

ANALISIS PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN, DAN RISIKO TRANSAKSI DALAM PENGGUNAAN MOBILE BANKING

Adhika Ha'qi Laksana¹, Suyatmin Waskito Adi²

Progam Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta^{1,2}

adhikahaqilaksana@gmail.com¹, suy182@ums.ac.id²

ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini didasari oleh perkembangan teknologi digital dalam sektor perbankan yang mendorong pergeseran perilaku nasabah dari transaksi konvensional ke layanan berbasis aplikasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko terhadap penggunaan mobile banking di kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei terhadap responden yang merupakan pengguna aktif mobile banking. Teknik analisis data dilakukan melalui regresi linier berganda dan uji *t* parsial untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan mobile banking, yang berarti semakin tinggi manfaat yang dirasakan pengguna, semakin besar intensitas penggunaan layanan tersebut. Sebaliknya, persepsi kemudahan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan, mengindikasikan bahwa kemudahan bukan lagi faktor utama dalam mendorong keputusan penggunaan. Sementara itu, persepsi risiko terbukti berpengaruh signifikan secara negatif terhadap penggunaan mobile banking, menandakan bahwa kekhawatiran terhadap keamanan dan privasi masih menjadi hambatan dalam pemanfaatan teknologi ini. Temuan ini memberikan implikasi penting bagi pihak perbankan dalam merancang strategi pengembangan layanan digital yang tidak hanya berfokus pada inovasi fitur, tetapi juga pada peningkatan keamanan dan edukasi pengguna untuk membangun kepercayaan.

Kata Kunci : mobile banking, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko, perilaku pengguna.

ABSTRACT

The background of this research is based on the development of digital technology in the banking sector that encourages a shift in customer behavior from conventional transactions to application-based services. This study aims to analyze the influence of benefit perception, convenience perception, and risk perception on the use of mobile banking among students of the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Surakarta. The research method used was quantitative with a survey approach to respondents who were active users of mobile banking. The data analysis technique was carried out through multiple linear regression and partial *t*-test to test the influence of each independent variable on the dependent variable. The results show that the perception of benefits has a significant effect on the use of mobile banking, which means that the higher the benefits felt by users, the greater the intensity of using the service. In contrast, the perception of convenience did not show a significant influence, indicating that convenience is no longer a major factor in driving usage decisions. Meanwhile, risk perception has been shown to have a significant negative effect on the use of mobile banking, indicating that security and privacy concerns are still barriers to the use of this technology. These findings provide important implications for banks in designing digital service development strategies that focus not only on feature innovation, but also on improving security and educating users to build trust.

Keywords : mobile banking, benefit perception, convenience perception, risk perception, user behavior.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah mendorong transformasi besar dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk industri perbankan. Salah satu inovasi yang menonjol dalam sektor ini adalah layanan *mobile banking*, yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi keuangan secara fleksibel melalui perangkat seluler seperti smartphone, tanpa perlu mengunjungi kantor cabang secara fisik. Hal ini tidak hanya memberikan efisiensi waktu, tetapi juga meningkatkan kenyamanan dalam mengelola keuangan secara mandiri (Singh, Srivastava, & Srivastava, 2020).

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta, dengan jumlah mahasiswa yang besar dan latar belakang akademik yang relevan, menjadi populasi yang representatif untuk mengkaji penerimaan layanan keuangan digital. Mahasiswa sering menghadapi kebutuhan keuangan yang dinamis, mulai dari pembayaran biaya kuliah hingga pengeluaran harian. Oleh sebab itu, adopsi *mobile banking* di kalangan ini menjadi isu yang relevan untuk diteliti, terutama dengan mempertimbangkan pengaruh faktor demografis dan pendidikan terhadap penerimaan teknologi (Alalwan et al., 2016).

Menurut *Technology Acceptance Model* (TAM), dua variabel utama yang memengaruhi penerimaan teknologi adalah *perceived usefulness* (PU) dan *perceived ease of use* (PEOU). PU mencerminkan sejauh mana seseorang percaya bahwa teknologi dapat meningkatkan kinerja mereka, sedangkan PEOU mengacu pada persepsi bahwa teknologi tersebut mudah digunakan (Davis, 1989). Dalam konteks *mobile banking*, layanan ini dinilai memberikan fleksibilitas, efisiensi waktu, serta kontrol keuangan yang lebih baik, menjadikannya solusi perbankan modern yang selaras dengan kebutuhan generasi muda.

Selain manfaatnya, kemudahan penggunaan juga memainkan peran penting dalam membentuk niat untuk menggunakan teknologi. Aplikasi yang intuitif, cepat, dan tidak rumit diyakini dapat meningkatkan adopsi di kalangan mahasiswa (Puschel, Mazzon, & Hernandez, 2010). Namun demikian, penggunaan *mobile banking* juga tidak terlepas dari sejumlah risiko, termasuk keamanan data, kesalahan teknis, dan ancaman siber. *Perceived risk* terbukti menjadi faktor penghambat signifikan dalam niat penggunaan layanan ini, di mana semakin tinggi persepsi risiko, semakin rendah kecenderungan pengguna untuk mengadopsinya (Koenig-Lewis, Palmer, & Moll, 2010).

Regulasi yang memadai dan perlindungan konsumen dari lembaga keuangan serta otoritas negara berperan penting dalam menumbuhkan kepercayaan terhadap transaksi digital. Regulasi yang efektif dapat menurunkan persepsi risiko dan meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap layanan *mobile banking* (Lai, 2017). Mahasiswa, khususnya dari latar belakang ekonomi dan bisnis, cenderung memiliki literasi digital yang lebih baik serta pemahaman yang memadai mengenai pengelolaan keuangan. Hal ini menjadikan mereka kelompok potensial dalam mengadopsi layanan keuangan berbasis teknologi (Riquelme & Rios, 2010). Layanan *mobile banking* juga memberikan kemudahan dalam perencanaan keuangan pribadi, akses informasi rekening, serta pembayaran berbagai tagihan rutin (Thakur & Srivastava, 2014).

Meski adopsi layanan ini terus meningkat, hambatan seperti kurangnya pemahaman terhadap fitur-fitur yang tersedia masih ditemukan. Banyak mahasiswa hanya memanfaatkan layanan dasar karena minimnya informasi mengenai fungsi-fungsi canggih dalam aplikasi *mobile banking*. Oleh karena itu, literasi keuangan dan edukasi pengguna menjadi elemen penting untuk memastikan pemanfaatan layanan secara optimal dan aman (Kim, Shin, & Lee, 2009; Shaikh & Karjaluoto, 2015).

Persaingan antara *mobile banking* dan dompet digital yang semakin populer di kalangan mahasiswa menunjukkan pentingnya integrasi dan kolaborasi antarteknologi pembayaran digital. Integrasi ini berpotensi meningkatkan efisiensi dan

kenyamanan pengguna (Venkatesh, Thong, & Xu, 2012). Ke depan, tren penggunaan *mobile banking* diperkirakan akan terus meningkat seiring dengan kemajuan teknologi, meningkatnya akses internet, serta perubahan perilaku konsumen ke arah layanan yang lebih praktis dan efisien. Lembaga keuangan dituntut untuk terus berinovasi guna mempertahankan daya saing dan menjawab ekspektasi generasi digital native yang menuntut kenyamanan, keamanan, serta pengalaman digital yang unggul (Riquelme & Rios, 2010).

Penelitian ini berfokus pada tiga dimensi utama yang memengaruhi adopsi *mobile banking* di kalangan mahasiswa, yaitu: (1) *perceived usefulness* – persepsi bahwa layanan ini mampu meningkatkan efisiensi transaksi keuangan; (2) *perceived ease of use* – sejauh mana mahasiswa menilai layanan ini mudah digunakan; serta (3) *perceived risk* – persepsi akan risiko keamanan dan privasi dalam penggunaannya. Dengan mengeksplorasi ketiga dimensi ini secara menyeluruh, studi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor determinan dalam adopsi layanan keuangan digital di lingkungan pendidikan tinggi.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan pengumpulan data numerik yang dapat dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh persepsi manfaat, kemudahan, dan risiko terhadap penggunaan *mobile banking*. Desain survei digunakan untuk mengumpulkan data dari sampel penelitian, yakni mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS), melalui instrumen berupa kuesioner yang dikembangkan untuk mengukur variabel-variabel terkait dalam studi ini.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMS yang telah menggunakan layanan *mobile banking*. Pemilihan populasi ini didasarkan pada anggapan bahwa mahasiswa merupakan pengguna aktif teknologi digital, termasuk layanan perbankan seluler, sehingga relevan untuk mengkaji persepsi mereka terkait dimensi manfaat, kemudahan, dan risiko dalam penggunaan layanan tersebut. Sampel ditentukan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria inklusi yang digunakan meliputi:

- a. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMS angkatan 2021;

- b. Telah menggunakan mobile banking setidaknya selama enam bulan terakhir;
- c. Bersedia menjadi responden dengan mengisi kuesioner penelitian.

Jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (margin of error) sebesar 10% terhadap populasi sebanyak 1.203 mahasiswa, menghasilkan jumlah sampel minimum 92 orang. Untuk meningkatkan representativitas dan kualitas data, jumlah tersebut ditingkatkan menjadi 100 responden.

Metode Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner tertutup kepada responden yang memenuhi kriteria. Instrumen kuesioner disusun secara sistematis dan terdiri dari sejumlah pernyataan yang mengukur persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan risiko dalam layanan mobile banking. Masing-masing item diukur menggunakan skala Likert lima poin, yaitu:

Tabel 1. Skala Likert

Simbol	Respons	Skor
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
N	Netral	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

Analisis Regresi Linier Berganda

Setelah semua uji asumsi klasik terpenuhi, analisis dilanjutkan dengan regresi linier berganda guna mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi manfaat (X1), persepsi kemudahan (X2), dan persepsi risiko (X3) terhadap minat penggunaan mobile banking (Y). Model regresi linier berganda yang digunakan memiliki bentuk sebagai berikut:

$$MB = \alpha + \beta_1.PM + \beta_2.PK + \beta_3.PR + \varepsilon$$

Keterangan:

MB: Penggunaan *Mobile banking*

α : Konstanta

PM: Persepsi Manfaat

PK: Persepsi Kemudahan

PR: Persepsi Risiko

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: merupakan koefisien regresi yang merepresentasikan besarnya Pengaruh individual masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dalam model regresi.

ε : Error term

Koefisien regresi akan dianalisis untuk melihat arah dan kekuatan pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai signifikansi (p-value) akan menjadi acuan untuk menentukan apakah pengaruh tersebut signifikan secara statistik pada taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$).

Uji Statistik

Untuk menilai kelayakan model regresi serta kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, digunakan dua jenis uji statistik, yaitu uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji F). Uji parsial (uji t) bertujuan untuk menguji apakah masing-masing variabel independen (X_1, X_2, X_3) secara individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y). Pengaruh ini dianggap signifikan apabila nilai signifikansi (Sig.) dari hasil uji lebih kecil dari 0,05, yang berarti hipotesis nol (H_0) ditolak dan variabel tersebut memiliki pengaruh secara statistik terhadap variabel dependen.

Sementara itu, uji simultan (uji F) digunakan untuk mengevaluasi apakah semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi dari uji F juga lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi secara keseluruhan adalah signifikan dan layak digunakan dalam menjelaskan hubungan antar variabel dalam penelitian ini.

Selain uji signifikansi, koefisien determinasi (R^2) juga digunakan untuk mengetahui sejauh mana variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel-variabel independen yang digunakan dalam model. Nilai R^2 berada dalam rentang antara 0 hingga 1; semakin mendekati angka 1, maka semakin besar proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh model, yang menunjukkan tingkat keandalan dan kekuatan prediktif model regresi yang digunakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Results and Discussion is a section that contains all scientific findings obtained as research data. This section is expected to provide a scientific explanation that can logically explain the reason for obtaining those results that are clearly described, complete, detailed, integrated, systematic, and continuous.

Hasil

1. Uji Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner sebagai alat pengumpulan data, yang telah melalui tahap pengujian validitas dan reliabilitas sebelum disebarkan kepada 100 responden. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap butir pertanyaan dalam kuesioner benar-benar merepresentasikan konstruk teoretis dari variabel yang diteliti (validitas), serta memiliki konsistensi internal antarbutir (reliabilitas). Instrumen ini dirancang untuk mengukur empat variabel utama, yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko dalam transaksi, serta penggunaan mobile banking. Hasil uji validitas dan reliabilitas ini menjadi landasan untuk memastikan kualitas data yang dikumpulkan layak digunakan dalam analisis empiris selanjutnya.

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan prosedur untuk menilai sejauh mana suatu instrumen mampu secara akurat mengukur variabel yang dimaksud. Instrumen dinyatakan valid apabila setiap item pertanyaan secara konsisten mencerminkan konstruk variabel yang diteliti. Dengan kata lain, kuesioner yang valid tidak hanya menunjukkan hubungan statistik yang signifikan, tetapi juga mampu merepresentasikan realitas variabel secara tepat dan sah, sehingga layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

- Persepsi Manfaat**

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Persepsi Manfaat

Item	R Hitung	Sig. (2-tailed)	R Tabel	Keterangan
1	0,788	0,000	0,197	Valid
2	0,805	0,000	0,197	Valid
3	0,828	0,000	0,197	Valid

Sumber: Data Analisis Primer, 2025

Hasil uji validitas dari variabel persepsi manfaat mengindikasikan bahwa seluruh item disebut valid, ditandai dengan nilai r hitung $> r$ tabel (0,197) serta nilai signifikansinya $< 0,05$.

- Persepsi Kemudahan**

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Persepsi Kemudahan

Item	R Hitung	Sig. (2-tailed)	R Tabel	Keterangan
1	0,765	0,000	0,197	Valid
2	0,867	0,000	0,197	Valid
3	0,862	0,000	0,197	Valid

Sumber: Data Analisis Primer, 2025

Hasil uji validitas pada variabel persepsi kemudahan memperlihatkan bahwasanya semua item disebut valid, ditunjukkan oleh nilai r hitung $> r$ tabel (0,197) serta nilai signifikansi $< 0,05$.

- Persepsi Risiko**

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Persepsi Risiko

Item	R Hitung	Sig. (2-tailed)	R Tabel	Keterangan
1	0,955	0,000	0,197	Valid
2	0,940	0,000	0,197	Valid
3	0,930	0,000	0,197	Valid

Sumber: Data Analisis Primer, 2025

Hasilnya uji validitas variabel persepsi risiko mengindikasikan bahwasanya semua item disebut valid, karena nilai r hitung $> r$ tabel (0,197) serta nilai signifikansinya $< 0,05$.

- Penggunaan Mobile banking**

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Penggunaan Mobile banking

Item	R Hitung	Sig. (2-tailed)	R Tabel	Keterangan
1	0,848	0,000	0,197	Valid
2	0,896	0,000	0,197	Valid
3	0,884	0,000	0,197	Valid

Sumber: Data Analisis Primer, 2025

Hasil uji validitas bagi variabel penggunaan mobile banking memperlihatkan bahwasanya seluruh item disebut valid, dikarenakan nilai r hitung $>$ dari pada r tabel (0,197) dan nilai signifikansi $< 0,05$.

b. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas diterapkan guna menilai tingkat konsistensi dan kestabilan instrumen penelitian, seperti kuesioner, agar mendapatkan data yang merepresentasikan variabel yang diteliti. Pada penelitian ini, pengujian reliabilitas dilaksanakan melalui koefisien Cronbach's Alpha, di mana sebuah variabel disebut reliabel apabila nilainya Cronbach's Alpha $> 0,600$. Hasil pengujian reliabilitas bagi setiap variabel disajikan di tabel di bawah:

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
Persepsi Manfaat	0,729	Reliabel
Persepsi Kemudahan	0,763	Reliabel
Persepsi Risiko	0,935	Reliabel
Penggunaan Mobile Banking	0,845	Reliabel

Sumber : Data Analisis Primer, 2025

Seluruh variabel memperlihatkan nilai Cronbach's Alpha $> 0,7$, menandakan bahwasanya instrumen penelitian telah memenuhi kriteria reliabilitas.

2. Uji Asumsi Klasik**a. Uji Normalitas**

Uji normalitas dilaksanakan guna memastikan bahwasanya residual dalam model regresi terdistribusi secara normal. Pada penelitian ini, pengujian normalitas menerapkan metode Kolmogorov-Smirnov. Hasilnya terlihat pada tabel di bawah:

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas

	Nilai Kolmogorov-Smirnov	Keterangan
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	0,173	Normal

Sumber: Data Analisis Primer, 2025

Dari tabel tersebut, hasil uji Kolmogorov-Smirnov memperlihatkan nilai signifikansi sejumlah 0,173, yang melebihi batas signifikansinya 0,050. Demikian, dapat disimpulkan bahwasanya data di penelitian ini terdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan guna mendeteksi ada ataupun tidak korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Dalam penelitian ini, analisis dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Hasilnya terlihat di tabel berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Independen	Tolerance	VIF	Keterangan
Persepsi Manfaat	0,835	1,198	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Persepsi Kemudahan	0,828	1,208	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Persepsi Risiko	0,990	1,010	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber: Data Analisis Primer, 2025

Dengan data di tabel, kesimpulannya tak ada multikolinearitas antar variabel independen. Kesimpulan ini didasarkan pada nilai Variance Inflation Factor (VIF) seluruhnya < 10 serta nilai Tolerance $> 0,100$.

c. Uji Heteroskedastisitas

Dilaksanakan guna mengidentifikasi apakah ada ketidakkonsistenan varians residual antar observasi pada model regresi, dapat mengindikasikan pelanggaran terhadap asumsi homoskedastisitas. Pengujian ini memiliki tujuan guna memastikan bahwasanya model memenuhi asumsi homoskedastisitas. Temuan dari uji heteroskedastisitas disajikan dalam tabel berikut untuk memberikan gambaran mengenai pola sebar varians residual dalam model regresi:

Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
Persepsi Manfaat	0,994	Homoskedastisitas
Persepsi Kemudahan	0,640	Homoskedastisitas
Persepsi Risiko	0,410	Homoskedastisitas

Sumber: Data Analisis Primer, 2025

Dengan tabel tersebut, hasil uji heteroskedastisitas melalui metode Glejser menunjukkan bahwasanya semua variabel independen bernilai signifikansinya $> 0,05$. Maka menandakan ada gejala heteroskedastisitas pada model regresi. Hal ini manandakan bahwa tak ada indikasi heteroskedastisitas pada variabel-variabel tersebut di penelitian ini.

3. Uji Hipotesis

a. Uji t

Tabel 9. Hasil Uji t

Variabel	t Hitung	T Tabel	Sig.	Keterangan

Persepsi Manfaat	5,288	1,984	0,000	Berpengaruh Signifikan
Persepsi Kemudahan	1,714	1,984	0,090	Tidak Berpengaruh Signifikan
Persepsi Risiko	2,427	1,984	0,017	Berpengaruh Signifikan

Sumber: Data Analisis Primer, 2025

Hasil uji t dilakukan untuk menilai pengaruh parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, yakni penggunaan mobile banking. Pertama, variabel persepsi manfaat menunjukkan nilai t hitung sebesar 5,288 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,984, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile banking secara parsial. Kedua, variabel persepsi kemudahan memiliki nilai t hitung sebesar 1,714 yang lebih kecil dari t tabel, dan nilai signifikansinya sebesar $0,090 > 0,05$, yang mengindikasikan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap penggunaan mobile banking. Ketiga, variabel persepsi risiko menunjukkan nilai t hitung sebesar 2,427, melebihi nilai t tabel, serta memiliki tingkat signifikansi $0,017 < 0,05$, sehingga secara parsial persepsi risiko terbukti berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan mobile banking.

b. Uji F

Uji signifikansi simultan (uji F) dilakukan guna mengidentifikasi apakah variabel-variabel independen, yakni persepsi manfaat (X_1), persepsi kemudahan (X_2), serta risiko (X_3), secara kolektif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, yaitu penggunaan mobile banking (Y). Hasil pengujian ditampilkan di tabel ANOVA melalui nilai signifikansi (Sig.). Dengan tingkat signifikansinya sejumlah 5% (0,05), jika nilainya Sig. $< 0,05$, demikian hipotesis alternatif (H_a) diterima, yang mengindikasikan bahwa ketiga variabel independen secara simultan memengaruhi variabel dependen. Hasil uji F disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 10. Hasil Uji F

F Hitung	F Tabel	Sig.	Keterangan
17,933	2,699	0,000	Mempunyai pengaruh bermakna

Sumber: Data Analisis Primer, 2025

Berdasarkan hasil yang ditampilkan dalam tabel, didapatkan nilai F hitung sejumlah 17,933, yang lebih besar daripada nilai F tabel sejumlah 2,699. Sementara itu, nilai signifikansi yang didapatkan ialah 0,000, lebih kecil dari tingkat signifikansinya 0,05. Temuan ini memperlihatkan bahwasanya secara simultan, variabel-variabel

independen yakni persepsi manfaat, persepsi kemudahan, serta persepsi risiko berpengaruh signifikan pada variabel dependen, yakni penggunaan mobile banking.

c. Analisis Koefisien Determinasi (R Square)

Analisis koefisien determinasi (R Square) bertujuan guna mengukur seberapa besar proporsi variabilitas variabel dependen yang bisa diuraikan dari variabel-variabel independen pada model regresi. Nilai R Square berkisar antara 0 sampai 1, di mana nilai yang mendekati 1 mengindikasikan bahwa model mempunyai kemampuan yang tinggi untuk menjelaskan variansi variabel dependen. Di bawah ini hasil pengujian koefisien determinasi (R Square). Analisis hasil penelitian mengindikasikan bahwasanya nilai Koefisien Determinasi (R Square) mencapai 0,359 ataupun setara dengan 35,9%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel independen, yakni persepsi manfaat, persepsi kemudahan, serta persepsi risiko, secara kolektif bisa menjelaskan sejumlah 35,9% variasi pada variabel dependen, yakni penggunaan mobile banking. Adapun sisanya, sejumlah 64,1%, mendapat pengaruh dari faktor-faktor lain yang tak masuk pada model penelitian ini.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda diterapkan guna mengevaluasi hubungan antara beberapa variabel independen secara simultan, yaitu Keuangan, Proses Bisnis Internal, Pelanggan, serta Pertumbuhan dan Pembelajaran, pada variabel dependen yang diteliti. Dari hasil perhitungannya, didapatkan output yaitu:

Tabel 11. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	B	Std. Error
Konstanta	3,078	1,471
Persepsi Manfaat	0,564	0,107
Persepsi Kemudahan	0,143	0,084
Persepsi Risiko	0,081	0,033

Sumber : Data Analisis Primer, 2025

$$\text{Kinerja Perusahaan} = 3,078 + 0,564X_1 + 0,143X_2 + 0,081X_3 + e$$

- Nilai konstanta sebesar 3,078 mengindikasikan bahwa ketika seluruh variabel independen bernilai nol, nilai variabel dependen (Y) diperkirakan sejumlah 3,078.
- Apabila variabel X_1 (Persepsi Manfaat) mengalami peningkatan sebesar satu satuan dengan asumsi variabel lain tetap konstan, maka variabel dependen (Y) diperkirakan bisa meningkat sejumlah 0,564.

- Apabila variabel X_2 (Persepsi Kemudahan) meningkat satu satuan dengan variabel lainnya pada kondisi konstan, demikian variabel dependen (Y) diprediksi bisa meningkat sejumlah 0,143.
- Apabila variabel X_3 (Persepsi Risiko) terjadi kenaikan sejumlah satu satuan dengan variabel lainnya tetap konstan, demikian variabel dependen (Y) diperkirakan akan meningkat sejumlah 0,081.

Pembahasan

Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Penggunaan Mobile Banking

Persepsi manfaat merujuk pada keyakinan individu bahwa penggunaan mobile banking memberikan keuntungan nyata seperti efisiensi waktu, kemudahan akses, dan penghematan biaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi terhadap manfaat tersebut, maka semakin besar pula kecenderungan individu untuk menggunakan layanan mobile banking (Hasmawati, 2023). Manfaat yang paling dirasakan antara lain kemampuan untuk melakukan transaksi kapan saja tanpa harus mengunjungi kantor cabang atau ATM, sehingga meningkatkan efisiensi dan kenyamanan bertransaksi. Persepsi manfaat ini semakin kuat ketika didukung oleh antarmuka aplikasi yang intuitif serta fitur yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Oleh karena itu, pengembangan berkelanjutan oleh pihak bank terhadap fitur dan layanan sangat penting dalam memperkuat persepsi manfaat di masyarakat (Septa & Ali, 2024). Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 5,288 lebih besar dari t tabel sebesar 1,984 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap penggunaan mobile banking (Septa & Ali, 2024).

Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Penggunaan Mobile Banking

Meskipun kemudahan penggunaan merupakan salah satu keunggulan mobile banking, penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap penggunaannya. Hal ini dapat dijelaskan oleh fakta bahwa kemudahan telah menjadi standar minimum yang telah dipenuhi oleh sebagian besar aplikasi mobile banking. Oleh sebab itu, pengguna tidak lagi menjadikan kemudahan sebagai faktor utama dalam pengambilan keputusan, melainkan lebih mempertimbangkan manfaat yang diperoleh, keamanan sistem, dan tingkat kepercayaan terhadap penyedia layanan. Selain itu, kemudahan baru akan memberikan pengaruh signifikan apabila dikombinasikan dengan faktor lain secara bersamaan, bukan sebagai variabel tunggal (Euglezyano & Murtiasih, n.d.). Hasil uji t

mendukung temuan ini dengan nilai t hitung sebesar 1,714 yang lebih kecil dari t tabel 1,984, dan nilai signifikansi $0,090 > 0,05$. Dengan demikian, secara parsial, persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile banking (Euglezyano & Murtiasih, 2025).

Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Penggunaan Mobile Banking

Persepsi risiko memainkan peran penting dalam memengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan mobile banking. Kekhawatiran akan keamanan data, privasi, serta potensi penipuan digital sering kali menjadi penghambat dalam adopsi layanan ini (Pratiwi, 2023). Nasabah yang merasa data pribadinya tidak aman atau khawatir kehilangan dana cenderung menghindari penggunaan layanan mobile banking. Faktor teknis seperti ketidakstabilan sistem dan kegagalan transaksi juga memperkuat persepsi negatif ini. Oleh karena itu, peningkatan keamanan melalui penerapan autentikasi multifaktor, enkripsi data, serta edukasi nasabah mengenai pentingnya menjaga kerahasiaan informasi menjadi langkah krusial (Wijaya & Sri, 2023). Hasil uji t mendukung peran signifikan persepsi risiko ini, dengan nilai t hitung sebesar 2,427 lebih tinggi dari t tabel 1,984 dan nilai signifikansi $0,017 < 0,05$. Temuan ini menegaskan bahwa secara parsial, persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan mobile banking (Wijaya & Sri, 2023).

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile banking. Temuan ini didukung oleh hasil uji t yang menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 5,288 melebihi nilai t tabel sebesar 1,984, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang berada di bawah ambang batas 0,05. Artinya, semakin tinggi persepsi individu terhadap manfaat mobile banking seperti efisiensi waktu, kemudahan akses, dan penghematan biaya semakin besar pula kecenderungan mereka untuk menggunakan layanan tersebut. Sebaliknya, persepsi kemudahan tidak terbukti memberikan pengaruh signifikan secara parsial terhadap penggunaan mobile banking. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 1,714 yang lebih rendah dari t tabel sebesar 1,984, serta nilai signifikansi sebesar 0,090 yang melebihi ambang 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun aplikasi mobile banking telah dirancang mudah digunakan, faktor kemudahan tidak lagi menjadi penentu utama dalam keputusan pengguna. Sementara itu, persepsi risiko ditemukan memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile banking. Hasil uji t memperlihatkan bahwa t hitung sebesar 2,427 lebih besar dari t tabel sebesar 1,984, dengan nilai signifikansi sebesar 0,017 yang berada

di bawah 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kekhawatiran pengguna terhadap risiko keamanan, privasi, dan potensi penipuan, semakin rendah kecenderungan mereka untuk memanfaatkan layanan mobile banking.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, beberapa saran dapat diajukan. Pertama, bank disarankan untuk terus meningkatkan persepsi manfaat layanan mobile banking dengan cara mengembangkan fitur-fitur inovatif yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pengguna. Inovasi yang responsif terhadap dinamika perilaku konsumen akan memperkuat daya tarik penggunaan mobile banking. Kedua, meskipun persepsi kemudahan tidak menunjukkan pengaruh signifikan secara statistik, pengembangan antarmuka aplikasi yang lebih intuitif dan penyediaan dukungan teknis yang cepat tetap penting untuk mempertahankan kenyamanan dan kepuasan pengguna. Ketiga, untuk mengurangi persepsi risiko yang dapat menghambat penggunaan mobile banking, penyedia layanan perlu memperkuat sistem keamanan melalui teknologi enkripsi yang canggih, autentikasi ganda, serta kampanye edukasi digital yang berkelanjutan kepada nasabah. Dengan demikian, persepsi negatif terhadap keamanan dapat diminimalkan, dan kepercayaan terhadap layanan digital dapat ditingkatkan, yang pada akhirnya mendukung pertumbuhan adopsi mobile banking di era transformasi digital ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhiputra, M. W. (2015). Aplikasi Technology Acceptance Model Terhadap Pengguna Layanan Internet Banking. *Kalbisoci*, 21, 52–63.
- Aidar, A. A. N. (2018). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan Mobile Banking (Studi Pada Dosen IAIN Surakarta Pengguna Layanan Mobile Banking)*. (Vol. 10, Issue 2) [IAIN Surakarta]. <http://eprints.iain-surakarta.ac.id/2457/>
- Davis, F. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Dowling, G.R. dan Staelin, R. (1994). A Model of Perceived Risk and Intended Risk-handling Activity. *Journal of Consumer Research, Inc.*, 21.
- Euglezyano, G., & Murtiasih, S. (2025). *Pengaruh Persepsi Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Persepsi Biaya Dan Positive Of Mouth (Wom) Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Mobile Banking BCA*. 29–52.
- Featherman, P. (2002). Predicting E-Service Adoption: A Perceive Risk Facets Perspective. *International Journal of*

- Human-Computer Studies.*, 59(4), 1034-1046.
- Ghasemi, A., & Zahediasl, S. (2012). Normality tests for statistical analysis: A guide for non-statisticians. *International Journal of Endocrinology and Metabolism*, 10(2), 486–489.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2004). *Basic Econometrics*.
- Hair. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Pearson.
- Hasmawati. (2023). *Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Mandalan Kecamatan Curio Kabupaten Enrekang Provinsi Sulawesi Selatan) Skripsi: Vol. VIII (Issue I)*. UIN Walisongo.
- Hermawan, Larasati Dewi, Kokom Komariah, and R. D. M. D. (2020). “Analisis minat menggunakan BRI mobile (survei pada nasabah Bank Rakyat Indonesia (persero) tbk. Kota Sukabumi).” *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (EEB)*, 9(6), 525-538.
- Irmadhani & Nugroho, M. A. (2012). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Computer Self Efficacy, Terhadap Penggunaan Online Banking pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Kajian Pendidikan dan Akuntansi. Kajian Pendidikan Dan Akuntansi Keuangan*, 1(31–20).
- Jogiyanto. (2008). *Analisis dan Desain Sistem Informasi Pendekatan Terstruktur*. Andi.
- Jogiyanto, H. M. (2017). *Analisis dan Desain (Sistem Informasi Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis)*. Penerbit Andi.
- Joni, J., Yuliyanto, R., & Hamdiah, C. (2022). Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan mobile banking (Studi Empiris Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Banda Aceh). *Serambi Konstruktivis*, 4(2), 56-63.
- Kota, Teresia Perpetua, and S. Y. K. (2022). “Analisis Pengaruh Minat Nasabah dalam Menggunakan Mobile Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM).” *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 2(3).
- Laksana, G. (2015). *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi pada nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor C. Universitas Brawijaya*.
- More, E. R., & Suprapti. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking. *Manajemen, Akuntansi Dan Ekonomi*, 1–17.
- Nursiah, N., Ferils, M., & Kamarudin, J. (2022). Analisis minat menggunakan mobile banking. *AKUNTABEL: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 19(1), 91-100.
- Pavlou, P. . (2003). “Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with The Technology Acceptance Model”,. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 69-103.
- Pratama, Andhika Bayu, and I. D. G. D. S. (2019). “Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan tingkat kepercayaan pada minat menggunakan uang elektronik.” *E-Jurnal Akuntansi*, 27(2), 927-953.
- Singh, S., Srivastava, V., & Srivastava, R. (2020). Customer acceptance of mobile banking: A conceptual framework. *SAGE Open*, 20(1).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. penerbit Alfabeta.
- Supriadi, Siregar, E. S., & Ismadharliani, A. (2024). Pengaruh Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan BSI Mobile Pada Masyarakat Di Desa Sungai Tering Kecamatan Nipah Panjang. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 2(1), 99–119.
- Tavakol, M. & R. D. (2011). Making Sense of Cronbach’s Alpha. *International Journal of Medical Education*, 2, 53-55.
- Ulfah, N. M., Mutmainah, K., & R. (2022). Minat Penggunaan Mobile Banking Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi (Studi Empiris Mahasiswa Fakultas Syari’ah dan Hukum Universitas Sains Al-Qur’an Jawa Tengah di Wonosobo). *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 3(2).