

**PENGARUH KEMUDAHAN, KEAMANAN, KEPERCAYAAN, DAN  
KEPUASAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN MOBILE BANKING**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana**



**Disusun Oleh:**

**IGNACIA ARELLA KENNA ASHANTI**

**1120 31174**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI**

**YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA**

**YOGYAKARTA**

**SEPTEMBER 2023**

## TUGAS AKHIR

# PENGARUH KEMUDAHAN, KEAMANAN, KEPERCAYAAN, DAN KEPUASAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN MOBILE BANKING

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**IGNACIA ARELLA KENNA ASHANTI**

**Nomor Induk Mahasiswa: 112031174**

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Selasa tanggal 23 Januari 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Akuntansi (S.Ak.)



**Susunan Tim Penguji:**

Pembimbing

Lita Kusumasari, SE., MSA., Ak., CA.

Penguji

Manggar Wulan Kusuma, SE., M.Si, Ak.

Yogyakarta, 23 Januari 2024  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta

Ketua



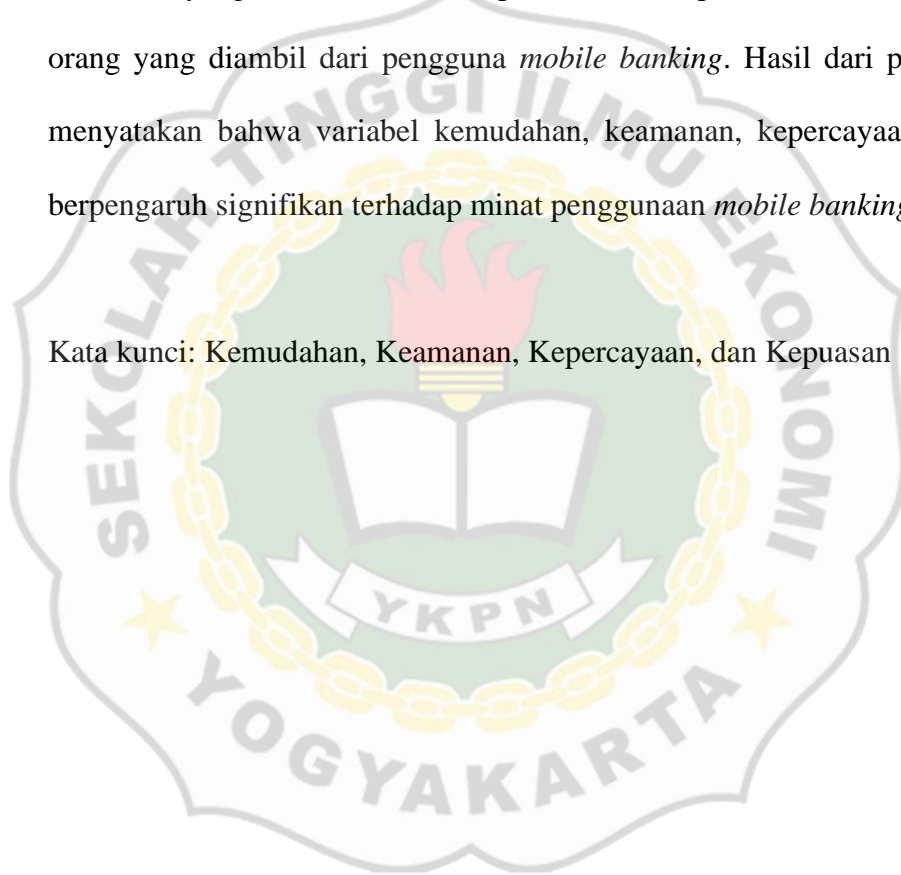
Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kemudahan, keamanan, kepercayaan, dan kepuasan terhadap minat menggunakan *mobile banking* BCA pada mahasiswa STIE YKPN Yogyakarta. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan mengolah data dari kuesioner yang telah disebar. Responden dalam penelitian ini berjumlah 80 orang yang diambil dari pengguna *mobile banking*. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa variabel kemudahan, keamanan, kepercayaan, kepuasan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Kata kunci: Kemudahan, Keamanan, Kepercayaan, dan Kepuasan



# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini, peningkatan teknologi informasi memiliki dampak yang signifikan terhadap perubahan ekonomi. Salah satu contohnya adalah pergeseran dari metode pembayaran *cash* atau tunai ke metode kartu debit dan kredit dan saat ini mulai menggunakan *E-Wallet* atau *mobile banking*.

*Mobile banking* telah menjadi bagian penting dalam industri perbankan. Masyarakat semakin mengandalkan perangkat *mobile* mereka untuk melakukan transaksi keuangan, seperti *transfer* dana, pembayaran tagihan, dan investasi. Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *mobile banking* seperti kemudahan, keamanan, kepercayaan dan kepuasan.

Dengan menggali pengaruh kemudahan, keamanan, kepercayaan, dan kepuasan terhadap minat penggunaan *mobile banking*, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi industri perbankan dan teknologi informasi dalam mengembangkan strategi untuk meningkatkan adopsi *mobile banking* oleh masyarakat.

Oleh karena itu, penulis ingin mengkaji lebih lanjut apakah alasan mahasiswa berminat menggunakan *Mobile Banking*. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking”**

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Landasan Teori

### *Mobile Banking*

*Mobile Banking* adalah layanan perbankan digital yang ditawarkan oleh bank untuk nasabahnya melakukan transaksi hanya melalui *smartphone* (Riswandi & Budi Agus, 2005). Menurut Bank Indonesia (BI), *mobile banking*, juga dikenal sebagai "*m-banking*", adalah transaksi keuangan yang dilakukan melalui perangkat *mobile* pribadi, biasanya ponsel atau *smartphone*, yang dananya berasal dari tabungan nasabah di bank. Pengguna *m-banking* dapat melakukan transaksi perbankan online melalui ponsel atau *smartphone* mereka.

Aplikasi *mobile banking* dapat memudahkan pelanggan tanpa harus pergi ke bank, cukup hanya dengan menggunakan *smartphone* hampir semua kebutuhan pelanggan dapat dipenuhi oleh layanan *mobile banking*. Selain menghemat waktu dan biaya, bank juga membantu pelanggan menjadi orang *modern* yang tidak ketinggalan zaman dalam menggunakan teknologi.

Layanan *mobile banking* dapat memudahkan pengguna mulai dari mengecek saldo, mengecek mutasi, transfer sesama bank atau beda bank, membayar tagihan (listrik, internet, air), dan lain sebagainya. Pengguna tidak perlu lagi datang dan antri ke bank atau mesin ATM untuk melakukan berbagai transaksi itu. Dengan menggunakan *mobile banking* segalanya bisa dilakukan dengan sangat mudah, sehingga akhirnya sekarang membuat masyarakat tertarik sehingga banyak yang mempunyai aplikasi *mobile banking*.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## **Pengembangan Hipotesis**

### **Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Pengguna *Mobile Banking***

Variabel ini menjadi dasar dalam menentukan penerimaan atau penggunaan berbagai macam teknologi informasi. Kemudahan dapat dinilai sebagai suatu tingkat kepercayaan seseorang dalam menggunakan suatu sistem tidak memerlukan usaha. Persepsi kemudahan juga berhubungan dengan sikap dalam menggunakan teknologi. Semakin mudah penggunaan suatu teknologi, maka akan semakin tinggi minat pengguna dalam menggunakan teknologi tersebut.

H1: Kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi *mobile banking*.

### **Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Pengguna *Mobile Banking***

Keamanan merupakan hal yang penting saat menggunakan *mobile banking* apabila perbankan dapat menjamin keamanan maka memungkinkan nasabah akan menggunakan *mobile banking*, namun sebaliknya, jika perbankan belum menjamin keamanan penggunaan *mobile banking* maka nasabah akan ragu menggunakan, maka hal ini bisa saja menurunkan minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

H2: Keamanan berpengaruh positif terhadap bertransaksi menggunakan *Mobile Banking* berpengaruh terhadap minat pengguna.

### **Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Pengguna *Mobile Banking***

Menurut Nazar dan Syahrani (2008) kepercayaan digambarkan sebagai suatu tindakan kognitif, misalnya dalam bentuk pendapat atau prediksi bahwa sesuatu



# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

akan terjadi atau orang akan berperilaku dalam cara tertentu, afektif misalnya masalah perasaan, atau konatif misalnya masalah pilihan atau keinginan.

H3: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap penggunaan aplikasi *Mobile Banking*

## **Pengaruh Kepuasan Terhadap Minat Pengguna Mobile Banking**

Kualitas layanan yang disediakan oleh *mobile banking* dalam meningkatkan kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, apabila nasabah puas dengan semua layanan yang disediakan *mobile banking* maka nasabah pasti akan loyal dalam menggunakan *mobile banking*. Namun sebaliknya, jika nasabah tidak puas dengan layanan maka nasabah tidak loyal dalam menggunakan *mobile banking*.

H4: Kepuasan berpengaruh positif terhadap penggunaan aplikasi *Mobile Banking*

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## **Ruang Lingkup Penelitian**

Peneliti melakukan pengujian terhadap faktor-faktor yang memengaruhi minat pengguna dalam memanfaatkan layanan *mobile banking*. Variabel independen yang diuji dalam penelitian ini meliputi persepsi kemudahan, kepercayaan, keamanan, dan kepuasan, sedangkan variabel dependennya adalah minat menggunakan *mobile banking*. Penelitian ini merupakan penelitian yang termasuk dalam sistem informasi akuntansi, karena hasil dari penelitian ini dapat memberikan berbagai keputusan bagi perbankan dalam meningkatkan kinerja operasional perusahaannya.

## **Populasi Penelitian**

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011). Populasi dapat diartikan sebagai keseluruhan dari objek yang diteliti. Populasi pada penelitian ini adalah pengguna *mobile banking*.

## **Sampel Penelitian**

Untuk melakukan sebuah penelitian, peneliti tidak diharuskan untuk meneliti seluruh anggota populasi. Oleh karena itu, dibutuhkan pembuatan representasi populasi yang dikenal sebagai sampel. Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, Pengertian sampel, 2009). Sampel penelitian ini adalah para pengguna layanan *mobile banking*.

Pengambilan sampel ini menggunakan metode *accidental sampling*, yaitu bentuk pengambilan sampel yang ditentukan berdasarkan kebetulan, yaitu siapa



# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

saja yang secara tidak sengaja atau sengaja bertemu dengan peneliti dianggap cocok menjadi sumber data untuk penelitian akan menjadi sampel penelitian ini (Sugiyono, Pengertian sampel, 2009).

## **Sumber Data**

Data Primer dijadikan sumber data dalam penelitian ini. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono 2018). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh berdasarkan jawaban kuesioner yang dibagikan kepada seluruh responden.

Dalam penelitian ini, skala pengukuran kuesioner yang diterapkan dan digunakan adalah skala likert. Menurut (Sugiyono, 2019) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.

## **Uji Validitas**

Uji validitas adalah pengukuran dan pengamatan yang berarti prinsip keandalan instrument dalam mengumpulkan data (Nurasalam, 2013). Peneliti menggunakan kuesioner yang telah dilakukan oleh (Nawati, 2016).

## **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas merupakan instrumen yang dapat mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator pada sebuah penelitian. Pengujian reliabilitas bertujuan untuk menentukan apakah suatu variabel dikatakan dapat dipercaya atau reliabel. Variabel reliabel jika memiliki nilai Cronbach alpha ( $\alpha$ ) lebih dari 0,6 (Ghozali I. , 2011).

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Apabila variabel tidak berdistribusi normal maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan.

## Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merujuk pada variabel gangguan yang tidak konstan. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menilai apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Dalam penelitian ini menggunakan uji Glesjer untuk meregresi nilai *absolute residual* terhadap variabel bebas (Ghozali., 2018)

## Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk penelitian yang memiliki lebih dari satu variabel independen. Menurut (Ghozali I. , 2018), analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan regresi linier berganda biasanya dinyatakan dalam bentuk formula sebagai berikut:

## Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2018) Uji F digunakan guna untuk menilai apakah variabel-variabel bebas dalam penelitian secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel yang terikat. Uji statistik f juga menjelaskan apakah semua variabel yang terikat atau bersifat independen yang dimaksudkan dalam model memiliki pengaruh

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

secara bersama-sama terhadap variabel bebas atau dependen. Kriteria pengujian hipotesis dengan menggunakan statistik  $f$  adalah jika nilai signifikansi  $f < 0,05$ , maka hipotesis alternatif diterima, yang menyatakan bahwa semua variabel bebas secara simultan dan signifikan mempengaruhi variabel terikat atau dependen.

## **Uji Koefisien Determinasi Simultan ( $R^2$ )**

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) berfungsi sebagai alat untuk mengukur sejauh mana model dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Rentang nilai koefisien determinasi adalah antara nol atau satu. Jika nilai  $R^2$  kecil, hal itu menunjukkan kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Sebaliknya, jika nilai yang mendekati 1 berarti 1 variabel-variabel independent memberikan hampir semua informasi yang di butuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen. (Ghozali, Aplikasi Analisa Multivariat dengan Program SPSS, 2013).

## **Uji t**

Pengujian t (uji parsial) dilakukan dengan tujuan untuk menilai seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi dalam variabel dependen (Ghozali I. , 2018).

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## **Karakteristik Responden**

Penelitian ini menguji pengaruh variabel kemudahan, kepercayaan, keamanan, dan kepuasan terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Responden dalam penelitian ini berasal dari data responden yang telah mengisi kuesioner yang telah di sebar. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah responden yang menggunakan *mobile banking*. Kuesioner disebar dalam rentang waktu 12 hari, tanpa adanya Batasan geografis. Jumlah responden yang mengisi kuesioner sebanyak 80 responden.

## **Pembahasan**

Penelitian ini menguji variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel yang termasuk independen yaitu kemudahan (X1), keamanan (X2), kepercayaan (X3), dan kepuasan (X4) sedangkan variabel dependen yaitu minat pengguna (Y). Berdasarkan hasil analisis, maka dapat disimpulkan tentang hasil penelitian yaitu:

### **Kemudahan berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan *mobile banking***

Berdasarkan Kesimpulan dari hasil perhitungan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kemudahan (X1) terhadap minat pengguna (Y) dalam menggunakan *mobile banking*. Dalam pengujian hipotesis pertama (H1), nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,015, lebih kecil daripada tingkat signifikansi yang ditetapkan (0,05). Hal ini mengindikasikan penolakan terhadap hipotesis nol (H0) dan penerimaan terhadap hipotesis alternatif (H1), yang menyatakan bahwa variabel kemudahan berpengaruh secara negatif terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Hasil ini menegaskan bahwa tingkat kemudahan yang

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ditawarkan oleh *mobile banking* memengaruhi secara negatif minat pengguna untuk menggunakan layanan tersebut. Adanya kemudahan dalam melakukan transaksi sehari-hari melalui *platform mobile banking* tidak selalu menjadi faktor yang signifikan dalam meningkatkan minat pengguna. Dalam konteks ini, dapat disimpulkan bahwa semakin mudah pengguna dapat melakukan berbagai transaksi keuangan melalui *mobile banking*, semakin tinggi pula minat mereka untuk memanfaatkan layanan tersebut. Faktor-faktor yang mendukung kemudahan dalam *mobile banking* seperti ketersediaan fitur yang memudahkan pengguna, aksesibilitas yang fleksibel, semuanya berkontribusi pada meningkatnya minat pengguna. Dengan demikian, penting bagi penyedia layanan *mobile banking* untuk terus memperbaiki dan menyempurnakan fitur-fitur yang ada guna meningkatkan kemudahan dan kenyamanan bagi pengguna, sehingga dapat memelihara dan meningkatkan minat mereka untuk terus menggunakan layanan tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rukhviyanti (2015) bahwa kemudahan berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

## **Keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan mobile banking**

Hasil analisis dari pengujian hipotesis kedua (H2) menunjukkan bahwa variabel keamanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pengguna dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000, yang jauh lebih rendah dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan sebelumnya (0,05). Oleh karena itu, hal ini mengakibatkan penolakan terhadap hipotesis nol (H0) dan penerimaan terhadap hipotesis alternatif (H1). Secara keseluruhan, ini menegaskan bahwa variabel keamanan (X2) memiliki pengaruh

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

parsial yang signifikan terhadap minat pengguna (Y) dalam konteks penggunaan *mobile banking*. Temuan ini menyoroti betapa pentingnya aspek keamanan dalam menarik minat pengguna terhadap layanan *mobile banking*. Faktor-faktor seperti perlindungan data, keamanan transaksi, dan sistem keamanan yang kuat menjadi poin penting yang memengaruhi preferensi pengguna. Ketika pengguna merasa bahwa informasi pribadi dan finansial mereka terlindungi secara efektif, kepercayaan mereka terhadap layanan *mobile banking* akan meningkat.

Keamanan yang kuat dalam *mobile banking* bukan hanya menjadi faktor pendukung, tetapi juga menjadi landasan yang sangat penting bagi pengguna. Ini merupakan faktor utama yang memengaruhi keputusan pengguna dalam menggunakan layanan tersebut. Oleh karena itu, penyedia layanan harus terus meningkatkan dan memperkuat sistem keamanan mereka guna mempertahankan minat pengguna dan memperluas basis pengguna *mobile banking*.

Upaya untuk memberikan transparansi dalam keamanan, edukasi kepada pengguna tentang langkah-langkah keamanan yang ada, serta investasi dalam teknologi keamanan yang canggih akan membantu meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap *mobile banking*. Dengan demikian, penyedia layanan dapat membangun reputasi yang kuat dalam hal keamanan dan menjadikan aspek ini sebagai keunggulan kompetitif yang menarik bagi pengguna, yang pada gilirannya akan mendukung pertumbuhan dan penguatan posisi mereka dalam industri layanan keuangan digital. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aina (2015) bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*.



# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## **Kepercayaan berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan mobile banking**

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis ketiga (H3), ditemukan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap minat pengguna dalam penggunaan layanan *mobile banking*. Nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000, nilai ini jauh lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan sebelumnya (0,05). Oleh karena itu, hasil ini menerima hipotesis nol (H0) dan mengonfirmasi penolakan terhadap hipotesis alternatif (H1), yang menunjukkan bahwa variabel kepercayaan (X3) memiliki pengaruh negatif parsial yang signifikan terhadap minat pengguna (Y) dalam konteks penggunaan layanan *mobile banking*. Hal ini menyoroti betapa pentingnya kepercayaan pengguna terhadap *mobile banking*. Kepercayaan ini merupakan fondasi yang krusial dalam membangun hubungan jangka panjang antara penyedia layanan dan pengguna. Pengguna yang merasa bahwa data mereka terlindungi, transaksi mereka aman, dan layanan tersedia dengan konsistensi akan cenderung lebih setia dan berkomitmen dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Oleh karena itu, penyedia layanan perlu fokus pada upaya membangun dan memelihara kepercayaan pengguna melalui transparansi dalam kebijakan privasi, penggunaan teknologi keamanan terkini, serta pelayanan yang konsisten dan andal. Edukasi terhadap pengguna mengenai langkah-langkah keamanan yang tersedia serta memberikan informasi yang jelas mengenai pengelolaan data pribadi akan membantu memperkuat kepercayaan pengguna terhadap layanan *mobile banking*. Dengan demikian, memperhatikan aspek kepercayaan merupakan faktor kunci dalam

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

mempertahankan basis pengguna yang loyal dan memperluas jangkauan layanan *mobile banking*. Dalam dunia perbankan digital yang semakin berkembang, kepercayaan akan menjadi salah satu poin penentu keberhasilan suatu layanan dan akan menjadi pembeda utama dalam menarik pengguna baru serta mempertahankan yang sudah ada. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aina (2015) bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

## **Kepuasan berpengaruh terhadap minat penggunaan mobile banking**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keempat (H4), didapati bahwa variabel kepuasan (X4) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pengguna (Y) dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000, jauh lebih rendah dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan sebelumnya (0,05). Oleh karena itu, hal ini mengakibatkan penolakan terhadap hipotesis nol (H0) dan penerimaan terhadap hipotesis alternatif (H1). Secara keseluruhan, ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan (X4) memiliki pengaruh parsial yang signifikan terhadap minat pengguna (Y) dalam konteks penggunaan layanan *mobile banking*. Temuan ini menyoroti bahwa kepuasan pengguna memainkan peran penting dalam menentukan seberapa besar minat pengguna terhadap layanan *mobile banking*. Ketika pengguna merasa puas dengan pengalaman penggunaan layanan, baik dari segi kemudahan, keamanan, maupun kualitas layanan, mereka cenderung lebih termotivasi untuk terus menggunakan layanan tersebut. Kepuasan pengguna mencerminkan tingkat keberhasilan penyedia layanan dalam memenuhi ekspektasi pengguna. Pengalaman yang memuaskan

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

akan memperkuat loyalitas pengguna, membuat mereka cenderung untuk tetap menggunakan layanan tersebut di masa mendatang. Oleh karena itu, penyedia layanan perlu memprioritaskan upaya untuk memahami kebutuhan dan harapan pengguna, serta secara terus-menerus meningkatkan kualitas layanan mereka. Hal ini dapat meliputi pengembangan fitur yang lebih menarik, responsif terhadap masukan pengguna, dan layanan pelanggan yang efektif. Dengan fokus pada peningkatan kepuasan pengguna, penyedia layanan dapat memperkuat posisi mereka dalam industri layanan keuangan digital. Kepuasan pengguna tidak hanya menciptakan penggunaan yang berkelanjutan dari layanan *mobile banking*, tetapi juga membantu dalam menarik lebih banyak pengguna baru dan mempertahankan basis pengguna yang ada. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurdin (2021) bahwa kepuasan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Kesimpulan

Penelitian ini menguji pengaruh variabel kemudahan, keamanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Penelitian ini menggunakan sampel berupa pengguna *mobile banking* dan melakukan Analisa menggunakan metode kuantitatif. Secara umum penulisan menyimpulkan bahwa variabel kemudahan, keamanan, kepercayaan dan kepuasan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking* . Secara khusus dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

- 2.1 Variabel kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*.
- 2.2 Variabel keamanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *mobile banking*.
- 2.3 Variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*.
- 2.4 Variabel kepuasan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

## Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian ini saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

### 1. Pihak Lembaga Perbankan

Meningkatkan teknologi yang digunakan dalam perangkat *mobile banking* sehingga nasabah benar-benar mendapatkan keuntungan, serta bisa menjamin bahwa

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

informasi pribadi nasabah tidak akan digunakan oleh pihak ketiga, sehingga karyawan bank dapat berkomunikasi dengan baik dengan semua nasabah..

## 2. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat dikembangkan dengan menyempurnakan model penelitian dan menambah factor-faktor lain yang dapat memberikan pengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking* . Penambahan faktor lain seperti fitur yang lebih lengkap, mudah dan cepat yang dirasa bagi peneliti selanjutnya dapat dijadikan faktor yang berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

### **Keterbatasan Penelitian**

Dalam menyelesaikan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang dirasakan oleh penulis yaitu :

1. Penelitian hanya dilakukan dengan berdasar dari hasil kuesioner yang disebarkan oleh peneliti dimana hasil dari kuesioner ini tergantung pada responden yang menjawab pertanyaan ini.
2. Keterbatasan waktu dalam penelitian ini sehingga menghambat analisis atau pengumpulan data yang lebih komprehensif.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, & Wardhana. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah di Indonesia. *DeReMa Jurnal Manajemen*.
- Aina. (2015). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Keamanan terhadap Minat Menggunakan E-Banking pada Bank Umum Syariah. Skripsi.
- Chau, & Lai. (2003). Kemudahan penggunaan sistem. *An Empirical Investigation of The Determinants of User Acceptance of Internet Banking. Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*.
- Cheong, & Park. (2005). TAM. Diambil kembali dari <https://dewey.petra.ac.id/https://dewey.petra.ac.id/repository/jiunkpe/jiunkpe/s1/mbis/2018/jiunkpe-is-s1-2018-31414124-43420-millennial-chapter2.pdf>
- Davis, B. W. (1989). Technology Acceptance Model.
- Davis, Bagozzi, & Warshaw. (1989). *Technology Acceptance Model*. Diambil kembali dari <https://dspace.uui.ac.id/https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/17468/05.2%20bab%202.pdf?sequence=7>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 319-339.
- Gardner, & Amarso. (2004). *Persepsi Kemudahan Penggunaan*. Diambil kembali dari <http://repository.unmuhjember.ac.id/http://repository.unmuhjember.ac.id/4868/10/J.%20Artikel%20Ilmiah.pdf>
- Ghozali. (2013). Aplikasi Analisa Multivariat dengan Program SPSS. *Semarang: Universitas Diponegoro*.
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS19. *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. *Badan Penerbit Univesitas Diponegoro*.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25.
- Ghozali. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. *Badan Penerbit Univesitas Diponegoro*.
- Indonesia, B. (2023). *Perbankan Digital*.



# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Indonesia, B. (2023, 7 5). *Bank Indonesia*. Diambil kembali dari Transaksi Digital Banking di Indonesia Tumbuh 158% dalam 5 Tahun Terakhir: <https://databoks.katadata.co.id/>
- Irahyani, R. D. (2021). Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Generasi Milenial Yang Menjadi Nasabah di Bank Konvensional. *Jurnal Ilmiah*.
- Jogiyanto. (2007). *TAM (Technology Acceptance Model)*. Diambil kembali dari <https://dspace.uui.ac.id/>:  
<https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/17468/05.2%20bab%202.pdf?sequence=7>
- Kotler, & Keller. (2009). Prinsip-prinsip Pemasaran. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lee. (2009). PENGARUH PERSEPSI KEAMANAN, KEGUNAAN DAN KEMUDAHAN NASABAH TERHADAP ADOPSI INTERNET BANKING, 2017. *Artikel Ilmiah*.
- Mayer, Davis, & Schoorman. (1995). An Integratif Model of Organizational Trust. *Academy of Management Review*, 709-734.
- Nawati. (2016). *UMY Repository*. Diambil kembali dari [repository.umy.ac.id](http://repository.umy.ac.id/):  
<http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/15310/G.%20BAB%20III.pdf?sequence=7&isAllowed=y>
- Nazar, & Syahrani. (2008). Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan, dan Pengalaman Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Secara Online. *Tesis*.
- Nurasalam. (2013). *UMY Repository*. Diambil kembali dari [repository.umy.ac.id](http://repository.umy.ac.id/):  
<http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/15310/G.%20BAB%20III.pdf?sequence=7&isAllowed=y>
- Pavlou, P.A. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International Journal of Electric Commerce*, 7(3), 101-134.
- Pranidana. (2011). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank BCA untuk menggunakan Klik-BCA. *Skripsi*.
- Rangkuti, F. (2013). Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Riswandi, & Budi Agus. (2005). Aspek Hukum Internet Banking.
- Rukhviyanti, & Arthana. (2015). Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile banking (M-Banking): Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory Of Planned Behavior (TPB). *Jurnal Informasi*.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Runiar, Rawski, Yang, & Johnson. (2014). *TAM*. Diambil kembali dari <https://dewey.petra.ac.id/>:  
<https://dewey.petra.ac.id/repository/jiunkpe/jiunkpe/s1/mbis/2018/jiunkpe-is-s1-2018-31414124-43420-millennial-chapter2.pdf>
- Sangadji. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Simons. (2020). *Prinsip Keamanan Informasi*. Diambil kembali dari <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/>:  
<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-rsk/baca-artikel/13120/Keamanan-Informasi.html>
- Sugiyono. (2009). *Pengertian sampel*. Diambil kembali dari [eprints.undip.ac.id/43009/1/08\\_AMANULLAH.pdf](http://eprints.undip.ac.id/43009/1/08_AMANULLAH.pdf)
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D)*
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian*, Diambil kembali dari <http://repository.stei.ac.id/9350/4/BAB%20III.pdf>
- Suh, & Han. (2002). Pengaruh kepercayaan terhadap penerimaan nasabah terhadap Internet banking. *Penelitian dan Penerapan Perdagangan Elektronik*, 247-263.