

---

## FAKTOR DETERMINAN INFORMASI PENGGUNA MOBILE BANKING BANK XYZ

Adi Purnama

Program Studi Magister Manajemen Universitas Tarumanagara  
adi\_purnama12@yahoo.com

Carunia M. Firdausy

Program Studi Magister Manajemen Universitas Tarumanagara

**Abstract :** This study aims to examine the effect of usage barrier, value barrier, risk barrier, initial trust, perceived usefulness to information of mobile banking user. The sample used in this research is 105 respondents. Testing is estimated by using multiple linear regression analysis, data hypothesis processed using SPSS program version 21.

The results showed that usage barrier negatively affect the information of mobile banking user. While value barrier, risk barrier, initial trust, perceived usefulness positively affect the information of mobile banking user. With this research, it is expected that Bank will improve the mobile banking service which is easily accessed and used by the customers

**Keywords:** Usage barrier, Value barrier, Risk barrier, Initial trust, Perceived usefulness, Information

### PENDAHULUAN

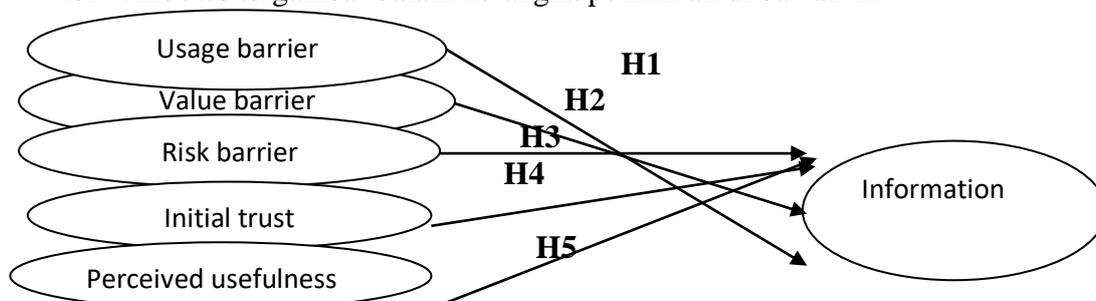
Perkembangan teknologi informasi yang terjadi begitu cepat di era globalisasi ini mendukung perusahaan dan dunia perbankan untuk menyesuaikan dan memenuhi kebutuhan nasabah yang semakin kompleks. Salah satu kemajuan teknologi yang dimanfaatkan adalah ponsel, dimana saat ini hampir semua orang di Indonesia memiliki ponsel sebagai bagian dari gaya hidup dan kebutuhan mereka sehari – hari. Teknologi informasi tersebut sangat membantu suatu perusahaan atau bank untuk memperoleh banyak keuntungan. Dalam dunia perbankan salah satu contoh dari kemajuan teknologi informasi yaitu *mobile banking*. *Mobile banking* memberikan layanan yang memungkinkan nasabah untuk dapat mengakses informasi rekening, aktifitas perbankan, bahkan untuk memenuhi kebutuhan *lifestyle* mereka melalui layar ponsel. *Mobile banking* merupakan sarana *mobile terminals* dimana pengguna dapat melakukan transaksi keuangan seperti pengecekan saldo ,transfer dan pembayaran dimana saja dan kapan saja. *Mobile banking* didefinisikan sebagai jenis pelaksanaan jasa keuangan dalam perjalanan yang dalam prosedur elektronik pelanggan menggunakan teknik komunikasi bergerak dalam hubungannya dengan perangkat *mobile*. Selain itu, didefinisikan sebagai saluran dimana pelanggan berinteraksi dengan bank melalui perangkat *mobile*, seperti ponsel atau *personal digital assistant*. Namun *mobile banking* belum sepenuhnya diyakini nasabah bank akan kegunaan dan nilai tambah yang ditawarkan dan penggunaannya belum dalam tahap awal. Sepertinya ada resistensi untuk mengadopsi layanan perbankan yang inovatif. *Initial trust* terjadi ketika pengguna berinteraksi pertama kalinya menggunakan layanan *mobile banking*. Literatur sebelumnya telah menegaskan bahwa dalam penelitian teknologi perbankan, misalnya, beberapa pengguna mengalami kesulitan karena kurangnya informasi, pengetahuan, dan pelatihan.

Bank XYZ menyediakan layanan *mobile banking* untuk memenuhi kebutuhan nasabah sebagai alternatif media untuk melakukan transaksi keuangan, selain yang tersedia di kantor-kantor cabang dan ATM. Dengan *mobile banking* nasabah tidak perlu lagi membuang waktu untuk antri di bank ataupun ATM karena saat ini transaksi bisa dilakukan dimana saja

dan kapanpun dengan mudah dan praktis melalui *handphone*. Contohnya adalah pengecekan saldo, mutasi rekening, transfer dana antar rekening maupun antar bank, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, pembelian tiket bioskop, dan informasi nilai tukar mata uang. Berdasarkan pemahaman diatas penelitian ini ingin mengetahui bagaimana pengaruh *usage barrier*, *value barrier*, *risk barrier*, *initial trust*, *perceived usefulness* terhadap *information* pengguna *mobile banking* Bank XYZ..

### TINJAUAN PUSTAKA

*Mobile banking* merupakan layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui jaringan telepon seluler/ *handphone* GSM (Global for Mobile Communication) atau CDMA dengan menggunakan layanan data yang telah disediakan oleh operator telepon. *Information* adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat bagi pengambilan keputusan saat ini atau saat mendatang. *Usage Barrier* adalah hambatan penggunaan bagi nasabah pengguna *mobile banking*. *Value Barrier* adalah hambatan nilai bagi nasabah pengguna *mobile banking*. *Risk Barrier* adalah hambatan resiko bagi nasabah pengguna *mobile banking*. *Initial Trust* adalah kepercayaan nasabah pengguna *mobile banking*. *Perceived Usefulness* adalah kepastian manfaat bagi nasabah pengguna *mobile banking*. Dasar pemikiran di dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis Faktor Determinan Informasi pengguna *mobile banking* Bank XYZ dengan menggunakan SPSS 21 for Windows tergambar dalam kerangka pemikiran di bawah ini



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

### METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam pembuatan penelitian ini menggunakan metode penelitian secara kuantitatif, dimana penelitian ini akan bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis yang didasarkan pada landasan teori. Penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan semua informasi yang bersifat aktual terhadap objek yang diteliti secara langsung dengan menggunakan metode observasi dan kuesioner yang ditujukan pada nasabah Bank XYZ Jakarta Barat. Periode penelitian dilakukan pada bulan Juni 2017 – Maret 2018. Data tersebut akan digunakan pada tahapan analisis dan pembahasan.

### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### 1. Identitas Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 105 orang yang merupakan *sample* dari nasabah Bank XYZ Jakarta Barat. Peneliti mengelompokkan identitas responden dalam beberapa karakteristik, yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, status.

#### Analisis Data Penelitian

Hasil Uji Kualitas data dengan Uji validitas dan reliabilitas dilakukan kepada 105 orang responden dengan taraf signifikansi 0,05 maka *r* tabel sebesar 0,1918. Hasil nilai *r* hitung masing-masing variabel > *r* tabel maka *item* pernyataan yang diujicobakan kepada 105 orang responden tersebut dinyatakan *valid*.

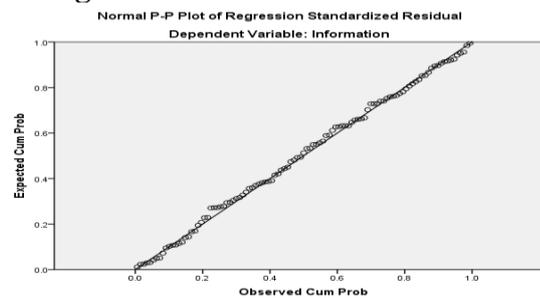
Uji reliabilitas, Setelah melakukan uji validitas, maka selanjutnya akan dilakukan uji reliabilitas. Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Reliability Statistics		
Variabel	Cronbach's Alpha	N of Item
Informasi	0.769	3
Usage Barrier	0.776	5
Value barrier	0.777	3
Risk barrier	0.769	4
Initial trust	0.752	3
Perceived Usefulness	0.875	3

**Tabel 1 Hasil Uji Reliabilitas**

Dari hasil uji reliabilitas di atas didapat empat variabel output dari informasi, Usage barrier, value barrier, risk barrier, Initial trust, perceived usefulness diketahui masing-masing variabel memiliki nilai reliabilitas (*Cronbach's Alpha*) di atas 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur dalam penelitian ini adalah reliabel.

**2. Hasil Uji Asumsi Klasik Regresi**



**Gambar 2 Uji Normalitas Metode Grafik P-P plot**

Dari gambar 2 di atas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal, maka model regresi tersebut telah memenuhi uji normalitas karena telah terdistribusi secara normal.

**Model Summary<sup>b</sup>**

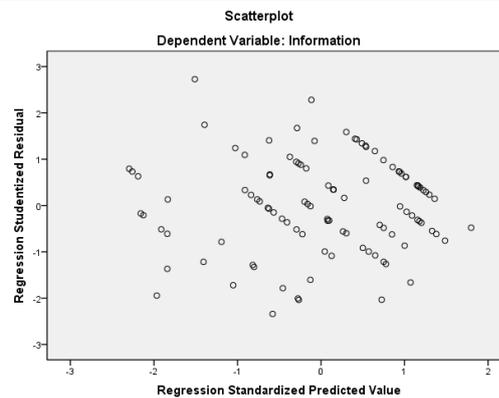
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.811 <sup>a</sup>	.658	.640	.461	1.808

a. Predictors: (Constant), Perceived Usefulness, Value Barrier, Initial Trust Barrier, Risk Barrier, Usage Barrier

b. Dependent Variable: Information

**Tabel 2 Uji Autokorelasi**

Pada output SPSS pada Tabel 2 didapat angka DW sebesar 1,808 angka tersebut berada di antara 1,541 dengan 2,46 yang berarti tidak terjadi autokorelasi



**Gambar 3 Uji Heterokedastisitas Metode Grafik**

Hasil pengolahan data pada Gambar 3 terlihat bahwa titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas pada model regresi.

Keterangan	Nilai Tolerance	Nilai VIF
<i>Usage Barrier</i>	.256	3.902
<i>Value Barrier</i>	.789	1.268
<i>Risk Barrier</i>	.271	3.684
<i>Initial Trust Barrier</i>	.467	2.141
<i>Perceived Usefulness</i>	.367	2.724

**Tabel 3 Uji Multikolinearitas**

Pada tabel 3 tersebut menunjukkan semua angka VIF variabel model regresi lebih kecil dari 10 ( $VIF < 10$ ), hal ini menunjukkan model regresi linier berganda tidak mempunyai persoalan multikolinearitas. Hasil perhitungan nilai *tolerance* juga menunjukkan tidak ada variabel independen yang nilainya kurang dari 0,1 ( $tolerance < 0,1$ ), yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen yang nilainya lebih dari 95%, Hal ini berarti seluruh variabel independen yang digunakan terbebas dari penyakit multikolineritas.

**3. Analisis Regresi Linear Berganda**

Hasil uji regresi linier berganda variabel variabel *usage barrier* (X1), *value barrier*(X2), *risk barrier* (X3), *initial trust* (X4), *perceived usefulness* (X5) terhadap Informasi (Y) di Bank XYZ sebagai berikut:

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	.110	.342	
Usage Barrier	-.324	.129	-.291
Value Barrier	.196	.069	.189
Risk Barrier	.531	.117	.510
Initial Trust Barrier	.339	.088	.330
Perceived Usefulness	.239	.092	.251

a. Dependent Variable: Information

**Tabel 4 Analisis Regresi Linear Berganda**

Nilai persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

$$Y = 0.110 + (- 0,324) X_1 + 0,196X_2 + 0,531 X_3 + 0,339X_4 + 0,239 X_5$$

**4. Uji Hipotesis**

**Uji Hipotesis Secara Parsial (t-Test)**

Pada penelitian ini uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdiri dari variabel *usage barrier* , *value barrier* , *risk barrier* , *initial trust* , *perceived usefulness* secara parsial memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yaitu variabel informasi (Y)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.110	.342		.322	.748
Usage Barrier	-.324	.129	-.291	-2.504	.014
Value Barrier	.196	.069	.189	2.861	.005
Risk Barrier	.531	.117	.510	4.521	.000
Initial Trust	.339	.088	.330	3.833	.000
Perceived Usefulness	.239	.092	.251	2.581	.011

a. Dependent Variable: Information

**Tabel 5 Distribusi t variabel**

**Uji F**

Variabel independen pada penelitian ini lebih dari satu variabel, maka uji hipotesis menggunakan F-Test. Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel independen yaitu variabel *usage barrier* , *value barrier* , *risk barrier* , *initial trust* , *perceived usefulness* secara simultan berpengaruh dengan variabel dependen yaitu informasi.

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	40.485	5	8.097	38.032	.000 <sup>a</sup>
Residual	21.077	99	0.213		
Total	61.562	104			

a. Predictors: (Constant), Perceived Usefulness, Value Barrier, Initial Trust Barrier, Risk Barrier, Usage Barrier

b. Dependent Variable: Information

**Tabel 6 Uji F**

**5. Analisis Koefisien Determinasi**

Pada penelitian ini koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui persentase besarnya pengaruh variabel *usage barrier* (X1), *value barrier*(X2), *risk barrier* (X3), *initial trust* (X4), *perceived usefulness* (X5) terhadap Informasi (Y) dan dependen hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Hasil analisis determinasi dapat dilihat pada *output Model Summary* dari hasil analisis regresi linier berganda.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.811 <sup>a</sup>	0.658	0.64	0.461	1.808

a. Predictors: (Constant), Perceived Usefulness, Value Barrier, Initial Trust Barrier, Risk Barrier, Usage Barrier

**Tabel 7 Analisis Koefisien Determinasi**

### Pembahasan hasil penelitian

Setelah dilakukan uji regresi pada penelitian ini didapatkan hasil analisis data atas variabel independen *usage barrier*, *value barrier*, *risk barrier*, *initial trust*, *perceived usefulness* serta variabel dependen adalah informasi pengguna *mobile banking*. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan maka hasil penelitian yang di dapat sebagai berikut:

1. **Terdapat pengaruh negatif *usage barrier* terhadap informasi pengguna *mobile banking* Bank XYZ** : Hasil penelitian menunjukkan nilai t hitung sebesar -2.504 dengan tingkat signifikansi  $0,014 < 0,05$ . Hasil ini menunjukkan *usage barrier* secara parsial mempunyai pengaruh negatif yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu informasi pengguna *mobile banking* Bank XYZ.
2. **Terdapat pengaruh positif *value barrier* terhadap informasi pengguna *mobile banking* Bank XYZ**: Pengujian secara parsial *value barrier* menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 2,861 dengan tingkat signifikansi  $0,005 < 0,05$ . Hasil ini menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu *value barrier* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu informasi pengguna *mobile banking* Bank XYZ.
3. **Terdapat pengaruh positif *risk barrier* terhadap informasi pengguna *mobile banking* Bank XYZ**: Pengujian secara parsial *risk barrier* menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 4,521 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hasil ini menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu *risk barrier* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap informasi pengguna *mobile banking* Bank XYZ.
4. **Terdapat pengaruh positif *Initial Trust* terhadap informasi pengguna *mobile banking* Bank XYZ**: Pengujian secara parsial menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 3,833 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hasil ini menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu *initial trust* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu informasi pengguna *mobile banking* Bank XYZ.
5. **Terdapat pengaruh positif *perceived usefulness* terhadap Informasi pengguna *mobile banking* Bank XYZ**: Berdasarkan Pengujian secara parsial menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 2,581 dengan tingkat signifikansi  $0,011 < 0,05$ . Hasil ini menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu *perceived usefulness* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu informasi pengguna *mobile banking* Bank XYZ.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil-hasil analisis yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Usage barrier* berpengaruh negatif terhadap informasi pengguna *mobile banking* Bank XYZ
2. *Value barrier* berpengaruh positif terhadap informasi pengguna *mobile banking* Bank XYZ
3. *Risk barrier* berpengaruh positif terhadap informasi pengguna *mobile banking* Bank XYZ
4. *Initial trust* berpengaruh positif terhadap informasi pengguna *mobile banking* Bank XYZ
5. *Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap informasi pengguna *mobile banking* Bank XYZ

## Saran

1. Bagi Bank , Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *usage barrier* berpengaruh negatif signifikan terhadap informasi menggunakan mobile banking dengan begitu disarankan bagi perbankan lebih meningkatkan kembali layanan *mobile banking* yang mudah diakses dan digunakan dengan baik oleh nasabah.
2. Bagi Penelitian Selanjutnya
  - a. Untuk penelitian dengan konteks yang sama sebaiknya menambah jumlah sampel yang lebih banyak. Penelitian selanjutnya diharapkan juga bisa mengambil sampel penelitian daerah responden lain yang belum terlibat, misalnya daerah Bandung, Semarang, Surabaya, Medan atau kota besar lainnya di Indonesia untuk menghasilkan penelitian yang lebih baik.
  - b. Menambahkan variabel lain (misalnya: *relative advantage*, *usage intention*, *trust propensity* dan *intention to use*) selain yang digunakan dalam penelitian ini, serta perlu mempertimbangkan subyek penelitian lain (misalnya: *electronic channel* dan *financial technology*) yang akan digunakan dengan melihat perkembangan perbankan Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kim, G., Shin, B. and Lee, H.G. (2009), "Understanding dynamics between initial trust and usage intention of mobile banking", *Information Systems Journal*, Vol. 26 No. 3, pp. 310-22.
- Kuisma, T., Laukkanen, T. and Hiltunen, M. (2007), "Mapping the reasons for resistance to internet banking: a ,means-end approach", *International Journal of Information Management*, Vol. 27 No. 2, pp. 75-85.
- Laukkanen, T., & Kiviniemi, V. (2014). The role of information in mobile banking resistance. *International Journal of Bank Marketing*, 370-382
- Lee, K.C. and Chung, N. (2009), "Understanding factors affecting trust in and satisfaction with mobile banking in Korea: a modified DeLone and McLean's model perspective", *Interacting with Computers*, Vol. 21 No. 5-6, pp. 385-92
- Li, Y.-M. and Yeh, Y.-S. (2010), "Increasing trust in mobile commerce through design aesthetics", *Computers in Human Behavior*, Vol. 26 No. 4, pp. 673-84.
- Lin, H.-F. (2011). An empirical investigation of mobile banking adoption: The effect of innovation attributes and knowledge-based trust. *International Journal of Information Management*, 31(3), 252-260.
- Lowry, P.B., Vance, A., Moody, G., Beckman, B. and Read, A. (2008), "Explaining and predicting the impact of branding alliances and web site quality on initial consumer trust of e-commerce web sites", *Journal of Management Information Systems*, Vol. 24 no. 4, pp. 199-224.
- Muhammad Ali, Junjie, dan Haohong li. (2015). Influence of Psychographics and Risk Perception on Internet Banking Adoption: Current State of Affairs in Britain. *International Journal of Economics and Financial Issues*, Vol 5(2), 461-468
- Romdhany , risky dan Saragih, hoga (2012). Pengaruh Intensi Pelanggan Dalam Berbelanja Online Kembali Melalui Media Teknologi Informasi Forum Jual Beli (FJB) Kaskus. *Journal of Information Systems*, Volume 8, Issue 2
- Setiawan, Jasmira,dan sharipuddina.(2017). User Behavior in Adopt Mobile Commerce (Scale Development: Perspective of Trust and Risk). *Jurnal teknologi dan Sistem Informasi*. VOL. 03. NO. 03
- Szmigin, I. Maddock, S. and Carrigan, M. (2003), "Conceptual Community Consumption: farmers Markets and the Older Consumer", *British Food Journal*, Vol. 105 No. 8, pp. 542-50.

- Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Wadie Nasri, Mohamed Zarai (2014). "Empirical Analysis Of Internet Banking Adoption In Tunisia". *Journal Asian Economic and Financial Review*. Vol. 4. Pp 1812-1825
- Wang, Y.-S., Lin, H.-H. and Luarn, P. (2006), "Predicting consumer intention to use mobile service", *Information Systems Journal*, Vol. 16 No. 2, pp. 157-79
- Wawan Dhewanto, Hendrati Dwi Mulyaningsih, Anggraeni Permatasari, Grisna Anggadwita, dan Indriany Ameka. 2014. *Manajemen Inovasi Peluang Sukses Menghadapi Perubahan*, Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Yendra dan Idayamti . (2017) An Analysis on Factors that Influence Customers' Intention to Use Internet Banking in Jayapura City. *Scientific Research Journal (SCIRJ)*, Volume V, Issue VIII.



.

