

Pengaruh Efisiensi, Keamanan, Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada Nasabah BCA Kabupaten Tangerang)

**Galih Ananda Firman¹, Putri², Nani Yunani³, Rika Apriani⁴,
Wahyu Wibowo⁵, Karnawi Kamar⁶**

Email: galih.firman@mahasiswa.unipem.ac.id¹, putri@mahasiswa.unipem.ac.id²,
nani.yunani@mahasiswa.unipem.ac.id³, rika.apriani@mahasiswa.unipem.ac.id⁴,
wahyu.wibowo@mahasiswa.unipem.ac.id⁵, karnawistmik@gmail.com⁶

¹⁻⁶ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Insan Pembangunan Indonesia

Abstract

In this modern era, technology is developing so rapidly, Banking in Indonesia is competing in developing technology, and one of the applications used to conduct banking transactions is mobile banking. This study aims to analyze the effect of efficiency, security, convenience and trust on the interest in using BCA mobile banking and to find out which variables are the most dominant on the interest in using. The analysis method in this study uses primary data, the test stages carried out are: validity test, reliability, normality, heteroscedasticity, multicollinearity, multiple linear regression, coefficient of determination, F test and T test. The data used in this study used a questionnaire instrument and valid data that was successfully collected as many as 102 respondents. The results of this study indicate that the T count value on the efficiency variable (X1) is 0.715 with a significance value of 0.477. meaning H1 is rejected. So it can be concluded that efficiency (X1) does not affect the interest in using (Y). The T count obtained on the security variable (X2) is -0.146 with a significance value of 0.884. meaning H2 is rejected. So it can be concluded that security (X2) does not affect the interest in using (Y). The T-count value obtained for the convenience variable (X3) is 3.601 with a significance value of 0.001. which means H3 is accepted. So it can be concluded that convenience (X3) affects the interest in using (Y). The T-count value obtained for the trust variable (X4) is 2.981 with a significance value of 0.004. meaning H4 is accepted. So it can be concluded that trust (X4) affects the interest in using (Y). The convenience variable is 0.362 with a significance value of 0.001. This means that the interest in using variable is more dominantly influenced by the convenience variable (X3) compared to other variables.

Keywords: *Efficiency, Security, Convenience, Trust, Interest in Using*

Abstrak

Pada era yang modern ini teknologi berkembang begitu pesat, Perbankan di Indonesia berlomba-lomba dalam mengembangkan teknologi, dan salah satu aplikasi yang digunakan untuk melakukan transaksi perbankan adalah *mobile banking*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh efisiensi, keamanan, kemudahan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan *mobile banking* BCA serta untuk mengetahui variabel mana yang paling dominan terhadap minat menggunakan. Metode analisis pada penelitian ini menggunakan data primer, tahap uji yang dilakukan adalah: uji validitas, reliabilitas, normalitas, heteroskedastisitas, multikolinieritas, regresi linear berganda, koefisien determinasi, uji F dan uji T. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner dan data valid yang berhasil dikumpulkan sebanyak 102 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai Thitung pada variabel efisiensi (X1) sebesar 0,715 dengan nilai signifikansi sebesar 0,477. berarti H1 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa efisiensi (X1) tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan (Y). Diperoleh Thitung pada variabel keamanan (X2) sebesar - 0,146 dengan nilai signifikansi sebesar 0,884. berarti H2 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa keamanan (X2) tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan (Y). Diperoleh nilai Thitung pada

variabel kemudahan (X3) sebesar 3,601 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001. yang berarti H3 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa kemudahan (X3) berpengaruh terhadap minat menggunakan (Y). Diperoleh nilai Thitung pada variabel kepercayaan (X4) sebesar 2,981 dengan nilai signifikansi sebesar 0,004. berarti H4 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepercayaan (X4) berpengaruh terhadap minat menggunakan (Y). Variabel kemudahan yaitu sebesar 0,362 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001. Artinya, variabel minat menggunakan lebih dominan dipengaruhi oleh variabel kemudahan (X3) dibandingkan dengan variabel lainnya.

Kata Kunci: Efisiensi, Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan, Minat Menggunakan

PENDAHULUAN

Pada era yang modern ini teknologi berkembang begitu pesat, terutama dibidang teknologi informasi, telekomunikasi, dan internet, dari bidang tersebut telah mendorong munculnya aplikasi bisnis berbasis internet, termasuk industri perbankan. Perbankan di Indonesia berlomba-lomba dalam mengembangkan teknologi, dan salah satu aplikasi yang digunakan untuk melakukan transaksi perbankan adalah *mobile banking*. Kemajuan teknologi ini memungkinkan nasabah untuk menyelesaikan transaksi dari mana saja tanpa harus mengantri panjang untuk menyelesaikan transaksi, dengan tingkat teknologi saat ini yang lebih dikenal dengan *Mobile banking* atau *M-Banking*.

Mobile banking adalah fasilitas perbankan modern yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan yang termasuk dalam *mobile banking* meliputi pembayaran, pengiriman uang, dan riwayat. Layanan *mobile banking* pada *handphone* memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan tanpa batasan ruang dan waktu. Layanan *mobile banking* diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi nasabah untuk memiliki akses ke *bank* tanpa harus datang langsung ke *bank* (Hanif, wahyu dan alfi, 2017).

Menurut Widjana (2010) kemudahan penggunaan adalah keyakinan individu bahwa menggunakan suatu sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan banyak usaha untuk menggunakannya. efisien serta dapat mengurangi waktu nasa menunggu untuk menyelesaikan setiap transaksi. Menurut Mahmudi (2019), Efisiensi merupakan perbandingan antara *output* dengan *input*. Suatu organisasi melakukan program atau kegiatan dikatakan efisien apabila mampu memperoleh *output* yang maksimal dengan *input* yang minimal atau mendapatkan hasil yang memuaskan dengan cara kerja yang sangat mudah dan sederhana. Menurut Mahardika (2011) keamanan adalah kemampuan untuk melindungi informasi *internet banking* dari ancaman dan penyalahgunaan rekening nasabah. Menurut Lee (2009) keamanan adalah faktor penting dalam layanan *internet banking* yang dapat meningkatkan kepercayaan nasabah untuk terus menggunakannya. Semakin tinggi tingkat keamanan yang diberikan perusahaan terhadap konsumen/nasabah yang menggunakan *mobile banking*, sehingga nasabah akan semakin berminat untuk bertransaksi menggunakan layanan yang diberikan. Menurut Kotler dan Keller (2016) kepercayaan adalah kesediaan pihak perusahaan untuk mengandalkan mitra bisnis. Kepercayaan tergantung pada sejumlah faktor interpersonal dan antar organisasi, seperti kompetensi perusahaan, integritas, kejujuran dan kebaikan. Menurut Anoraga (2011) minat merupakan kesukaan atau kesenangan (kecenderungan hati) kepada sesuatu yang dianggap menarik.

Tabel 1. TOP Brand *Mobile Banking* Tahun 2022

Brand	TBI 2022	
M-BCA	47.4%	TOP
BRI <i>Mobile</i>	19.4%	TOP
M- <i>Banking</i> Mandiri	12.9%	TOP
BNI <i>Mobile</i>	11.2%	
CIMB Niaga <i>Mobile</i>	3.8%	

Sumber: topbrand-award, 2022

Tabel 1, dapat dilihat bahwa *BCA Mobile* menempatkan posisi pertama pada aplikasi layanan perbankan pilihan nasabah dengan persentase sebesar 47.4%. Posisi kedua ditempatkan oleh *BRI Mobile* dengan persentase sebesar 19.4%. Posisi ketiga ditempatkan oleh *M-Banking* Mandiri dengan persentasi sebesar 12.9%. Posisi keempat ditempatkan oleh *BNI Mobile* dengan persentase sebesar 11.2%. dan posisi kelima ditempatkan oleh *CIMB Niaga Mobile* dengan persentase sebesar 3.8%. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat mayoritas memilih menggunakan *BCA Mobile* dibandingkan dengan aplikasi *mobile banking* lainnya.

Tabel 2. Kantor Cabang BCA di Kabupaten Tangerang

No.	Wilayah
1.	BCA KCP Citra Raya
2.	BCA KCP Cikupa
3.	BCA KCP Kutabumi
4.	BCA KCP Supermall Karawaci
5.	BCA KCP Borobudur
6.	BCA KCP KAS Sepatan
7.	BCA KCP Teluk Naga
8.	BCA KCP KAS Rajeg

Sumber: Google Maps, Data Peta 2025

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Perbankan

Menurut Kasmir (2016) menyatakan *Bank* adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya

kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa Bank lainnya.

Pengertian Mobile Banking

Mobile Banking menurut Hutabarat (2010), *Mobile banking* adalah sebuah fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti *smartphone* dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM kecuali mengambil uang *cash*.

Pengertian Efisiensi

Menurut Soekartawi (2016), pada prinsipnya efisien adalah kemampuan menjalankan tugas dengan baik dan benar dengan tidak membuang waktu, tenaga dan biaya.

Pengertian Keamanan

Menurut Raman (2016), keamanan dapat diartikan sebagai kepercayaan konsumen bahwa informasi pribadi mereka tidak dapat dilihat oleh pihak lain kecuali dirinya sendiri.

Pengertian Kemudahan

Menurut Lu (2018) kemudahan penggunaan berdasarkan bahasa inggrisnya adalah “*ease of use*” yang berarti suatu ukuran keyakinan penggunaan suatu teknologi tertentu bahwa dengan menggunakan suatu teknologi dapat memberikan keleluasaan untuk tidak mengeluarkan usaha lebih.

Pengertian Kepercayaan

Menurut Kotler dan Keller (2016) kepercayaan adalah kesediaan pihak perusahaan untuk mengandalkan mitra bisnis. Kepercayaan tergantung pada sejumlah faktor interpersonal dan antar organisasi, seperti kompetensi perusahaan, integritas, kejujuran dan kebaikan.

Pengertian Minat

Menurut Darmadi (2017), pengertian dari minat merupakan suatu keadaan seseorang yang memiliki perhatian terhadap sesuatu dan adanya keinginan untuk mengetahui serta mempelajari maupun membuktikannya lebih lanjut. Minat timbul karena adanya perhatian mendalam terhadap suatu objek, di mana perhatian tersebut menimbulkan keinginan untuk mengetahui, mempelajari serta membuktikan lebih lanjut. Hal itu membuktikan bahwa dalam minat selain perhatian juga terkandung suatu usaha untuk mendapatkan sesuatu dari objek minat tersebut.

Model Penelitian

Berdasarkan landasan teori di atas maka dapat disajikan model penelitian untuk menggambarkan hubungan dari variabel independen yaitu Efisien (X1), Keamanan (X2), Kemudahan (X3) dan Kepercayaan (X4) terhadap variabel dependen yaitu Minat Menggunakan (Y).

Hipotesis Penelitian

Hubungan Efisiensi dengan Minat Menggunakan

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya dari mukhtisar (2021) didapatkan hasil

bahwa efisiensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Menurut Dima (2017), menyatakan bahwa efisiensi merupakan suatu cara dengan bentuk usaha yang dilakukan dalam menjalankan sesuatu dengan baik dan tepat serta meminimalisir pemborosan dari segi waktu, tenaga, dan biaya. Konsumen akan menggunakan suatu teknologi ketika konsumen tersebut menemukan kemudahan terhadap teknologi tersebut atau yang dianggapnya mudah dan cepat. Hipotesis dalam penelitian ini adalah H1: efisiensi berpengaruh terhadap minat menggunakan.

Hubungan Keamanan dengan Minat menggunakan

Berdasarkan hasil penelitian empiris dari Nur (2020) didapatkan hasil penelitian bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Menurut Raman (2016), keamanan dapat diartikan sebagai kepercayaan konsumen bahwa informasi pribadi mereka tidak dapat dilihat oleh pihak lain kecuali dirinya sendiri. Minat menggunakan akan dilakukan ketika konsumen sudah percaya terhadap keamanan suatu teknologi tersebut. Hipotesis dalam penelitian ini adalah H2: keamanan berpengaruh terhadap minat menggunakan.

Hubungan Kemudahan dengan Minat Menggunakan

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dari fernanda (2018) didapatkan hasil penelitian bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Menurut sebayang dan sembiring (2017) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan merupakan suatu keyakinan seseorang tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa yakin bahwa sistem tertentu mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang merasa yakin bahwa menggunakan sistem tertentu tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya. Dengan diberinya kemudahan dari sebuah teknologi para konsumen akan lebih mudah untuk menjelajahi fitur teknologi tersebut. Hipotesis dalam penelitian ini adalah H3: kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan.

Hubungan Kepercayaan dengan Minat Menggunakan

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya dari Nurdin (2021) didapatkan hasil penelitian bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Menurut Wiwid (2018) menyatakan bahwa membangun sebuah kepercayaan dalam hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan adalah menjadi faktor yang penting untuk menciptakan rasa aman, rasa saling percaya, dan loyalitas. Dengan adanya saling percaya antara perusahaan dan pelanggan, pelanggan juga akan sangat nyaman menggunakan suatu teknologi perusahaan tersebut. Hipotesis dalam penelitian ini adalah H4: kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan.

MODEL PENELITIAN

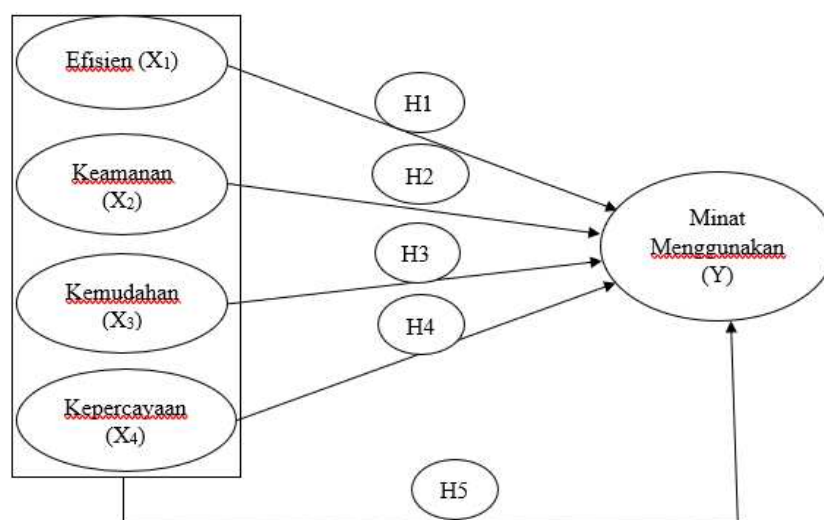
Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut sugiyono (2019), penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme atau data konkrit. Data merupakan informasi yang dibutuhkan dalam kegiatan penelitian, sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Bougi (2017) data primer adalah data yang dikumpulkan langsung

dari sumber data dengan cara melalui berbicara dengan mereka, mengamati peristiwa, orang dan objek atau dengan menyebarkan kuesioner kepada orang-orang. Data primer yang digunakan untuk penelitian ini berupa kuesioner. Data ini diperoleh dari pengguna *mobile banking* BCA.

Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah sintesa yang mencerminkan keterkaitan antara variabel yang diteliti dan merupakan tuntunan untuk memecahkan masalah penelitian serta merumuskan hipotesis penelitian yang berbentuk bagan alur yang dilengkapi penjelasan kualitatif.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Hipotesis

- X1 = Efisiensi Berpengaruh Terhadap Minat Menggunakan.
- X2 = Keamanan Berpengaruh Terhadap Minat Menggunakan.
- X3 = Kemudahan Berpengaruh Terhadap Minat Menggunakan.
- X4 = Kepercayaan Berpengaruh Terhadap Minat Menggunakan.
- X5 = Efisiensi, Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan Berpengaruh Secara SIMultan Terhadap Minat Menggunakan.

Variabel Penelitian

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat), adapun variabel independen dan dependen yang saya ajukan, sebagai berikut:

Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor* dan *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2019). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu: Efisiensi (X1), Keamanan(X2), Kemudahan(X3), dan

Kepercayaan(X4)

Variabel Dependen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria dan konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2019). Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu: Minat Menggunakan (Y).

Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini akan digunakan untuk memecahkan masalah yang ada sehingga data-data tersebut harus benar benar dapat dipercaya. Pada bab ini hanya dikemukakan pengumpulan data berdasarkan tekniknya, yaitu melalui wawancara, angket (kuesioner), dan observasi. Adapun teknik pengumpulan data yang diambil penulis, yaitu kuesioner. Menurut Sugiyono (2019), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Dalam penelitian ini skala pengukuran variabel yang digunakan adalah skala likert. Menurut Sugiyono (2019) skala likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi orang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Pernyataan dalam koesioner dibuat dengan menggunakan skala 1 – 5 untuk mewakili pendapat dari responden. 1. Sangat Setuju (SS) bernilai 5, 2. Setuju (S) bernilai 4, 3. Ragu/Netral (R/N) bernilai 3, 4. Tidak Setuju (TS) bernilai 2, 5. Sangat Tidak Setuju (STS) bernilai 1.

Populasi

Menurut Sugiyono (2019), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna *mobile banking* BCA di Kabupaten Tangerang. Dalam peneltian ini tidak seluruh populasi yang diambil, mengingat jumlah yang banyak dan belum tentu diketahui secara pasti. Oleh karena itu dalam penelitian ini digunakan sampel.

Sampel

Menurut sugiyono (2019), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling*, *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi, *sampling sistematis*, *kuota*, *aksidental*, *purposive*, *jenuh* dan *snowball*. Penelitian ini menggunakan *Insidental Sampling* sebagai metode pengambilan sampel besarnya jumlah sampel nasabah yang menggunakan layanan *mobile banking* BCA di Kabupaten Tangerang, digunakan rumus Rao Purba dalam Anisatun (2020):

$$n = \frac{z^2}{4 (Moe)^2}$$

Keterangan:

- n* = Jumlah sampel
Z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1,96
 Moe = *Margin of error* atau kesalahan maksimal yang bisa di toleransi, disini ditetapkan 10% atau 0,1

HASIL PENELITIAN

Uji Reliabilitas Dan Validitas

Uji reliabilitas ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kehandalan instrumen penelitian sehingga setiap butir kuesioner dapat dipercaya. Berdasarkan teori yang dikemukakan Ghozali (2018) suatu kuesioner dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha > 0,70 atau 70%. Adapun hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel, sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Sampel Uji Reliabilitas

Variabel	Pernyataan	Cronbach's Alpha	R Tabel	Keterangan
X1	Efisiensi	0.743	0.60	Reliabel
X2	Keamanan	0.861	0.60	Reliabel
X3	Kemudahan	0.861	0.60	Reliabel
X4	Kepercayaan	0.892	0.60	Reliabel
Y	Minat Menggunakan	0.777	0.60	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, diketahui bahwa semua variabel mempunyai nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari 0,60. Jadi dapat dikatakan bahwa semua konsep pengukuran variabel dalam penelitian ini adalah reliabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan adalah reliabel yang berarti kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal atau dapat dipercaya.

Setelah dilakukan uji reliabilitas dan didapatkan hasil bahwa semua variabel penelitian dapat dikatakan reliabel, maka selanjutnya dilakukan uji validitas. Uji validitas menggunakan cara mengkolerasikan masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk. Data tersebut dinyatakan valid jika hasil pada angka *Pearson Correlation* pada setiap indikator dimana angka tersebut signifikan pada level 0,05 (Ghozali, 2018). Adapun hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel, sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Sampel Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X1 (Efisiensi)	X1.1	0.679	0.360	Valid
	X1.2	0.852	0.360	Valid
	X1.3	0.634	0.360	Valid
	X1.4	0.609	0.360	Valid
	X1.5	0.823	0.360	Valid
X2 (Keamanan)	X2.1	0.754	0.360	Valid
	X2.2	0.805	0.360	Valid
	X2.3	0.695	0.360	Valid
	X2.4	0.889	0.360	Valid

	X2.5	0.879	0.360	Valid
X3 (Kemudahan)	X3.1	0.874	0.360	Valid
	X3.2	0.800	0.360	Valid
	X3.3	0.776	0.360	Valid
	X3.4	0.738	0.360	Valid
	X3.5	0.840	0.360	Valid
X4 (Kepercayaan)	X4.1	0.864	0.360	Valid
	X4.2	0.923	0.360	Valid
	X4.3	0.848	0.360	Valid
	X4.4	0.820	0.360	Valid
	X4.5	0.720	0.360	Valid
Y (Minat Menggunakan)	Y.1	0.668	0.360	Valid
	Y.2	0.661	0.360	Valid
	Y.3	0.746	0.360	Valid
	Y.4	0.807	0.360	Valid
	Y.5	0.816	0.360	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Dengan menggunakan jumlah responden awal sebanyak 30 responden, maka rtabel dapat diperoleh melalui *r productmoment pearson* dengan *df (degree of freedom) = n-2*, jadi $df = 30-2 = 28$, maka $rtabel = 0,360$. Butir pernyataan dikatakan valid jika nilai rhitung > rtabel, dapat dilihat dari *Corrected Item Total* Berdasarkan uji validitas yang dilakukan terhadap variabel efisiensi, keamanan, kemudahan dan kepercayaan. Keseluruhan pernyataan tersebut semua pernyataannya valid, karena memiliki rhitung > rtabel sehingga untuk memperoleh data selanjutnya, pernyataan - pernyataan yang valid dipakai dalam kuesioner.

Uji Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil uji dari regresi ini dapat dilihat pada tabel 4. sebagai berikut:

Tabel 6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	4.012	2.375		1.689	.094
EFISIENSI (X1)	.086	.120	.076	.715	.477
KEAMANAN (X2)	-.017	.115	-.015	-.146	.884
KEMUDAHAN (X3)	.409	.114	.362	3.601	.001
KEPERCAYAAN (X4)	.315	.106	.318	2.981	.004

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 6 diperoleh hasil persamaan regresi liner berganda sebagai berikut:

$$Y = 4,012 + 0,086X_1 - 0,017X_2 + 0,409X_3 + 0,315X_4 + e$$

Persamaan regresi diatas memperlihatkan hubungan antara variabel independent dengan variabel dependen secara parsial, dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai *constant*a sebesar 4,012 artinya jika variabel efisiensi (X₁), keamanan (X₂), kemudahan (X₃), dan kepercayaan (X₄) bernilai 0, maka minat menggunakan bernilai sebesar 4.012.

2. Nilai koefisien regresi variabel efisiensi (X_1) bernilai positif, yaitu sebesar 0,086. Artinya Efisiensi mengalami peningkatan maka minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* juga akan meningkat.
3. Nilai koefisien regresi variabel keamanan (X_2) bernilai negatif, yaitu sebesar -0,017. Artinya jika Keamanan mengalami peningkatan maka minat menggunakan layanan *mobile banking* menurun.
4. Nilai koefisien regresi variabel kemudahan (X_3) bernilai positif, yaitu sebesar 0,409. Artinya kemudahan mengalami peningkatan maka minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* juga akan meningkat.
5. Nilai koefisien regresi variabel kepercayaan (X_4) bernilai positif, yaitu sebesar 0,315. Artinya Kepercayaan mengalami peningkatan maka minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* juga akan meningkat.

Uji Koefisien Determinasi Berganda

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terkaitnya. Dalam perhitungan statistik ini nilai R^2 yang digunakan adalah Adjusted R Square.

Adjusted R Square adalah suatu indikator yang digunakan untuk mengetahui pengaruh penambahan suatu variabel independen ke dalam suatu persamaan regresi. Jika nilai Adjusted R Square bernilai besar berarti variabel bebas dapat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terkait. Sedangkan, jika nilai dari Adjusted R Square bernilai kecil maka berarti kemampuan dari variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas.

**Tabel 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2)
 Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.618 ^a	.382	.356		2.08904

a. Dependent Variabel: Minat Menggunakan

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 7 menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square atau Koefisien Determinasi yang di peroleh sebesar 0,356 atau sebesar 35,6%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel efisiensi, keamanan, kemudahan, dan kepercayaan mempunyai pengaruh terhadap minat menggunakan sebesar 35,6%. Sedangkan sisanya yaitu 64,4% dapat dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak termasuk ke dalam penelitian ini, yaitu kemanfaatan, kualitas layanan, risiko dan lain-lain.

Uji Hipotesis

Uji F

Uji ini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai probabilitas signifikan dengan standarisasi 0,05. Dengan syarat, yaitu:

1. Jika sig. < 0,05 = maka H_0 ditolak dan H_1 diterima
2. Jika sig. > 0,05 = maka H_1 ditolak dan H_0 diterima

Jika H_1 diterima secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Hasil uji F pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 8. Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	261.272	4	65.318	14.967	.000 ^b
	Residual	423.316	97	4.364		
	Total	684.588	101			

a. Dependent Variabel: Minat Menggunakan

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 8 hasil uji Anova di atas menunjukkan bahwa nilai Fhitung lebih besar dari nilai Ftabel yaitu sebesar Fhitung 14,967 > Ftabel 2,46 dan nilai probabilitasnya lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000 < 0,05, sehingga H0 ditolak dan H1 diterima. Sehingga menunjukkan bahwa variabel efisiensi (X₁), keamanan (X₂), kemudahan (X₃), dan kepercayaan (X₄) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan (Y) layanan *mobile banking* BCA di Kabupaten Tangerang. Pengguna merasa puas menggunakan layanan *mobile banking* di Kabupaten Tangerang pada saat pandemi Covid-19 dengan melihat dari sisi efisiensi, keamanan, kemudahan dan kepercayaan

Uji T

Untuk menguji signifikansi koefisien regresi, yaitu apakah variabel independen (X) berpengaruh secara nyata atau tidak, maka akan digunakan uji t. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Pengujian kriteria dengan tingkat signifikan 0,05 ditentukan sebagai berikut:

1. Thitung > Ttabel atau nilai signifikansi < 0,05 maka H1 diterima
2. Thitung < Ttabel atau nilai signifikansi > 0,05 maka H1 ditolak

Tabel 9. Hasil Uji T
Coefficients^a

		B	Std. error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4.012	2.375		1.689	.094
	EFISIENSI	.086	.120	.076	.715	.477
	KEAMANAN	-.017	.115	-.015	-.146	.884
	KEMUDAHAN	.409	.114	.362	3.601	.001
	KEPERCAYAAN	.315	.106	.318	2.981	.004

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4. dapat diketahui variabel efisiensi, keamanan, kemudahan dan kepercayaan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*, untuk lebih jelasnya dapat dijelaskan per variabel sebagai berikut:

1. Efisiensi (X1)

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai T_{hitung} pada variabel efisiensi (X1) sebesar 0,715 dengan nilai signifikansi sebesar 0,477. Karena nilai Thitung (0,715) < Ttabel (1,98) dengan nilai signifikansi sebesar 0,477 > 0,05 yang berarti H1

ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa efisiensi (X1) tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan (Y).

2. Keamanan (X2)

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai *T*hitung pada variabel keamanan (X2) sebesar - 0,146 dengan nilai signifikansi sebesar 0,884. Karena nilai *T*hitung (- 0,146) < *T*tabel (1,98) dengan nilai signifikansi sebesar 0,884 > 0,05 yang berarti H2 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa keamanan (X2) tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan (Y).

3. Kemudahan (X3)

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai *T*hitung pada variabel kemudahan (X3) sebesar 3,601 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001. Karena nilai *T*hitung (3,601) > *T*tabel (1,98) dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 < 0,05 yang berarti H3 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa kemudahan (X3) berpengaruh terhadap minat menggunakan (Y).

4. Kepercayaan (X4)

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai *T*hitung pada variabel kepercayaan (X4) sebesar 2,981 dengan nilai signifikansi sebesar 0,004. Karena nilai *T*hitung (2,981) > *T*tabel (1,98) dengan nilai signifikansi sebesar 0,004 < 0,05 yang berarti H4 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepercayaan (X4) berpengaruh terhadap minat menggunakan (Y).

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Efisiensi Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Efisiensi tidak berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan. Hal ini berarti pada variable efisiensi yang mencakup indikator memberikan kemudahan, dapat dilakukan dimana saja dan *standby* 24 jam tidak terlalu berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking di Kabupaten Tangerang.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya dari mukhtisar (2021) didapatkan hasil bahwa efisiensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Menurut Dima (2017), menyatakan bahwa efisiensi merupakan suatu cara dengan bentuk usaha yang dilakukan dalam menjalankan sesuatu dengan baik dan tepat serta meminimalisir pemborosan dari segi waktu, tenaga, dan biaya. Konsumen akan menggunakan suatu teknologi ketika konsumen tersebut menemukan kemudahan terhadap teknologi tersebut atau yang dianggapnya mudah dan cepat.

Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Keamanan tidak berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan. Hal ini berarti pada variable keamanan yang mencakup jaminan keamanan, kerahasiaan data dan keamanan aplikasi tidak terlalu berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking di Kabupaten Tangerang.

Berdasarkan hasil penelitian empiris dari Nur (2020) didapatkan hasil penelitian bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Menurut Raman (2016), keamanan dapat diartikan sebagai kepercayaan konsumen bahwa informasi pribadi mereka tidak dapat dilihat oleh pihak lain kecuali dirinya sendiri. Minat menggunakan akan

dilakukan ketika konsumen sudah percaya terhadap keamanan suatu teknologi tersebut.

Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kemudahan berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan. Hal ini berarti jika kemudahan yang mencakup indikator mudah dipelajari, dapat dikontrol, fleksibel, mudah digunakan, dan jelas dan mudah dimengerti maka akan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking. Kemudahan yang dirasakan nasabah sesuai dengan apa yang nasabah inginkan karena itulah variable kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan mobile banking di Kabupaten Tangerang.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dari fernanda (2018) didapatkan hasil penelitian bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Menurut sebayang dan sembiring (2017) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan merupakan suatu keyakinan seseorang tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa yakin bahwa sistem tertentu mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang merasa yakin bahwa menggunakan sistem tertentu tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya. Dengan diberinya kemudahan dari sebuah teknologi para konsumen akan lebih mudah untuk menjelajahi fitur teknologi tersebut.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan. Hal ini berarti jika keamanan yang mencakup indikator sistem keamanan, jaminan kerahasiaan, jaminan kenyamanan, jaminan kemudahan, dan jaminan kompensasi maka akan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking. Keamanan yang dirasakan nasabah sesuai dengan apa yang nasabah inginkan karena itulah variable keamanan berpengaruh terhadap minat menggunakan mobile banking di Kabupaten Tangerang

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya dari Nurdin (2021) didapatkan hasil penelitian bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Menurut Wiwid (2018) menyatakan bahwa membangun sebuah kepercayaan dalam hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan adalah menjadi faktor yang penting untuk menciptakan rasa aman, rasa saling percaya, dan loyalitas. Dengan adanya saling percaya antara perusahaan dan pelanggan, pelanggan juga akan sangat nyaman menggunakan suatu teknologi perusahaan tersebut.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan perhitungan yang telah penulis lakukan pada bab pembahasan sebelumnya mengenai pengaruh efisiensi, keamanan, kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, sebagai berikut:

1. Efisiensi tidak memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan mobile banking pada nasabah BCA di Kabupaten Tangerang.
2. Keamanan tidak memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan mobile banking pada nasabah BCA di Kabupaten Tangerang.
3. Kemudahan memiliki pengaruh dan mempunyai hubungan yang positif terhadap minat menggunakan mobile banking pada nasabah BCA di Kabupaten Tangerang.

4. Kepercayaan memiliki pengaruh dan mempunyai hubungan yang positif terhadap minat menggunakan mobile banking pada nasabah BCA di Kabupaten Tangerang.
5. Efisiensi, Keamanan, Kemudahan, dan Kepercayaan secara bersama sama berpengaruh terhadap Minat Menggunakan mobile banking pada nasabah BCA di Kabupaten Tangerang.
6. Variabel yang paling dominan berpengaruh adalah variabel kemudahan terhadap minat menggunakan mobile banking pada nasabah BCA di Kabupaten Tangerang.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

Bagi Perusahaan

1. Efisiensi dan keamanan dalam penelitian ini tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* di Kabupaten Tangerang. Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan atau evaluasi untuk perusahaan karena melihat akan pentingnya efisiensi dan keamanan terhadap minat menggunakan sehingga dapat dijadikan sebagai dasar minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*.

Bagi Penelitian Selanjutnya

2. Diharapkan dapat melakukan penelitian dengan menggunakan atau menambah variabel lainnya, seperti kemanfaatan, keandalan, risiko, kualitas layanan yang tentunya dapat mempengaruhi minat menggunakan agar lebih melengkapi penelitian ini, karena masih terdapat variabel lain di luar penelitian ini yang mungkin bisa mempengaruhi minat menggunakan.

Urgensi

Urgensi penelitian ini mengangkat sebuah permasalahan yang terjadi pada lingkungan masyarakat yang masih ragu menggunakan aplikasi mobile banking, karena ketakutan penipuan yang timbul dari berbagai media maka dari itu dibuatlah penelitian ini untuk menjawab ketakutan itu.

Novelty

Pada penelitian sebelumnya hanya meneliti Kemudahan Penggunaan, Efisiensi dan Keamanan Terhadap Minat menggunakan, namun penelitian kali ini peneliti menambahkan variabel kepercayaan untuk sebagai pembaruan, jadi nasabah tidak hanya aman, mudah dan efisien tetapi juga dapat percaya untuk menggunakan aplikasi mobile banking.

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, P. (2011). Psikologi Dalam Perusahaan. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ajuha, B.N. (2017). Dasar-Dasar Perbankan. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Arasu, Raman. (2016). *Wet service and e-shopping decision: a study on malaysian e-consumer. IJCA special issue on: wireless information networks & business information system.*
- Darmadi. (2017). Pengembangan Model Metode Pembelajaran dalam Dinamika Belajar Siswa. Yogyakarta: Deepublish.
- Dima, W. R. (2017). Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya, Vol.6 No.2.
- Fauziati, Popi. (2012). Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Internet Banking Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)*. *Jurnal Kajian Akuntansi dan Auditing.*
- Gunawan, Fahmi. (2018). Senarai Penelitian Pendidikan, Hukum, dan Ekonomi Di Sulawesi Tenggara. Yogyakarta: Deepublish.
- Garfinkel. (2016). Sistem teknologi meliputi aspek, yaitu: *privacy, integrity, authentication dan availability pgp: pretty good privacy, o'reilly & associ-ates.*
- Ghozali, imam. (2017). model persamaan struktural. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Jua, Shen. (2017). *User acceptance of social shopping sites: A research proposal. USA: rider university.*
- Kurniawati, H.A, Winarno, W.A & Arif, A. (2017). Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* Yang Telah Dimodifikasi. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi.*
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.*
- Kasmir. (2016). Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Lee, Oey Liang. (2009). Pengantar Manajemen. Salemba Empat: Jakarta.
- Lu, L. (2018). *Decoding Alipay: Mobile Payments, A Cashless Society and Regulatory Rhallenges. Butterworths Journal of International Banking and Financial Law.*
- Mahmudi. (2019). Manajemen Kinerja keuangan. Penerbit UPP STIM YKPN. Yogyakarta.
- Mahardika, A. a. (2011). *Factor Determining Acceptance Level of Internet Banking Implementantation. Journal of Economics, Business, and Accountancy.*

- Mukherjee. (2016). Faktor – faktor yang mempengaruhi kepercayaan. Jurnal ekonomi dan Pemasaran.
- Hutabarat, R.M. (2010). *Mobile Banking Security Analysis Based WAP*.
- Rithmaya, Chitra Laksmi. (2016). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA Dalam Menggunakan Internet Banking. Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen.
- Ritaudin, Isnaini. (2015). Analisis efisiensi dan produktivitas dari LPTK: jurnal elektronik pendidikan teknik elektronika.
- Soekartiwi, (2016). Prinsip dasar komunikasi pertanian. Jakarta: UI press.
- Sebayang, Stevani, & Sembiring. (2017). Pengaruh *Self Esteem* dan *Self Efficacy* Terhadap Kinerja Karyawan Studi Kasus Di PT. Finnet Indonesia. *eProceeding of Management*.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Bandung. Penerbit CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Bandung. Penerbit Alfabeta.
- Sekaran, Uma & Bougie, Roger. (2017). Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan- Keahlian, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua, Salemba Empat, Jakarta Selatan.
- Tamim, Siti Nurmala. (2022). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah, dan Kualitas layanan Terhadap kepuasan Nasabah Pada Mobile banking BNI.
- Widjaja. (2010). Komunikasi: Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat. Jakarta: Bumi Aksara.
- Waspada, I. (2012). Percepatan Adopsi Sistem Transaksi Teknologi Informasi Untuk Meningkatkan Aksesibilitas Layanan Jasa Perbankan.
- Wiwid, Oktaviani. (2018). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen dalam menggunakan situs traveloka. *Otherthesis*, Universitas Darma Persada.