



# Pengaruh Kemudahan dan Manfaat Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* di BSI KCP Banyuwangi S.Parman

Selshabila Agustina<sup>1</sup>, Su'ud Wahedi<sup>2</sup>, Abd. Hafid Ali<sup>3</sup>, Faiz Zainuddin<sup>4</sup>

Akuntansi Syariah, Universitas Ibrahimy, Situbondo

[suudwahedi@gmail.com](mailto:suudwahedi@gmail.com), [abdhafidhali@gmail.com](mailto:abdhafidhali@gmail.com), [faizzainuddin130587@gmail.com](mailto:faizzainuddin130587@gmail.com)

## Info Artikel

**Sejarah Artikel:**

Diterima: 26-10-2024

Disetujui: 02-12-2024

Diterbitkan: 02-02-2025

**Kata Kunci:**

*Kemudahan, manfaat dan minat nasabah menggunakan mobile banking*

## ABSTRAK

Dalam industri perbankan, penggunaan teknologi informasi (*mobile banking*) merupakan salah satu bentuk layanan yang dilakukan dengan tujuan untuk mempermudah nasabah melakukan transaksi keuangan. Layanan yang baik akan membentuk sikap positif nasabah terhadap Perusahaan dan niat untuk tetap menggunakan jasa layanan jasa perbankan yang bersangkutan. Mobile Banking secara umum adalah saluran distribusi bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui ponsel atau *general package radio service* (gprs) dengan sarana telepon seluler (ponsel). Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kemudahan memiliki nilai signifikan yaitu 0,003 dan t hitung sebesar 3,227 lebih besar dari t tabel 2,048 maka variabel kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dan variabel manfaat dengan nilai signifikan 0,017 dengan nilai t hitung sebesar 3,227 lebih besar dari t tabel 2,048 maka variabel manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

## ABSTRACT

**Keywords:**

*Convenience, benefits and customer interest in using mobile banking*

In the banking industry, the use of information technology (mobile banking) is one form of service that is carried out with the aim of making it easier for customers to make financial transaction. Good service will form a positive attitude of customers towards the company and the intention to continue using the banking services concerned. Mobile Banking in general is a bank distribution channel to access accounts owned by customers via mobile phones or general package radio service (gprs) with mobile phone facilities (cellphones). The test results show that the convenience variable has a significant value of 0,003 and a calculated t of 2,227 is greater than the t table of 2,048, so the convenience variable does not have a significant effect on customer interest and the benefit variable with a significant value of 0,017 with a calculated t value of 3,227 is greater than the t table of 2,048, so the benefit variable has a significant effect on customer interest.



©2022 Penulis. Diterbitkan oleh Program Studi Akuntansi Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Universitas Ibrahimy, Indonesia. Akses aktikeler bersifat terbuka di bawah lisensi CC BY NC (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

## PENDAHULUAN

Indonesia memiliki fenomena yang menarik mengenai *mobile banking* saat ini. Nasabah sudah merasakan kenyamanan dengan layanan yang ada, layanan perbankan yang dikenal dengan istilah E-banking memungkinkan nasabah untuk mendapatkan informasi dan menyelesaikan berbagai urusan perbankan secara cepat, mudah dan tanpa batas tempat dan waktu. Kemajuan dan perkembangan teknologi informasi yang pesat telah mempengaruhi industry perbankan, perusahaan yang ingin maju dan berkembang harus memiliki



keunggulan kompetitif antara lain adalah dengan mengdopsi fasilitas teknologi informasi dan memberikan layanan kepada nasabah.<sup>1</sup>

Dalam industri perbankan, penggunaan teknologi informasi (*mobile banking*) merupakan salah satu bentuk layanan dilakukan dengan tujuan untuk mempermudah nasabah melakukan transaksi keuangan (perbankan). Layanan yang baik akan membentuk sikap positif nasabah terhadap perusahaan dan niat untuk tetap menggunakan jasa layanan jasa perbankan yang bersangkutan. Mobile Banking secara umum adalah saluran distribusi bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui teknologi penyampaian data melalui ponsel atau *general package radio service* (gprs) dengan sarana telepon seluler (ponsel).<sup>2</sup>

Mobile Banking diartikan sebagai fasilitas bagi nasabah bank untuk dapat melakukan aktifitas perbankan mereka secara lebih leluasa, dimana saja, kapan saja dan tanpa harus secara fisik mengunjungi bank tersebut. Manfaat mobile banking dapat digunakan untuk transaksi-transaksi pemindah buku sesama bank, transfer antar bank, informasi saldo, mutasi rekening hingga transaksi<sup>3</sup>

Teknologi membuat segala sesuatu menjadi lebih praktis dan mudah untuk dilakukan, sehingga pekerjaan manusia yang sebelumnya sulit untuk dikerjakan, bisa teralisasi dengan mudah, cepat dan efisien. Salah satu contoh teknologi yang sering digunakan adalah internet. Kehadiran teknologi internet tidak hanya untuk mencari informasi saja, tetapi juga untuk transaksi bisnis yang disebut *E-Commerce*.

Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi didunia perbankan relatif lebih maju dibandingkan sektor lainnya. Berbagai jenis teknologi diantaranya Anjungan Tunai Mandiri atau dalam bahasa inggris *Automated Teller Machine* (ATM), *Banking Application System*, *Real Time Gross Settlement System*, Sistem Kliring Elektronik dan *Internet Banking*. *Mobile Banking* merupakan layanan perbankan yang berfungsi untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan tanpa perlu datang ke bank atau ATM kecuali penarikan cash. Keunggulan *mobile banking* yaitu nasabah dapat melakukan transaksi dimana saja kapan saja tanpa dibatasi waktu. Layanan pada *mobile banking* meliputi: transaksi finansial, transaksi non finansial, transfer dana, cek saldo dan pembayaran tagihan yang dilakukan lewat telepon seluler.<sup>4</sup>

## KAJIAN TEORI

### 1. Teori Kemudahan

Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan penggunaan

<sup>1</sup> Eka Vidiaz, *Internet Banking di Indonesia* (Jakarta: Gresindo, 2014), h 8.

<sup>2</sup> Hasibua dan Malayu SP, *Dasar-dasar Perbankan* (Jakarta: Pustaka Media, 2016), h. 187-189

<sup>3</sup> Ibid, h 187-189

<sup>4</sup> Edwar. “*Mobile Banking Berbasiskan Android Untuk Mendukung Pengembangan E-Commerce 2015*”. h, 2.



dipresepsikan sebagai Tingkat keyakinan seseorang bahwa dalam menggunakan sistem tertentu tidak diperlukan usaha yang keras. Meskipun usaha menurut orang berbeda-beda tetapi pada umumnya yang menghindari penolakan dari pengguna sistem atas sistem yang dikembangkan, maka sistem harus mudah diaplikasikan oleh pengguna tanpa mengeluarkan usaha yang memberatkan, itenitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Davis menyatakan bahwa kegunaan produk merupakan derajat kepercayaan konsumen atau presepsi pelanggan dalam menggunakan produk tertentu, maka relative tidak mengeluarkan usaha yang berat. Apabila konsumen menganggap suatu produk mudah digunakan, maka akan merasakan kegunaan produk itu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.<sup>5</sup>

Perencanaan pajak adalah proses mengorganisasikan usaha wajib pajak atau kelompok wajib sedemikian rupa sehingga utang pajaknya dalam jumlah minimum, baik pajak penghasilan maupun pajak-pajak lainnya, berada dalam posisi yang paling nominal, sepanjang hal ini dimungkinkan baik oleh ketentuan perundang – undangan perpajakan maupun secara komersial.<sup>6</sup>

Suatu perencanaan pajak yang tepat akan menghasilkan beban pajak yang minimal yang merupakan hasil dari perbuatan penghematan pajak dan atau penghindaran pajak yang dapat di terima oleh fiskus dan sama sekali bukan karena penyelundupan pajak yang tidak dapat di terima oleh fiskus dan tidak akan ditolerir. Dengan kata lain perencanaan pajak adalah perbuatan yang sifatnya mengurangi beban pajak secara legal dan bukan mengurangi kesanggupan memenuhi kewajiban perpajakan melunasi utang – utang pajaknya.<sup>7</sup>

## 2. Teori Manfaat

Manfaat yaitu tingkat dimana seseorang berfikir bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Manfaat yang diyakini individu dapat diperoleh apabila menggunakan teknologi informasi. Persepsi terhadap manfaat adalah yang diyakini individu dapat diperolehnya apabila menggunakan teknologi informasi.<sup>8</sup>

Menurut Davis dan Adam et.al dalam Anisa Triningsih mendefinisikan kemanfaatan (usefulness) sebagai tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan prestasi orang tersebut. Menurut Chin dan Todd dalam Anisa Triningsih pemanfaatan dapat dibagi kedalam dua kategori, yaitu pemanfaatan dengan estimasi satu faktor dan pemanfaatan dengan estimasi dua faktor (kemanfaatan dan efektifitas). Pemanfaatan dengan estimasi dua faktor oleh Chin dan

<sup>5</sup> Davis. *Preived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Tecnology*. MS Quartely, (Online) Vol. 13.

<sup>6</sup> Suandi, "Perencanaan Pajak 6 th Ed ", (Selamba Empat : Yogyakarta 2016), 25.

<sup>7</sup> Sumarsam, "Pengaruh Perencanaan Pajak Dan Beban Pajak Tangguhan Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei)", (Skripsi- Univerisita Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan 2015), 2.

<sup>8</sup> Ibid, 320



Todd dalam Anisa Triningsih dibagi menjadi dua kategori lagi yaitu kemanfaatan dan efektifitas.

### 3. Minat Nasabah

Minat adalah bagian dari komponen prilaku dalam sikap mengkonsumsi. Minat dapat di definisikan sebagai kemungkinan bila penggunaan mau menggunakan suatu produk. Minat berhubungan dengan suatu yang menguntungkan dan dapat menimbulkan kepuasan bagi dirinya. Kesenangan merupakan minat yang sifatnya sementara. Adapun minat bersifat tetap (*persistent*) dan nada unsur memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan. Semakin sering minat diekspresikan dalam kegiatan akan semakin kuat minat tersebut, sebaliknya minat akan menjadi pupus kalau tidak ada kesempatan untuk mengekspresikannya.<sup>9</sup>

## METODE PENELITIAN

Penelitian kuantitatif ini dilakukan di BSI KCP Banyuwangi S.parman. Data penelitian yang diperoleh dengan sumber data *field research* (penelitian lapangan). Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi.

Teknik analisis data menggunakan Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis sebagai berikut:



## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Uji Instrumen

<sup>9</sup> Yudrik Jahja, Psikologi Perkembangan (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011). h. 63



Dalam penelitian ini maka perlu adanya uji instrumen dengan uji validitas dan reliabilitas untuk menjaring data primer yang diambil langsung dari responden. Hasil uji validitas dan reabilitas adalah sebagai berikut:

#### a. Uji Validitas

Uji validitas instrumen diperlukan untuk memastikan bahwa pertanyaan/pertanyaan yang terdapat dalam instrumen benar-benar menggambarkan variabel yang diukur. Uji validitas dengan menggunakan SPSS 16.0 diperoleh hasil uji validitas kuesioner dengan taraf signifikan 5% sebagaimana rekapitulasi kuesioner hasil uji coba dilihat dibawah ini.<sup>10</sup>

Tabel Hasil Uji Validitas

Variable (X1)	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keputusan
KL	0,811**	0.2960	Valid
	0,792**	0.2960	Valid
	0,689**	0.2960	Valid

Variable (X2)	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keputusan
ML	0,801	0.2960	Valid
	0,909	0.2960	Valid
	0,723	0.2960	Valid

variable	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keputusan
MN	0,833	0.2960	Valid

<sup>10</sup> Imam Ghazali, *Apakah Analisis Multivarite Dengan Program SPSS*. (Semarang: Bp Urip,2005), 8.



	0,873	0.2960	Valid
	0,715	0.2960	Valid

### b. Uji Reliabilitas

Setelah melakukan uji validitas kueioner, maka kuesioner tersebut diuji reliabilitasnya. Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan kestabilan dalam mengukur. Kestabilan disini berarti kuesioner tersebut konsisten jika digunakan untuk mengukur konsep dari suatu kondisi ke kondisi lain. Uji ini dilakukan dengan cara membandingkan angka *cronbach alpha*, dengan ketentuan nilai *cronbach alpha* minimal 0,5. Artinya kuesioner dikatakan reliabel apabila nilai *alpha cronbach* lebih besar dari 0,5. Berikut ini hasil output SPSS.16.

Hasil Uji X1

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha		N of Items
.633		3

Hasil Uji X2

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha		N of Items
.744		3

Hasil Uji Y

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.732	3

**2. Hasil Uji Asumsi Klasik**

Berikut ini merupakan hasil dari uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

**a. Uji Normalitas**

Uji ini dilakukan untuk mengetahui normal atau tidaknya distribusi data yang ada pada penelitian ini. Uji normalitas yang pertama pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov (KS). Hasil dari uji normalitas pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel Hasil Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.30921547
Most Extreme Differences	Absolute	.137
	Positive	.127
	Negative	-.137
Kolmogorov-Smirnov Z		.751
Asymp. Sig. (2-tailed)		.626



Hasil uji normalitas data dengan menggunakan uji K-S menunjukkan bahwa nilai signifikan yang dimiliki adalah lebih besar dari 0,05 yaitu 0,626. Dengan demikian, hasil uji normalitas data menunjukkan bahwa data memiliki distribusi yang normal.

#### b. Uji Multikolinieritas

Deteksi multikolinieritas dapat ditentukan dari nilai *tolerance* dan VIF.

Model regresi dapat dikatakan bebas dari multikolinieritas ketika nilai *tolerance*  $\geq 0,1$  dan  $VIF \leq 10$ .

Tabel Hasil Uji Multikolinieritas

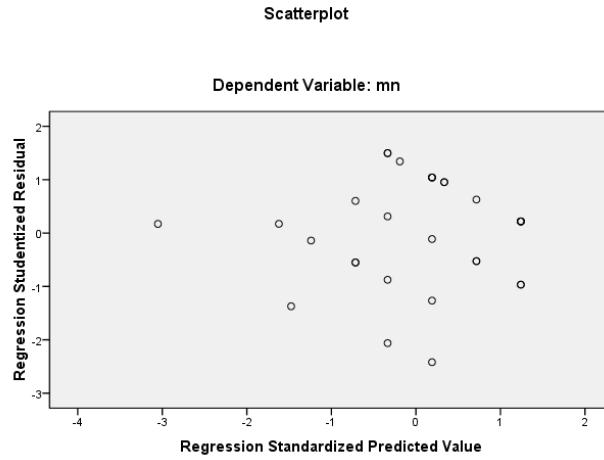
Model	t	Sig.	Collinearity Statistics	
			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.687	.498		
kl	3.227	.003	1.000	1.000
ml	2.536	.017	1.000	1.000

Dari tabel diatas menunjukkan hasil uji multikolinieritas bahwa sebuah variabel memiliki nilai *Tolerance*  $\geq 0,1$  dan  $VIF \leq 10$ . Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini dilakukan dengan menggunakan scatter plot. Hasil uji heteroskedastisits dari penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu untuk variabel

dependen nilai perusahaan dan variabel dependen kinerja keuangan. Adapun hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas diatas menunjukkan bahwa gambar scatterplot memberikan gambar titik-titik yang menyebar dan tidak berbentuk. Dengan demikian, hasil uji scatterplot menunjukkan bahwa pada persamaan regresi tidak terjadi heteroskedastisitas

### 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel Hasil Uji Regresi Linier Berganda



Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat koefisien untuk persamaan regresi berganda pada penelitian pada berikut ini:

- 1) Nilai koefisien kemudahan  $X_1$  sebesar 0,620 menunjukkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking.
- 2) Nilai koefisien manfaat  $X_2$  sebesar 0,359 menunjukkan bahwa variabel manfaat berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking

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

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	1.992	2.901		.687	.498
kl	.620	.192	.486	3.227	.003
ml	.359	.142	.382	2.536	.017

a. Dependent Variable: mn

Dari persamaan regresi berganda tersebut menunjukkan bahwa variabel kemudahan adalah variabel yang paling mempengaruhi secara signifikan yaitu sebesar 0,620

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji Parsial (Uji t)

Tabel Hasil Uji Parsial

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



Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.992	2.901		.687	.498
kl	.620	.192	.486	3.227	.003
ml	.359	.142	.382	2.536	.017

a. Dependent Variable: mn

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dijelaskan:

#### ANOVA<sup>b</sup>

engaruh Kemudahan Terhadap Besarnya Transaksi Nasabah

Kerena nilai  $t_{hitung} = 3,227 > t_{tabel} = 2,048$  atau nilai sig = 0,003 < 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya kemudahan layanan ( $X_1$ ) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat nasabah (Y) atau hipotesis yang diajukan yaitu tidak berpengaruh secara signifikan.

#### 2) Pengaruh Manfaat Terhadap Besarnya Transaksi Nasabah

Kerena nilai  $t_{hitung} = 2,536 > t_{tabel} = 2,048$  atau nilai sig 0,17 > 0,05, maka  $H_0$  diterima dan  $H_2$  ditolak. Artinya manfaat layanan ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap besarnya transaksi (Y).

#### b. Uji F

#### Tabel Hasil Uji Simultan (F)



Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1      Regression	13.573	2	6.787	8.565	.001 <sup>a</sup>
Residual	21.394	27	.792		
Total	34.967	29			

a. Predictors: (Constant), ml, kl

b. Dependent Variable: mn

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.11 diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa kemudahan dan manfaat secara simultan (bersama-sama) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna.

### c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.623 <sup>a</sup>	.388	.343	.89014

a. Predictors: (Constant), ml, kl

Berdasarkan Tabel 4.12 dari hasil uji determinasi yang tampak pada tabel diatas, besarnya koefisien determinasi atau adjusted  $R^2$  adalah 0,388



artinya terdapat hubungan yang kuat antara variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai  $R^2 = 38,8\%$  variabel minat dipengaruhi oleh kemudahan dan manfaat, sedangkan sisanya (100% - 38,8%) adalah 61,2% dipengaruhi variabel lain diluar persamaan tersebut.

## **PEMBAHASAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kemudahan dan manfaat layanan mobile banking terhadap besarnya transaksi nasabah di BSI KCP Banyuwangi S.parman

**1. Pengaruh kemudahan layanan *mobile banking* terhadap besarnya transaksi nasabah di BSI KCP Banyuwangi S. Parman**

Berdasarkan rumusan masalah pertama yaitu, pengaruh kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking, pengujian terhadap hipotesis pertama dilakukan dengan menggunakan uji parsial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kemudahan pengguna tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking.

Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi yaitu 0,003 artinya kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Sementara itu T hitung nya sebesar 3,227 lebih besar dari T tabel 2,048 sehingga bahwa variabel kemudahan mempunyai kontribusi terhadap minat nasabah.<sup>11</sup>

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mia Ulfatun Nadlifah, hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa berdasarkan uji t variabel persepsi kemudahan sistem diperoleh nilai t hitung sebesar 1,404 sedangkan nilai t tabel 1,637 dan nilai sig 0,166. Dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung 1,404 < t tabel 1,637 dan sig 0,166 > 0,05 maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak. Maka secara parsial tidak ada pengaruh signifikan antara persepsi kemudahan sistem dengan sikap positif mahasiswa prodi ekonomi syariah UINSA angkatan 2014 – 2016 dalam menggunakan layanan mobile banking bank syariah.

**2. Pengaruh manfaat layanan *mobile banking* terhadap besarnya transaksi nasabah di BSI KCP Banyuwangi S. Parman**



Berdasarkan rumusan masalah kedua yaitu, pengaruh manfaat terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking, pengujian terhadap hipotesis kedua dilakukan dengan menggunakan uji parsial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi yaitu 0,017 artinya manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Sementara itu T hitung nya sebesar 2,536 lebih besar dari t tabel nya 2,048 sehingga bahwa X<sup>2</sup> mempunyai kontribusi terhadap variabel minat nasabah.<sup>12</sup>

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Elsandro Yoga Pranantha. Hasil dari penelitiannya berdasarkan hasil uji regresi linier berganda dan uji t didapatkan hasil bahwasanya variabel kualitas layanan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,331, hal ini menunjukkan bahwa nilai memiliki arah positif. Sementara untuk uji t didapatkan hasil bahwa nilai sig variabel kualitas layanan sebesar 0,001 yang menandakan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

### **3. Pengaruh kemudahan dan manfaat terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking**

Berdasarkan rumusan masalah ketiga yaitu, pengaruh kemudahan dan manfaat terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking, pengujian terhadap hipotesis ketiga dilakukan dengan menggunakan uji simultan dan uji determinasi untuk melihat seberapa pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen.

Berdasarkan hasil uji F dapat diketahui bahwa nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa kemudahan dan manfaat secara simultan (bersama-sama) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

Berdasarkan dengan hasil uji determinasi yang tampak pada tabel diatas, besarnya koefisien determinasi atau adjusted R<sup>2</sup> adalah 0,388 artinya terdapat hubungan yang kuat antara variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R<sup>2</sup> 38,8% variabel minat nasabah dipengaruhi oleh kemudahan dan manfaat, sedangkan sisanya (100% - 38,8%) adalah 6,12 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan tersebut.

## **KESIMPULAN**

1. Berdasarkan hasil analisis bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kemudahan pengguna tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi yaitu 0,003 artinya kemudahan pengguna tidak



berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Sementara itu t hitung nya sebesar 3,277 lebih besar dari t tabel 2,048 sehingga bahwa variabel kemudahan pengguna mempunyai kontribusi terhadap minat nasabah.

2. Berdasarkan hasil analisis bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel manfaat berpengaruh terhadap minat nasabah. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan yaitu 0,783 artinya manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. sementara t hitung sebesar 0,17 lebih kecil dari t tabel nya 2,048 sehingga bahwa variabel  $X^2$  tidak mempunyai kontribusi terhadap variabel minat nasabah.
3. Berdasarkan dari hasil uji determinasi yang tampak pada tabel diatas, besarnya koefisien determinasi atau adjusted  $R^2$  adalah 0,388 artinya terdapat hubungan yang kuat antara variabel independent terhadap variabel dependen. Nilai  $R^2$  38,8% variabel minat nasabah di pengaruhi oleh kemudahan dan manfaat, sedangkan sisanya (100% - 38,8%) adalah 61,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan tersebut
4. Berdasarkan hasil uji F dapat diketahui bahwa nilai signifikansi ( $0,001 < 0,05$ ) maka dapat disimpulkan bahwa kemudahan pengguna dan manfaat secara simultan (bersama-sama) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

## DAFTAR PUSTAKA

Eka Vidiaz, Internet Banking di Indonesia (Jakarta: Gresindo, 2014)

Hasibua dan Malayu SP, *Dasar-dasar Perbankan* (Jakarta: Pustaka Media, 2016)

Ibid, h 187-189

Edwar. "Mobile Banking Berbasiskan Android Untuk Mendukung Pengembangan E-Commerce 2015"

Davis. Preived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Tecnology. MS Quartely, (Online) Vol. 13.

Suandi, "Perencanaan Pajak 6 th Ed ", (Selamba Empat : Yogyakarta 2016)

Sumarsam, "Pengaruh Perencanaan Pajak Dan Beban Pajak Tangguhan Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) ", (Skripsi- Unuversita Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan 2015)

Ibid, 320

Yudrik Jahja, Psikologi Perkembangan (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011).



Imam Ghozali, Apakah Analisis Multivarite Dengan Program SPSS. (Semarang: Bp Udit,2005).