "Mobile Banking Security Based WAP", accessed on December 22, 2013 from <http://anakkebo.wordpress.com/2010/03/23/mobile-banking-security-analysis-based-wap-ronald-m-hutabarat-113040275/>
- Irmadhani, & Adhi, N. M. (2012). Pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan dan. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 1–20
- Junai Al Fian. Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol. 5. No. 6. 2016.
- Lemeshow, 1997, Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan, Yogyakarta, UGM
- Lieny, L. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kenyamanan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Dalam Menggunakan Mobile Banking Di Bca Pangkalpinang. Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Keuangan, 8(2), 56-62.
- 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. <https://doi.org/10.22373/cj.v2i2.4161>
- Ramadhani, R. 2008. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Nasabah terhadap Layanan Internet banking di Semarang: dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). Skripsi. Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Yogyakarta. Yogyakarta.
- Riduwan dan Akdon. 2008. Rumus dan Data dalam Analisis Statistika. Alfabeta. Bandung
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B. Alfabeta.
- Supriyadi. (2014). Pengaruh persepsi teknologi informasi, kemudahan penggunaan, resiko transaksi, dan fitur layanan pada minat ulang nasabah dalam menggunakan internet banking. Jurnal Manajemen.
- Veonnita, R., & Rojuaniah, R. (2022). Pengaruh persepsi kemudahan, kegunaan dan kepuasan terhadap loyalitas melalui kepercayaan nasabah pengguna mobile banking BCA. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 6(1), 68-78.
- Wida, P. A. M. W., Yasa, N. N. K., & Sukaatmadja, I. P. G. (2011). The Technology Acceptance Model. *Inter-Organizational Information Systems and Business Management*, 234–250. <https://doi.org/10.4018/978-1-60960-768-5.ch015>
- Yahyapour, N. (2008). Determining Factors Affecting Intention to Adopt Banking Recommender System, Case of Iran, Thesis, Lulea University of Technology Division of Industrial/