

YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM DAERAH RIAU

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN RESIKO
TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MENGGUNAKAN M-BANKING BNI
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI & BISNIS**

UNIVERSITAS ISLAM RIAU)

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Pada Fakultas Ekonomi & Bisnis
Universitas Islam Riau*



OLEH :

LY WANI SISK

175210263

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

2021



UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Kaharudin Nasution No. 113 Perhentian Marpoyan
Telp. (0761) 674674 Fax: (0761) 6748834 Pekanbaru 28284

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ly Wani Siska
NPM : 175210263
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Resiko Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Mobile Banking Pada Bank BNI (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau)

Disahkan Oleh:
Pembimbing

Yul Efnita, SE., MM

Diketahui :

Dekan



(Dr. Firdaus AR, SE., M.Si., AK., CA)

Ketua Program Studi

(Abd. Razak Jer, SE., M.Si)



UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No. 113 Perhentian Marpoyan
Telp. (0761) 674674 Fax. (0761) 674834 Pekanbaru – 28284

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Telah dilaksanakan bimbingan skripsi terhadap mahasiswa

Nama : Ly Wani Siska
NPM : 175210263
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Manajemen S1
Sponsor : Yul Efnita, SE., MM
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Resiko Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan M-Banking BNI (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau)

No	Tanggal	Catatan	Berita Bimbingan	Paraf
		Sponsor		Sponsor
1.	24-10-2020	X	<ul style="list-style-type: none">- Lengkapi judul dengan objek- Proposal sesuai format- Penelitian terdahulu belum jelas variabel yang diteliti- Perbaiki latar belakang	
2.	16-11-2020	X	<ul style="list-style-type: none">- Sesuaikan judul dengan penelitian terdahulu- Perbaiki latar belakang	
3.	21-11-2020	X	<ul style="list-style-type: none">- Kurangi teori pada latar belakang- Ceritakan pada latar belakang masalah dan variabel	

4.	9-12-2020	X	<ul style="list-style-type: none">- Operasional variabel skala likert diganti dengan ordinal- Populasi dan sampel harus jelas	
5.	10-12-2020	X	<ul style="list-style-type: none">- ACC seminar proposal	
6.	14-04-2021	X	<ul style="list-style-type: none">- ACC kuesioner penelitian dan lanjut baut skripsi	
7.	29-05-2021	X	<ul style="list-style-type: none">- Perbaiki bab V dalam menginterpretasikan tabel hasil penelitian- Buat pembahasan sesuai dengan hasil penelitian- Perbaiki abstrak dan lengkapi lampiran- Kata pengantar awali dengan pimpinan puncak	
8.	09-06-2021	X	<ul style="list-style-type: none">- ACC seminar hasil	

Pekanbaru, 26 Juli 2021

Wakil dekan 1

Dr. Hj. Ellyan Sastra Ningsih, SE.,M.Si

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Alamat : Jalan Kaharuddin Nst Km 11 No 113 Marpoyan Pekanbaru Telp 647647

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI / MEJA HIJAU

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau No: 696/KPTS/FE-UIR/2021, Tanggal 12 Juli 2021, Maka pada Hari Selasa 13 Juli 2021 dilaksanakan Ujian Oral Komprehensif/Meja Hijau Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau pada Program Studi **Manajemen** Tahun Akademis 2020/2021.

- | | |
|-------------------------|--|
| 1. Nama | : Ly Wani Siska |
| 2. NPM | : 175210263 |
| 3. Program Studi | : Manajemen S1 |
| 4. Judul skripsi | : Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Resiko Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Mobile Banking Pada Bank BNI (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau). |
| 5. Tanggal ujian | : 13 Juli 2021 |
| 6. Waktu ujian | : 60 menit. |
| 7. Tempat ujian | : Ruang Sidang Meja Hijau Fakultas Ekonomi UIR |
| 8. Lulus Yudicium/Nilai | : Lulus (B+) 72 |
| 9. Keterangan lain | : Aman dan lancar. |

PANITIA UJIAN

Ketua

Dr. Hj. Ellyan Sastraningsih, SE., M.Si

Wakil Dekan Bidang Akademis

Sekretaris

Abd. Razak Jer, SE., M.Si

Ketua Prodi Manajemen

Dosen penguji :

1. Yul Efnita, SE., MM
2. Syaefulloh, SE., M.Si
3. Awliya Afwa, SE., MM

(.....)

(.....)

(.....)

Notulen

1. Rahmat Setiawan, SE., M.B.A

(.....)

Pekanbaru, 13 Juli 2021

Mengetahui
Dekan,



Dr. Firdaus AR, SE., M.Si, Ak., CA

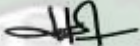
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No 113 Marpoyan Pekanbaru Telp 647647

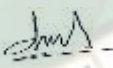

BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN SKRIPSI

Nama : Ly Wani Siska
NPM : 175210263
Jurusan : Manajemen / S1
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Resiko Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Mobile Banking Pada Bank BNI (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau).
Hari/Tanggal : Selasa 13 Juli 2021
Tempat : Ruang Sidang Fakultas Ekonomi UIR

Dosen Pembimbing

No	Nama	Tanda Tangan	Keterangan
1	Yul Efnita, SE., MM		

Dosen Pembahas / Penguji

No	Nama	Tanda Tangan	Keterangan
1	Syaefulloh, SE., M.Si		
2	Awliya Afwa, SE., MM		

Hasil Seminar : *)

1. Lulus (Total Nilai)
2. Lulus dengan perbaikan (Total Nilai 73)
3. Tidak Lulus (Total Nilai)

Mengetahui
An.Dekan


Dr. Hj. Ellyan Sastraningsih, SE., M.Si
Wakil Dekan I



Pekanbaru, 13 Juli 2021
Ketua Prodi


Abd. Razak Jer, SE., M.Si

*) Coret yang tidak perlu

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS ISLAM RIAU
Nomor : 696/ Kpts/FE-UIR/2021
TENTANG PENETAPAN DOSEN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS ISLAM RIAU

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Menimbang : 1. Bahwa untuk menyelesaikan studi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau dilaksanakan ujian skripsi / oral comprehensive sebagai tugas akhir dan untuk itu perlu ditetapkan mahasiswa yang telah memenuhi syarat untuk ujian dimaksud serta dosen penguji
2. Bahwa penetapan mahasiswa yang memenuhi syarat dan penguji mahasiswa yang bersangkutan perlu ditetapkan dengan surat keputusan Dekan.

Mengingat : 1. Undang-undang RI Nomor: 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional
2. Undang-undang RI Nomor: 14 Tahun 2005 Tentang Guru dan Dosen
3. Undang-undang RI Nomor: 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi.
4. Peraturan Pemerintah RI Nomor: 4 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi
5. Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2018.
6. SK. Pimpinan YLPI Daerah Riau Nomor: 006/Skep/YLPI/II/1976 Tentang Peraturan Dasar Universitas Islam Riau.
7. Surat Keputusan BAN PT Depdiknas RI :
a. Nomor : 2806/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Eko. Pembangun
b. Nomor : 2640/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Manajemen
c. Nomor : 2635/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Akuntansi S1
d. Nomor : 1036/SK/BAN-PT/Akred/Dipl-III/IV/2019, tentang Akreditasi D.3 Akuntansi.

MEMUTUSKAN

Menetapkan : 1. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau yang tersebut di bawah ini:

N a m a : Ly Wani Siska
N P M : 175210263
Program Studi : Manajemen S1
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Resiko Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Mobile Banking Pada Bank BNI (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau).

2. Penguji ujian skripsi/oral komprehensif mahasiswa tersebut terdiri dari:

NO	Nama	Pangkat/Golongan	Bidang Diuji	Jabatan
1	Yul Efnita, SE., MM	Lektor, C/c	Materi	Ketua
2	Syaefulloh, SE., M.Si	Assisten Ahli, C/b	Sistematika	Sekretaris
3	Awliya Afwa, SE., MM	Assisten Ahli, C/b	Lektor Kepala, D/a	Anggota
4			Penyajian	Anggota
5			Bahasa	Anggota
6	Rahmat Setiawan, SE., M.B.A	Non Fungsional C/b	-	Notulen
7			-	Saksi II
8			-	Notulen

3. Laporan hasil ujian serta berita acara telah disampaikan kepada pimpinan Universitas Islam Riau selambat-lambatnya 1 (satu) minggu setelah ujian dilaksanakan.

4. Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan dengan ketentuan bila terdapat kekeliruan akan segera diperbaiki sebagaimana mestinya.

Kutipan : Disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.



Ditetapkan di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 13 Juli 2021
Dekan

Dr. Firdaus AR, SE., M.Si., Ak., CA

Tembusan : Disampaikan pada :

1. Yth : Bapak Koordinator Kopertis Wilayah X di Padang
2. Yth : Bapak Rektor Universitas Islam Riau di Pekanbaru
3. Yth : Sdr. Kepala Biro Keuangan UIR di Pekanbaru
4. Yth : Sdr. Kepala BAAK UIR di Pekanbaru

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Alamat : Jalan Kaharuddin Nst Km 11 No 113 Marpoyan Pekanbaru Telp 647647

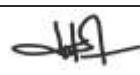


BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL

Nama : Ly Wani Siska
NPM : 175210263
Judul Proposal : Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Resiko Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Bank BNI (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau).
Pembimbing : 1. Yul Efnita, SE., MM
Hari/Tanggal Seminar : Kamis 04 Maret 2021

Hasil Seminar dirumuskan sebagai berikut :

1. Judul : Disetujui dirubah/perlu diseminarkan *)
2. Permasalahan : Jelas/masih kabur/perlu dirumuskan kembali *)
3. Tujuan Penelitian : Jelas/mengambang/perlu diperbaiki *)
4. Hipotesa : Cukup tajam/perlu dipertajam/di perbaiki *)
5. Variabel yang diteliti : Jelas/Kurang jelas *)
6. Alat yang dipakai : Cocok/belum cocok/kurang *)
7. Populasi dan sampel : Jelas/tidak jelas *)
8. Cara pengambilan sampel : Jelas/tidak jelas *)
9. Sumber data : Jelas/tidak jelas *)
10. Cara memperoleh data : Jelas/tidak jelas *)
11. Teknik pengolahan data : Jelas/tidak jelas *)
12. Daftar keustakaan : Cukup/belum cukup mendukung pemecahan masalah Penelitian *)
13. Teknik penyusunan laporan : Telah sudah/belum memenuhi syarat *)
14. Kesimpulan tim seminar : Perlu/tidak perlu diseminarkan kembali *)

Demikianlah keputusan tim yang terdiri dari :

No	Nama	Jabatan pada Seminar	Tanda Tangan
1.	Yul Efnita, SE., MM	Ketua	1. 
2.	Drs. Asril, MM	Anggota	2. 
3.	Awliya Afwa, SE., MM	Anggota	3. 

*Coret yang tidak perlu

Mengetahui
A.n. Dekan Bidang Akademis


Dr. Hj. Ellyan Sastraningsih, SE., M.Si



Pekanbaru, 04 Maret 2021
Sekretaris,


Abd. Razak Jer, SE., M.Si

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU
Nomor: 1417//Kpts/FE-UIR/2020
TENTANG PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA S1
Bismillahirrohmanirrohim
DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Menimbang: 1. Surat penetapan Ketua Jurusan / Program Studi Manajemen tanggal 13 Oktober 2020 tentang penunjukan Dosen Pembimbing skripsi mahasiswa.
2. Bahwa dalam membantu mahasiswa untuk menyusun skripsi sehingga Mendapat hasil yang baik perlu ditunjuk Dosen Pembimbing yang Akan memberikan bimbingan sepenuhnya terhadap mahasiswa tersebut

Mengingat: 1. Surat Mendikbud RI:
a. Nomor: 0880/U/1997 c.Nomor: 0378/U/1986
b. Nomor: 0213/0/1987 d.Nomor: 0387/U/1987
2. Surat Keputusan BAN PT Depdiknas RI :
a. Nomor : 192/SK/BAN-PT/Ak.XVI/S/IX/2013, tentang Akreditasi Eko. Pembangun
b. Nomor : 197/SK/BAN-PT/Ak.XVI/S/IX/2013, tentang Akreditasi Manajemen
c. Nomor : 197/SK/BAN-PT/Ak.XVI/S/IX/2013, tentang Akreditasi Akuntansi S1
d. Nomor : 001/SK/BAN-PT/Akred/Dpl-III/I/2014 Tentang Akreditasi D.3 Akuntansi
3. Surat Keputusan YLPI Daerah Riau
a. Nomor: 66/Skep/YLPI/II/1987
b. Nomor: 10/Skep/YLPI/IV/1987
4. Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2013
5. Surat Edaran Rektor Universitas Islam Riau tanggal 10 Maret 1987
a. Nomor: 510/A-UIR/4-1987

MEMUTUSKAN

Menetapkan: 1. Mengangkat Saudara - saudara yang tersebut namanya di bawah ini sebagai pembimbing dalam penyusunan skripsi yaitu:

No	N a m a	Jabatan/Golongan	Keterangan
1	Yul Efnita, SE., MM	Lektor, C/c	Pembimbing

2. Mahasiswa Yang Dibimbing Adalah:
N A M A : Ly Wani Siska
N P M : 175210263
Jusan/Jenjang Pendd. : Manajemen / S1
Judul Skripsi : Analisis Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Riau)
3. Tugas Pembimbing Adalah Berpedoman Kepada Surat Keputusan Rektor Universitas Islam Riau Nomor: 52/UIR/Kpts/1989 tentang pedoman penyusunan skripsi mahasiswa di lingkungan Universitas Islam Riau.
4. Dalam pelaksanaan bimbingan supaya memperhatikan usul dan saran dari forum seminar proposal.
5. Kepada pembimbing diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Islam Riau.
6. Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bila terdapat kekeliruan dalam keputusan ini segera akan ditinjau kembali.
- Kutipan: Disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan menurut semestinya.

Ditetapkan di: Pekanbaru
Pada Tanggal: 14 Oktober 2020

Dekan,



Dr. Firdaus AR, SE., M.Si., Ak., CA

Tembusan : Disampaikan pada:

1. Yth : Bapak Rektor Universitas Islam Riau
2. Yth : Sdr. Kepala Biro Keuangan UIR di Pekanbaru.



UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS EKONOMI

الجامعة الإسلامية الريوية

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. +62 761 674674 Fax. +62 761 674834 Email : fekon@uir.ac.id Website : www.ac.uir.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau menerangkan bahwa mahasiswa dengan identitas berikut:

NAMA : **LY WANI SISKA**
NPM : **175210263**
JUDUL SKRIPSI : **PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MENGGUNAKAN MOBILE BANKING PADA BANK BNI (STUDI KASUS MAHASISWA EKONOMI & BISNIS UNIVERSITAS ISLAM RIAU)**
PEMBIMBING : **YUL EFNITA, SE., MM**

Dinyatakan sudah memenuhi syarat batas maksimal plagiarisme yaitu **28%** (dua puluh delapan persen) pada setiap subbab naskah skripsi yang disusun.

Demikianlah surat keterangan ini di buat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 22 Juni 2021

Ketua Program Studi Manajemen

Abd Razak Jer, SE., M.Si

SURAT PERNYATAAN

Saya mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Islam Riau peserta ujian Usulan Penelitian yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ly Wani Siska

NPM : 175210263

Program Studi : Manajemen

Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Resiko terhadap Kepuasan Mahasiswa Menggunakan M-Banking BNI (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Islam Riau)

Atas naskah yang di daftarkan pada ujian Skripsi ini beserta seluruh dokumen persyaratan yang melekat padanya dengan ini saya menyatakan :

1. Bahwa, naskah Skripsi penulis telah sesuai dan mengacu kepada kaidah-kaidah metode penelitian ilmiah dan penulisan karya ilmiah.
2. Bahwa, keseluruhan persyaratan administratif, akademik dan keuangan yang melekat padanya benar telah saya penuhi sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Fakultas dan Universitas.
3. Bahwa, apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti secara syah bahwa saya ternyata melanggar dan atau belum memenuhi sebagian atau keseluruhan atas pernyataan butir 1 dan 2 tersebut di atas, maka saya menyatakan bersedia menerima sanksi pembatalan hasil ujian Skripsi yang telah saya ikuti serta Hukum Negara Republik Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa tekanan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 26 Juli 2021

Pelaku Pernyataan,



Ly Wani Siska

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN RESIKO
TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MENGGUNAKAN M-
BANKING BNI (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMI & BISNIS UNIVERSITAS ISLAM RIAU)**

ABSTRAK
Ly Wani Siska

Penelitian ini bertujuan untuk melihat persepsi kemudahan, kepercayaan dan resiko yang berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa menggunakan mobile banking bank BNI. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dan observasi. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna mobile bank BNI dan 50 sampel. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji t, analisis regresi linier berganda dan uji koefisien determinasi. Jenis dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh langsung dari responden menggunakan mobile banking. Hasil penelitian secara simultan persepsi kemudahan, kepercayaan dan resiko secara simultan terhadap keputusan pembelian menggunakan mobile banking. Persepsi kemudahan dan kepercayaan salah satu indikator yang berpengaruh terhadap keputusan menggunakan mobile banking.

Kunci : Persepsi Kemudahan , Kepercayaan, dan Resiko

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN RESIKO
TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MENGGUNAKAN M-
BANKING BNI (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMI & BISNIS UNIVERSITAS ISLAM RIAU)**

ABSTRACT

Ly Wani Siska

This study aims to see the perceptions of convenience, trust and risk that affect student decisions to use BNI bank mobile banking. The method used in this research is a questionnaire and observation. The population used in this study were BNI mobile bank users and 50 samples. The data analysis technique used is the f test t test, multiple linear regression analysis and the coefficient of determination test. The types and techniques of data collection used are primary data obtained directly from respondents using mobile banking. The results of the study simultaneously perceived convenience, trust and risk simultaneously on purchasing decisions using mobile banking. Perception of convenience and trust is one of the indicators that influence the decision to use mobile banking.

Key: Perceived Ease, Trust, and Risk

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal yang berjudul **“PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MENGGUNAKAN M-BANKING BNI (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI & BISNIS UNIVERSITAS ISLAM RIAU)”** yang merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana S1 jurusan studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Islam Riau Pekanbaru.

Dalam menyelesaikan tugas akhir ini penulis telah banyak memperoleh berbagai dukungan yang sangat berharga dari beberapa pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof.Dr. H. Syafrinaldi SH.,MCL selaku Rektor Universitas Islam Riau.
2. Bapak Dr. Firdaus AR, SE.,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Islam Riau Pekanbaru.
3. Bapak ABD. Razak Jer, SE.,MM selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Islam Riau Pekanbaru.
4. Ibuk Yul Efnita, SE.,MM selaku dosen pembimbing yang tak pernah lelah memberikan petunjuk dan bimbingan kepada penulis sehingga karya ilmiah ini selesai.

5. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan pengajaran kepada penulis selama dibangku kuliah khususnya dosen Jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman-pengalaman selama penelitian mengikuti perkuliahan.
6. Kepada Bank BNI yang memberikan izin dan pengambilan data serta informasi kepada penulis terkait dengan penelitian ini.
7. Kepada kedua orang tua saya tercinta dan kakak adik saya yang memberikan dorongan moril serta materil, semangat dan motivasi sehingga saya dapat menyelesaikan perkuliahan ini.
8. Terimakasih juga kepada teman-teman seperjuangan dan teman-teman dekat penulis yang telah membantu dan terus mendukung saya semoga Allah SWT membalas semua amal dan kebaikan kepada semua pihak yang terkait dalam membantu peneliti untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan akhir ini masih sangat jauh dari kata sempurna, kepada Allah SWT penulis memohon semoga bimbingan, bantuan, pengorbanan serta keikhlasan yang telah diberikan selama ini kan menjadi amal kebaikan dimata Allah SWT dan semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua Aamiin Yarabbal Alamin.

Pekanbaru, 26 Juli 2021

Ly Wani Siska

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Dan	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II : TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS	10
2.1 Pengertian Keputusan Pembelian	10
2.2 Fktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	10
2.3 Keputusan Menggunaka Mobile Banking	12
2.4 Persepsi Kemudahan	12
2.5 Kepercayaan	13
2.6 Resiko	16
2.7 Pengertian Mobile Banking	19
2.8 Penelitian Terdahulu	21
2.9 Kerangka Pemikiran	24
2.10 Hipotesis	
BAB III : METODE PENELITIAN	26
3.1 Lokasi dan Objek Penelitian	26

3.2 Jenis dan Sumber Data	29
3.2.1 Data Primer	29
3.2.1 Data Skunder	30
3.3 Populasi dan Sampel	30
3.3.1 Populasi	30
3.3.2 Sampel	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data	31
3.4.1 Kuesioner	31
3.4.2 Observasi	32
3.5 Analisis Data	32
3.5.1 Uji Instrumen	32
3.6 Analisis Linier Berganda	33
3.7 Analisis Uji Hipotesis	34
3.7.1 Uji t (Parsial)	34
3.7.2 Uji F (Simultan)	34
3.8 Uji Koefisien Determinasi	35
BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	36
4.1 Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis	36
4.2 Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis	37
4.2.1 Program Studi Ekonomi Pembangunan	38
4.2.2 Program Studi Manajemen	38
4.2.3 Program Studi Akuntansi S1	38
4.2.4 Program Studi Akuntansi D3	38
4.3 Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis	39
4.3.1 Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis	
4.3.2 Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis	39
4.4 Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIR	40

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
5.1 Karakteristik Responden	43
5.1.1 Jenis Kelamin.....	43
5.1.2 Usia	44
5.2 Analisis Kuantitatif	45
5.2.1 Uji Validitas	45
5.2.2 Uji Reliabilitas	47
5.3 Analisis Deskriptif.....	48
5.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Kemudahan Menurut Tanggapan Responden.....	48
5.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan Menurut Tanggapan Responden.....	54
5.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Resiko Menurut Tanggapan Responden.....	60
5.3.4 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian Menggunakan Mobile Banking Menurut Tanggapan Responden.....	68
5.3.5 Uji Parsial (t).....	77
5.3.6 Uji Simultan (F).....	78
5.3.7 Analisis Regresi Linier Berganda	79
5.3.8 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	80
5.4 Pembahasan.....	81
5.4.1 Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian	81
BAB VI : PENUTUP	83
6.1 Kesimpulan.....	83
6.2 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	85

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Data Pengguna Mobile Banking Bank BNI	4
2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
3.2 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional.....	26
4.1 Program Studi Fakultas Ekonomi.....	37
5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan	44
5.4 Rekapitulasi Uji Validitas Kemudahan	45
5.5 Rekapitulasi Uji Validitas Kepercayaan.....	46
5.6 Rekapitulasi Uji Validitas Resiko.....	46
5.7 Rekapitulasi Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	47
5.8 Hasil Uji Reliabilitas Data.....	48
5.9 Tanggapan Responden Tentang Mobile Banking Mudah dipelajari Oleh Nasabah	48
5.10 Tanggapan Responden Tentang Mobile Banking Dapat Digunakan Dengan Mudah Sesuai Dengan Keinginan Nasabah.....	49
5.11 Tanggapan Responden Tentang Mobile Banking Dapat Digunakan Kapan Saja dan Dimana Saja	50
5.12 Tanggapan Responden Tentang Mobile Banking Dapat Dengan Mudah di Akses	51
5.13 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kemudahan	52
5.14 Tanggapan Responden Tentang Pihak Bank Melindungi Informasi Personal dan Kebiasaan Saya Bertransaksi Melalui Mobile Banking	54
5.15 Tanggapan Responden Tentang Transaksi Yang Dilakukan Melalui Mobile Banking Aman dan Dapat Dipercaya Karena Dijamin Kerahasiaannya	55

5.16	Tanggapan Responden Tentang Transaksi Melalui Mobile Banking Karena Keakuratan Proses dan Data Terjamin	56
5.17	Tanggapan Responden Tentang Bank Memberikan Kompensasi Kepada Nasabah Sesuai Dengan Kerugian Atas Kesepakatan Bersama.....	57
5.18	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepercayaan.....	58
5.19	Tanggapan Responden Tentang Bank Memiliki Pengendalian Cukup Baik Untuk Melindungi Data Pribadi dan Keuangan Nasabah.....	60
5.20	Tanggapan Responden Tentang Menggunakan Mobile Banking Memakan Biaya Yang Rendah.....	61
5.21	Tanggapan Responden Tentang Pihak Bank Melindungi Informasi Personal Bertransaksi Melalui Mobile Banking.....	62
5.22	Tanggapan Responden Tentang Bukti Pada Setiap Transaksi Mobil Banking Yang Lengkap Dengan Waktu Transaksi.....	62
5.23	Tanggapan Responden Tentang Mobile Banking Tidak Memiliki Resiko Yang Tinggi Terutama Yang Berhubungan Dengan Keamanan Data Pribadi Nasabah	63
5.24	Tanggapan Responden Tentang Bank Sangat Menjamin Keamanan Transaksi Yang Dilakukan Melalui Mobile Banking Terutama Yang Berhubungan Dengan Keamanan Data Pribadi Nasabah	64
5.25	Tanggapan Responden Tentang Gangguan Jaringan Mobile Banking Sangat Rendah	65
5.26	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai Variabel Resiko	66
5.27	Tanggapan Responden Tentang Saya Tertarik Menggunakan Mobile Banking Karena Syarat dan Ketentuannya Mudah.....	68
5.28	Tanggapan Responden Tentang Saya Senang Menggunakan Mobile Banking Karena Dapat Melakukan Berbagai Transaksi Tanpa Harus Pergi ke Bank.....	69
5.29	Tanggapan Responden Tentang Saya Tertarik Menggunakan Mobile Banking Karena Saya Memahami Mobile Banking Serta Manfaatnya.....	70

5.30	Tanggapan Responden Tentang Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking Lebih Terjamin Keamanannya Karena Transaksi Dilakukan Melalui Perangkat Pribadi.....	71
5.31	Tanggapan Responden Tentang Dengan Berbagai Keuntungan Yang Saya Dapat, Saya Menyarakan Nasabah Lain Untuk Menggunakan Mobile Banking BNI.....	72
5.32	Tanggapan Responden Tentang Menggunakan Mobile Banking Sangat Fleksibel Karena Dapat Dilakukan Dimana Saja	73
5.33	Tanggapan Responden Tentang Menggunakan Transaksi Mobile Banking Yang Dilakukan Lebih Cepat Tanpa Harus Mengantri di Teller Atau ATM.....	73
5.34	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian Menggunakan Mobile Banking	74
5.35	Hasil Uji t.....	77
5.36	Hasil Uji F	79
5.37	Hasil Analisis Linier Berganda.....	80
5.38	Koefisien Determinasi	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Logo Bank BNI	3
2.2 Kerangka Berfikir	24
4.1 Struktur Organisasi	40



DAFTAR LAMPIRAN

Lampir	Halaman
1 : Daftar Kuesioner.....	87
2 : Tabulasi Data Penelitian.....	101
3 : Biodata Penulis.....	111
4 : Dokumentasi.....	112



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perbankan merupakan sebuah lembaga perantara yang menghimpun dana dan menyalurkan kembali kepada kegiatan usaha. Dalam bahasan manajemen perbankan (Darmawi, 2011:1) perbankan diartikan salah satu usaha *financial* yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan hidup masyarakat banyak.

Dizaman sekarang perkembangan teknologi begitu pesat. Perkembangan teknologi membuat kebutuhan manusia terhadap informasi semakin kompleks. Hal ini terlihat dari mulai banyaknya perusahaan yang mengoptimalkan usahanya melalui teknologi informasi untuk dapat bertahan dan menang dalam persaingan di pasarg lobal.

Bank merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Sistem informasi dan teknologi telah diterapkan di industri perbankan dan hasilnya sukses luar biasa. Salah satu hasil dari kemajuan system informasi di bidang perbankan adalah lahirnya *e-banking*. Pada awalnya *e-banking* atau *electronic banking* hanya digunakan oleh para pebisnis, tetapi akhir-akhir ini banyak digunakan oleh nasabah bank pada umumnya. Hal tersebut menunjukkan betapa mudahnya penggunaan *e-banking* sehingga banyak yang menggunakan.

Pola transaksi yang masyarakat ketahui adalah dalam system pelayanan bank pada umumnya. Dimana pola transaksinya adalah dengan penulisan data terlebih dahulu, mengantri, tatap muka langsung atau dengan kata lain secara

langsung antara nasabah dengan teller bank yang membutuhkan waktu yang tidak sedikit. Sehingga layanan *Mobile Banking* diberikan oleh bank dengan tujuan memberikan kemudahan kepada para nasabah. Salah satu alasan munculnya *Mobile Banking* adalah karena kesibukan serta kebutuhan manusia yang semakin meningkat, dimana diperlukan sesuatu yang lebih praktis dan tidak terlalu membuang waktu lama.

Mobile banking atau yang lebih dikenal dengan sebutan m-banking merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti handphone, dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui sms (pesan singkat) pada handphone. Dengan adanya handphone dan layanan mobile banking, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual, artinya kegiatan yang sebelumnya dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, kini dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi bank, hanya dengan menggunakan handphone nasabah dapat menghemat waktu dan biaya. Layanan mobile banking memberikan kemudahan kepada para nasabah untuk melakukan transaksi perbankan seperti cek saldo, transfer antar rekening, dan lain-lain (Mubiyantoro dan Syaefullah, 2013: 2).

Kebanyakan dari pelanggan, terutama nasabah bank menginginkan suatu pelayanan yang bersifat *simple* dan praktis. Oleh karena itu, diciptakan sebuah system yang akan membantu pelayanan dengan menggunakan telepon selular dan internet. Nasabah bank tidak perlu lagi menghabiskan waktu yang lama untuk mengantri dan membuat catatan pada saat membutuhkan pelayanan.

Elektronik Banking merupakan layanan perbankan yang meliputi *Internet Banking, Mobile Banking, SMS Banking dan Phone Banking*. Fasilitas yang

disediakan perusahaan perbankan melalui benda elektronik misalnya: *handphone*, *computer*, dan *telephone* untuk mengganti kebutuhan bertransaksi yang biasanya menggunakan ATM. *Elektronik Banking* membuka paradigma baru, struktur baru dan strategi bagi retail bank, dimana bank menghadapi kesempatan dan tantangan yang baru (Amanullah, 2014:5).

M-banking merupakan salah satu hasil pengembangan teknologi yang digunakan dalam domain komersial. *M-banking* ini mengkombinasikan teknologi informasi dan aplikasi bisnis secara bersama. Dengan adanya *m-banking*, nasabah bisa mendapatkan layanan perbankan 24 jam sehari tanpa harus mendatangi kantor cabang bank untuk transaksi personal (Muasyaroh, 2014: 3). Dengan fasilitas ini, setiap orang memiliki ponsel dapat dengan mudah bertansaksi dimana saja dan kapan saja. Hal ini membuat bank menyediakan fasilitas *sms banking*, *internet banking* dan *phone banking* demi mendapatkan kepuasan dalam menggunakan berbagai macam produk dan jasa yang diberikan oleh pihak bank.

Minat masyarakat Indonesia dalam menggunakan layanan elektronik perbankan sangat tinggi hal ini dapat dilihat dari masuknya situs-situs perbankan seperti Bank BCA, Bank BNI, Bank Mandiri, Bank BRI dan Bank Riau. Salah satu bank yang mengimplementasikan layanan mobile banking di Indonesia adalah Bank Negara Indonesia.

Gambar 1.1 Logo Bank BNI



Melayani Negeri, Kebanggaan Bangsa

PT. Bank Negara Indonesia (persero), Tbk (selanjutnya disebut “BNI” atau Bank”) pada awalnya didirikan di Indonesia sebagai Bank sentral dengan nama “Bank Negara Indonesia” berdasarkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No. 2 tahun 1946 tanggal 5 Juli 1946. Selanjutnya, berdasarkan undang-undang nomor 17 tahun 1968, BNI ditetapkan menjadi “Bank Negara Indonesia 1946” dan statusnya menjadi Bank Umum Milik Negara. BNI Internet Banking adalah layanan perbankan yang berbasis jaringan online. Setiap nasabah BNI berhak menggunakan BNI Internet Banking. Fitur-fitur yang tersedia di BNI Internet Banking sangat lengkap mulai dari transfer dana hingga pembayaran tagihan telepon, listrik, atau asuransi. Jadi sangat disayangkan jika nasabah tidak mengaktifkan dan menggunakan layanan ini.

Tabel 1.1
Data Pengguna Mobile Banking Bank BNI

No.	Tahun	Pengguna M-Banking
1	2017	32 juta
2	2018	97 juta
3	2019	142 juta

Sumber : www.bni.co.id

Berdasarkan Tabel 1, dapat dilihat jika jumlah pengguna mobile banking tiap tahunnya meningkat, pada tahun 2017 tercatat 32 juta pengguna mobile banking, lalu pada tahun 2018 tercatat 97 juta pengguna mobile banking, dan pada tahun 2019 tercatat 142 juta pengguna mobile banking. Pencatatan ini dilakukan berdasarkan data per tahun yang menggunakan mobile banking Bank Negara Indonesia (BNI).

Keputusan nasabah menggunakan mobile banking salah satunya karena kemudahan yang diberikan oleh pihak bank. Kemudahan adalah suatu keadaan di mana seseorang yakin dengan menggunakan teknologi informasi mampu mengurangi usaha apapun dan mudah dipahami oleh pengguna. Apabila seseorang percaya bahwa teknologi mudah untuk digunakan, maka ia akan menggunakannya. Pendapat tersebut berkaitan dengan pendapat Davis et.al, (1989:320). Pada saat ini, teknologi menawarkan berbagai macam kemudahan dalam mengakses produk-produk M-Banking. Pada dasarnya sebuah layanan M-Banking memberikan kegunaan bagi para pengguna pasti akan diterima dengan baik.

Faktor kepercayaan merupakan faktor yang memberi pengaruh terhadap penerimaan *m-banking* sehingga bank harus membentuk sikap yang positif yang dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap teknologi yang diterapkan (Tjini dan Baridwan,2011:5). Ketika suatu bank mampu memberikan keamanan bagi nasabahnya maka kepercayaan akan diperoleh dari nasabahnya. Kepercayaan terhadap suatu system layanan *M-banking* akan menentukan keputusan konsumen untuk melakukan sistem ini.

Risiko sendiri diartikan suatu keadaan *uncertainty* yang dipertimbangkan orang untuk memutuskan atau tidak melakukan transaksi secara online. Orang-orang benar-benar mempertimbangkan jarak dan suasana impersonal dalam transaksi online dan infrastruktur global yang banyak mengandung risiko. Risiko didefinisikan sebagai perkiraan subyektif konsumen untuk menderita kerugian dalam menerima hasil yang diinginkan menurut Pavlou (Amijaya, 2010:15).

Adanya tindak kejahatan seperti ini bisa jadi menimbulkan keraguan atau ketidakpercayaan nasabah terhadap perbankan. Terkait dengan kejahatan *ciber* yang terjadi di dunia termasuk Negara Indonesia saat ini adalah tingkat keamanan, yang meliputi rasa aman secara fisik, *financial* dan rahasia yang dapat dijamin perusahaan.

Berdasarkan fenomena tersebut timbul ketertarikan untuk meneliti kembali Minat bertransaksi dalam penggunaan *Mobile Banking*. Pada penelitian kali ini, peneliti mencoba untuk melakukan hal yang sama yaitu meneliti beberapa faktor yang mempengaruhi sikap yang selanjutnya juga mempengaruhi Minat penggunaan *Mobile Banking*. Konteks penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti saat ini berfokus pada penggunaan *Mobile Banking* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis. Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau Ternyata banyak peminat salah satunya adalah pengguna mobile banking BNI. Dari 62 mahasiswa yang disurvei ternyata 50 orang menggunakan mobile banking BNI tidak yang lainnya, maka oleh karena itu penulis tertarik untuk mencari tahu persepsi kemudahan, kepercayaan, dan resiko terhadap keputusan mahasiswa menggunakan mobile banking BNI.

Berdasarkan uraian latar belakang maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MENGGUNAKAN M-BANKING BNI (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI & BISNIS UNIVERSITAS ISLAM RIAU)”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut : “Apakah persepsi kemudahan, kepercayaan, dan risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile banking* pada Bank BNI?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, dan risiko terhadap pengaruh kemudahan, kepercayaan, dan risiko terhadap keputusan nasabah menggunakan *mobile banking* Bank BNI.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberi manfaat untuk berbagai pihak diantaranya :

a. Bagi Objek Yang Diteliti

Diharapkan dapat memberikan masukan bagi para pengambil keputusan dibidang perbankan dalam mengelola system layanan *mobile banking* dalam meningkatkan *privacy* nasabahnya agar nasabah semakin yakin dan percaya pada layanan *mobile banking* terutama pada nasabah PT Bank BNI.

b. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sarana untuk menerapkan teori-teori yang telah dipelajari pada waktu perkuliahan dan menambah pengetahuan serta wawasan mengenai kemudahan, kepercayaan, dan

resiko terhadap keputusan nasabah menggunakan *mobile banking* Bank BNI.

c. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan serta memberikan kontribusi berupa informasi mengenai minat nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking*.

1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan adalah suatu penjabaran dari isi penelitian yang terdiri dari bagian awal, bagian isi, bagian akhir.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan pendahuluan yang terdiri atas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang didasarkan oleh masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini dan menjelaskan variabel penelitian serta hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

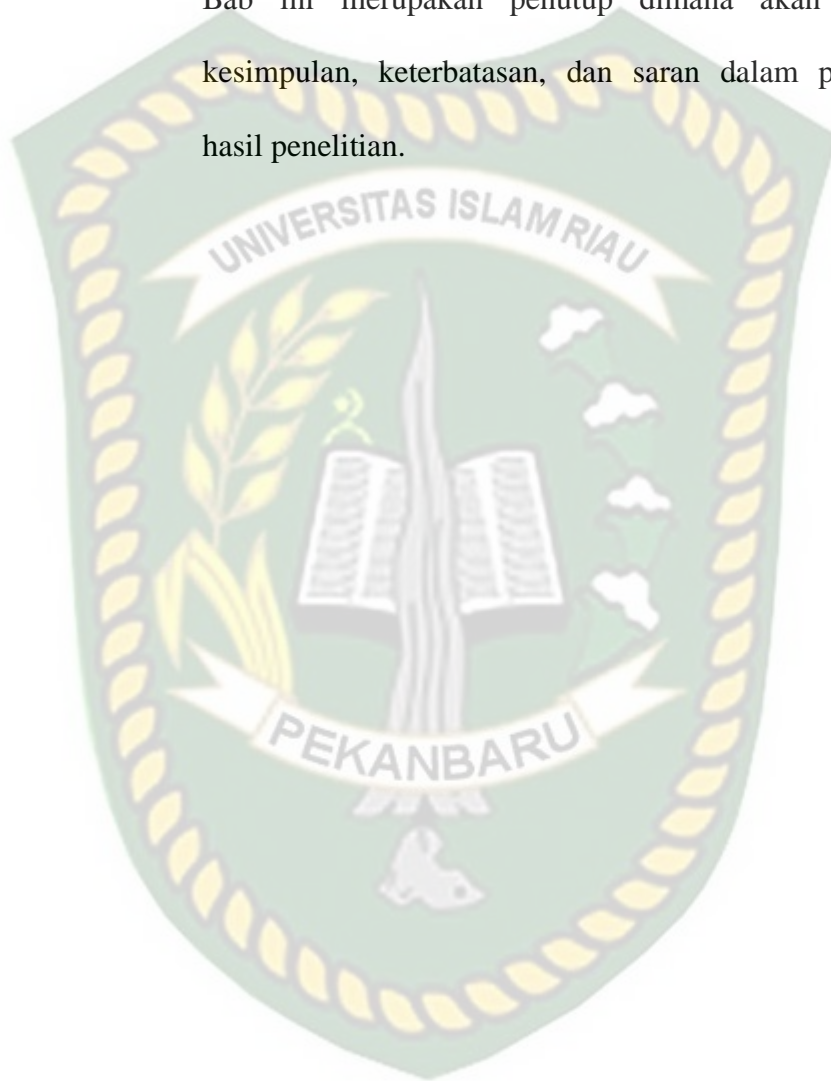
Bab ini menjelaskan tentang ruang lingkup penelitian seperti lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik analisis data dan teknik pengumpulan data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil penelitian dan pembahasan serta menemukan jawaban dalam masalah-masalah penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan penutup dimana akan dijelaskan kesimpulan, keterbatasan, dan saran dalam pembahasan hasil penelitian.



BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS

2.1 Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut Oslon dan Peter (2009:162), keduanya menyatakan bahwa keputusan pembelian merupakan sebuah proses pengintegrasian yang dikombinasikan untuk mengevaluasi dua atau lebih dari beberapa perilaku alternatif dan menentukan pilihan salah satu di antara berbagai pilihan tersebut. Selaras dengan pendapat tersebut menurut Thomson (2013), mengartikan bahwa keputusan pembelian merupakan kegiatan atau perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek. Namun disini yang menjadi fokus objeknya adalah segala hal yang berkaitan dengan perilaku pembelian.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007: 485) keputusan adalah penyeleksian terhadap beberapa pilihan alternatif. Sehingga, pilihan alternatif wajib tersedia saat seseorang akan mengambil keputusan. Jadi secara garis besar, keputusan pembelian adalah sebuah hasil dari proses membandingkan antara alternatif pilihan satu dengan yang lain hingga akhirnya memilih salah satu diantara dua atau lebih alternatif pilihan yang ada.

2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Setiap konsumen memiliki alasan membeli yang berbeda-beda. Belum tentu konsumen yang membeli barang yang sama juga memiliki alasan atau faktor yang menyebabkan mereka membeli juga sama. Menurut James Engel dkk (1994) dalam Usman Efendi (2016) menyatakan bahwa yang mempengaruhi konsumen

dalam keputusan pembelian adalah pengaruh budaya, kelas sosial, pribadi keluarga dan situasi.

Pengaruh budaya, pada faktor ini acuannya adalah pada nilai, artefak, gagasan dan simbol-simbol lain yang bermakna untuk membantu individu berkomunikasi, melalui evaluasi dan penafsiran sebagai anggota masyarakat.

Pengaruh kelas sosial, kelas sosial merupakan hirarki pembagian didalam masyarakat yang terdiri dari individu-individu yang berbagi minat, nilai dan perilaku yang sejenis. Mereka dibedakan atas dasar sosial ekonomi yang berjajar mulai dari yang rendah hingga yang tinggi. Status sosial kerap menghasilkan bentuk-bentuk perilaku konsumen yang berbeda misalnya merek dan model kendaraan yang disukai.

Pengaruh pribadi, individu sebagai konsumen perilakunya kerap kali dipengaruhi oleh mereka yang berhubungan erat dengan individu lain. Mungkin hal tersebut terjadi karena adanya penyesuaian terhadap sikap orang-orang terdekat tersebut dengan norma dan harapan yang diberikan. Menghargai orang-orang disekelilingnya untuk nasihat mereka mengenai pilihan pembelian.

Pengaruh keluarga, keluarga kerap kali menjadi salah satu unit pengambilan keputusan utama tentu saja dengan pola peranan dan fungsi yang kompleks dan bervariasi. Sebagai contoh kerap kali ketika seorang ayah akan membeli sepeda motor maka anak-anaknya ikut berpartisipasi dalam menentukan merek dan jenis sepeda motor yang dibelinya.

Pengaruh situasi, pengaruh situasi dapat dipandang sebagai pengaruh yang timbul akibat dari faktor yang khusus untuk waktu dan tempat yang spesifik yang terlepas dari karakteristik konsumen dan karakteristik objek. Situasi konsumen

adalah faktor lingkungan sementara yang menyebabkan suatu situasi dimana perilaku konsumen muncul pada waktu tertentu dan tempat tertentu.

2.3 Keputusan Menggunakan Mobile Banking

Keputusan menggunakan *mobile banking* dapat diartikan sebagai keinginan seseorang dalam melakukan suatu perilaku (Jogiyanto, 2008: 34). Keputusan menggunakan adalah kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi. Nasabah yang telah merasa nyaman, percaya dan merasa puas terhadap *mobile banking* akan terus menggunakan layanan ini untuk mendukung kegiatan sehari-hari (Panggih Rizki, 2014: 3). Pemanfaatan suatu teknologi menunjukkan keputusan individu untuk menggunakan atau tidak menggunakan teknologi dalam menyelesaikan serangkaian tugasnya. Idealnya, dalam hubungannya dengan faktor kecocokan tugas dengan teknologi, pemanfaatan teknologi diukur dari seberapa besar keinginan pemakai untuk menggunakan sistem, kesesuaian akan kebutuhan, dukungan dalam menggunakannya, dan merekomendasikannya kepada orang lain (Maharsi dan Yuliani, 2007: 36).

2.4 Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan didefinisikan Davis et al (1989) Chin dan Todd (1995) merupakan seberapa besar teknologi komputer dirasakan relatif mudah untuk dipahami dan digunakan. Persepsi individu berkaitan dengan kemudahan dalam menggunakan komputer (*perceived ease of use*) merupakan tingkat dimana individu percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari kesalahan. Persepsi ini kemudian akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi (Igbaria, 2000). Sedangkan menurut

Davis (1989) pengertian *perceived ease of use* didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan TI merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan TI dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan pemakai. Dalam TAM, faktor persepsi terhadap kemudahan untuk menggunakan teknologi dan persepsi terhadap daya guna sebuah teknologi berhubungan dengan sikap seseorang pada penggunaan teknologi tersebut. Sikap pada penggunaan sesuatu adalah sikap suka atau tidak suka terhadap penggunaan suatu produk. Sikap suka atau tidak suka terhadap suatu produk ini dapat digunakan untuk memprediksi perilaku niat seseorang untuk menggunakan suatu produk atau tidak menggunakannya.

2.5 Kepercayaan

Kepercayaan adalah kekuatan kepercayaan bahwa suatu produk memiliki atribut tertentu (Irma Dhani, 2011:4). Kepercayaan konsumen ini bisa digambarkan melalui sikap dengan menyukai atau tidak menyukai suatu objek atau sistem. Kepercayaan dalam menggunakan layanan m-banking ditunjukkan melalui keamanan maupun manfaat yang diberikan oleh produk tersebut. Kepercayaan juga bisa dikatakan sebagai keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan itu sesuai dengan harapannya. Kepercayaan merupakan tindakan atau keyakinan suatu pihak dalam menjalin hubungan dengan pihak lain bahwa tindakan yang dilakukan akan menghasilkan sesuatu yang positif. Menurut Morgan dan Hunt (dalam Widiastuti, 2010: 34) bahwa kepercayaan menjadi ada dan eksis manakala suatu pihak memiliki keyakinan atas kemampuan dan integritas dari pihak lain. Menurut Kanter (dalam

Widiastuti, 2010: 34) kepercayaan berkembang arti pengertian yang saling menguntungkan yang berdasar pada nilai-nilai yang dibagi dan hal ini sangat penting bagi loyalitas. Kepercayaan didefinisikan sebagai kemauan seseorang untuk peka terhadap tindakan orang lain berdasarkan pada harapan bahwa orang lain akan melakukan tindakan tertentu pada orang yang mempercayainya, tanpa tergantung pada kemampuannya untuk mengawasi dan mengendalikannya menurut (Bella, 2014:43). Pendapat lain seperti Mayer dan Rahmawati (dalam Bella,2014:9) mendefinisikan kepercayaan sebagai kemauan seseorang untuk peka terhadap tindakan orang lain berdasarkan pada harapan bahwa orang lain akan melakukan tindakan tertentu pada orang yang mempercayainya, tanpa tergantung pada kemampuannya untuk mengawasi dan mengendalikannya. Kepercayaan konsumen atau pengetahuan konsumen menyangkut kepercayaan bahwa suatu produk memiliki berbagai atribut, dan manfaat dari berbagai atribut tersebut.

Para pemasar perlu memahami atribut mana yang digunakan untuk mengevaluasi suatu produk. Pengetahuan berguna dalam mengkomunikasikan atribut suatu produk kepada konsumen (Sumarwan, 2011:166). Ganesan dan Shankar menjelaskan bahwa kepercayaan itu merupakan refleksi dari dua komponen, yaitu:

- a. *Credibility* : yang didasarkan kepada besarnya kepercayaan kemitraan dengan organisasi lain dan membutuhkan keahlian untuk menghasilkan efektivitas dan kehandalan pekerjaan.
- b. *Benevolence* : yang didasarkan pada besarnya kepercayaan kemitraan, yang memiliki tujuan dan motivasi yang menjadi kelebihan untuk

organisasi lain pada saat kondisi yang baru muncul, yaitu kondisi dimana komitmen tidak terbentuk.

Menurut Jasfar (2009:165), kepercayaan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan penyedia jasa, karena perusahaan menjanjikan produk yang tidak perlu dilihat. Kepercayaan menjadi sesuatu yang penting ketika seseorang menggunakan sistem teknologi m-banking. Kepercayaan ini didukung oleh pihak perbankan yang mampu menyediakan sistem yang baik. Suatu system m-banking yang berjalan dengan baik, maka diharapkan dapat memberikan manfaat dan keamanan dalam bertransaksi. Sehingga kepercayaan dalam menggunakan sistem m-banking dapat memberikan minat bagi pemakainya. Dari beberapa uraian di atas, bahwa variable kepercayaan merupakan suatu dasar dalam menjalin suatu hubungan dalam kecenderungan nasabah untuk mempercayai akan keandalan suatu produk bank. Dapat dinyatakan bahwa kepercayaan yaitu kepercayaan pihak tertentu terhadap pihak lain dalam melakukan hubungan antara kedua belah pihak berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang dipercayainya tersebut akan memenuhi segala kewajiban sesuai yang diharapkan. Untuk menimbulkan rasa kepercayaan terhadap pihak bank, kepercayaan harus dibangun dari awal dan membutuhkan proses untuk menimbulkan rasa percaya tersebut. Para nasabah lebih cenderung meragukan aspek percaya terhadap bank dan para nasabah juga cenderung meragukan aspek keamanan yang ditawarkan oleh pihak bank. Kepercayaan memiliki pengaruh yang tinggi pada ketertarikan dalam bertransaksi secara online.

2.6 Resiko

Menurut Supranto dan Hakim (2003:33) dalam bukunya yang berjudul Pengambilan Risiko secara strategis pengambil keputusan bisnis menerangkan bahwa risiko bisa didefinisikan sebagai uncertainty dimana risiko berhubungan dengan ketidak pastian. Risiko dihubungkan dengan kemungkinan terjadinya akibat buruk (kerugian) yang tak diinginkan atau tidak terduga. Menurut Holton dua hal yang dibutuhkan agar terjadi risiko yaitu adanya ketidak pastian tentang hasil dari suatu eksperimen dan *the outcome have to matter in terms of providing utility* (hasilnya bisa menimbulkan keuntungan atau kerugian). Risiko bisa dikelompokkan kedalam dua tipe risiko, (Hanafi, 2013)

- a. Risiko murni (*pure risk*) adalah risiko dimana kemungkinan kerugian ada, tetapi kemungkinan keuntungan tidak ada.
- b. Risiko spekulatif adalah risiko dimana kita mengharapkan terjadinya kerugian dan juga keuntungan.

Risiko merupakan sesuatu yang tidak bisa dihindarkan, risiko akan terjadi ketika terbentuknya selisih antara keuntungan *actual* atau manfaat yang diterima dengan yang diharapkan. Risiko menjadi sebuah pertimbangan seseorang dalam memberikan suatu keputusan. Menurut Amijaya (2010:36) risiko adalah suatu keadaan *uncertainty* yang dipertimbangkan orang untuk memutuskan atau tidak melakukan transaksi secara online. Orang-orang benar mempertimbangkan jarak dan suasana impersonal dalam transaksi online dan infrastruktur global yang banyak mengandung unsur risiko. Pendapat lainnya Pavlou (dalam Amijaya, 2010:50) persepsi risiko adalah suatu persepsi-persepsi tentang ketidak pastian

dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan tertentu. Menurut Al (dalam Amijaya, 2010: 50) persepsi risiko adalah penaksiran subyektif mengenai probabilitas tipe yang menspesifikkan kecelakaan yang terjadi dan bagaimana kekhawatiran akan konsekuensi yang ditimbulkan.

Pendapat Javenpaa (dalam Amijaya, 2010: 51) menyatakan bahwa persepsi risiko memainkan peranan yang kuat untuk mengurangi minat konsumen untuk mengambil bagian dalam *e-commerce* sehingga persepsi risiko dimungkinkan akan berpengaruh *negative* untuk melakukan transaksi secara online. Terdapat banyak risiko yang dipertimbangkan konsumen. Salah satunya dari Hacoby dan Kaplan menjelaskan ada enam jenis risiko yang dipersepsikan oleh konsumen, (Suryani, 2013: 86-87) yaitu:

- a. Risiko keuangan merupakan risiko yang diakibatkan oleh kerugian dari aspek keuangan yang akan dialami konsumen. Risiko keuangan akan menjadi pertimbangan penting ketika daya beli konsumen rendah atau konsumen mempunyai keterbatasan *financial*.
- b. Risiko kinerja merupakan risiko yang diakibatkan karena produk tidak dapat memberikan kemampuan seperti yang diharapkan.
- c. Risiko psikologis adalah risiko psikologis dalam pembelian produk berupa, citra diri yang buruk dan harga diri yang menjadi rendah.
- d. Risiko fisiologis merupakan risiko akibat pembelian produk yang dapat berupa terganggunya fisik atau kesehatan fisik atau kesehatan konsumen.

- e. Risiko sosial ialah risiko yang muncul akibat pembelian produk yang berupa kurang diterimanya konsumen di lingkungan masyarakat.
- f. Risiko waktu adalah risiko yang diterima berupa hilangnya waktu konsumen akibat pembelian produk.

Tingkat risiko yang disarankan oleh seseorang dapat dipengaruhi oleh kategori produk. Hal ini dapat terjadi karena konsumen merasa bahwa pengambilan keputusan penggunaan jasa lebih berisiko tinggi dari pada produk. Begitu pun dalam penggunaan *m-banking*, ketika perbankan mampu memberikan pelayanan sistem yang baik maka diharapkan risiko yang ditimbulkan rendah. Ketidakpastian terhadap penggunaan sistem online menjadi pertimbangan bagi seseorang untuk menggunakan atau tidak menggunakan suatu transaksi secara online. Risiko yang terjadi pada *m-banking* biasanya berkaitan dengan keamanan pada sistem itu sendiri. Suatu risiko yang ditimbulkan *m-banking* setidaknya memberikan jaminan bagi penggunaannya. Sehingga dapat memberikan rasa aman bagi pengguna layanan *m-banking*.

Besarnya Risiko mempengaruhi minat terhadap *m-banking* sehingga memproses transaksi melalui *m-banking* nasabah sering menganggap bahwa ada risiko yang tinggi walaupun risiko tersebut rendah. Nasabah mempunyai lebih banyak informasi mengenai kelebihan mengenai *m-banking* akan beranggapan risikonya rendah dan karena itu mereka mempunyai kepercayaan yang lebih dalam transaksinya. Risiko menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh nasabah dalam membuat keputusan apakah akan menggunakan *m-banking*

atau tidak. Semakin tinggi risiko persepsiannya, maka nasabah akan mengurungkan minatnya menggunakan *m-banking*.

2.7 Pengertian Mobile Banking

Mobile banking atau yang lebih dikenal dengan sebutan m-banking merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti handphone, dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui sms (pesan singkat) pada handphone. Dengan adanya handphone dan layanan mobile banking, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual, artinya kegiatan yang sebelumnya dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, kini dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi gerai bank, hanya dengan menggunakan handphone nasabah dapat menghemat waktu dan biaya (Mubiyantoro dan Syaefullah 2013: 2).

Bank menyediakan layanan mobile banking (m-banking) untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan alternatif media untuk melakukan transaksi perbankan, selain yang tersedia di kantor cabang dan ATM. Dengan mobile banking, masyarakat tidak perlu lagi membuang waktu untuk mengantri di kantor-kantor bank atau ATM, karena saat ini banyak transaksi perbankan dapat dilakukan dimanapun, kapanpun dengan mudah dan praktis melalui handphone. Contohnya adalah transfer dana antar rekening maupun antar bank, pembayaran tagihan, pembelian pulsa isi ulang, ataupun pengecekan mutasi dan saldo rekening. Hampir semua bank di Indonesia telah menyediakan fasilitas mobile banking berupa SIM tolkit (Menu Layanan Data) maupun sms plain (sms manual) atau dikenal dengan SMS 22 banking. Mobile banking adalah langkah awal evolusi bank menjadi financial service provider (FSP) (Tirtana dan Sari, 2014: 672).

Menurut Hutabarat (2010: 4), mobile banking adalah sebuah fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti handphone dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM kecuali mengambil uang cash.

Selain itu Mattila (2003: 6) menyatakan bahwa mobile banking adalah layanan perbankan melalui saluran via wireless, Mobile banking adalah bagian dari electronic banking yang menggunakan teknologi mobile phone. Ada dua macam bentuk mobile banking, yaitu SMS-banking yang diakses dengan mengirimkan pesan tertulis dan WAP-banking bentuk mobile internet service yang diakses via GPRS (internet) connection. Mobile banking memberikan manfaat baik kepada pihak perbankan maupun nasabah. Diantaranya bagi pihak bank adalah business expansion, customerloyalty, revenue and cost improvement, competitive advantage, new business model serta fee base income. Selain itu, manfaat bagi para nasabah diantaranya memberikan kemudahan dan kecepatan, transaksi dimana saja dan kapan saja dapat dilakukan dan hemat biaya dan waktu (Mubiyantoro dan Syaefullah 2013: 2).

Dalam hal ini, fungsi bank tidak hanya sebagai tempat menyimpan dan menyalurkan uang. Sebagai FSP, bank di masa depan berfungsi mengelola keuangan nasabahnya. Termasuk dalam pembayaran tagihan, sampai merencanakan dana pensiun. Layanan-layanan ini bersifat personal, disesuaikan dengan karakteristik nasabahnya

2.8 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

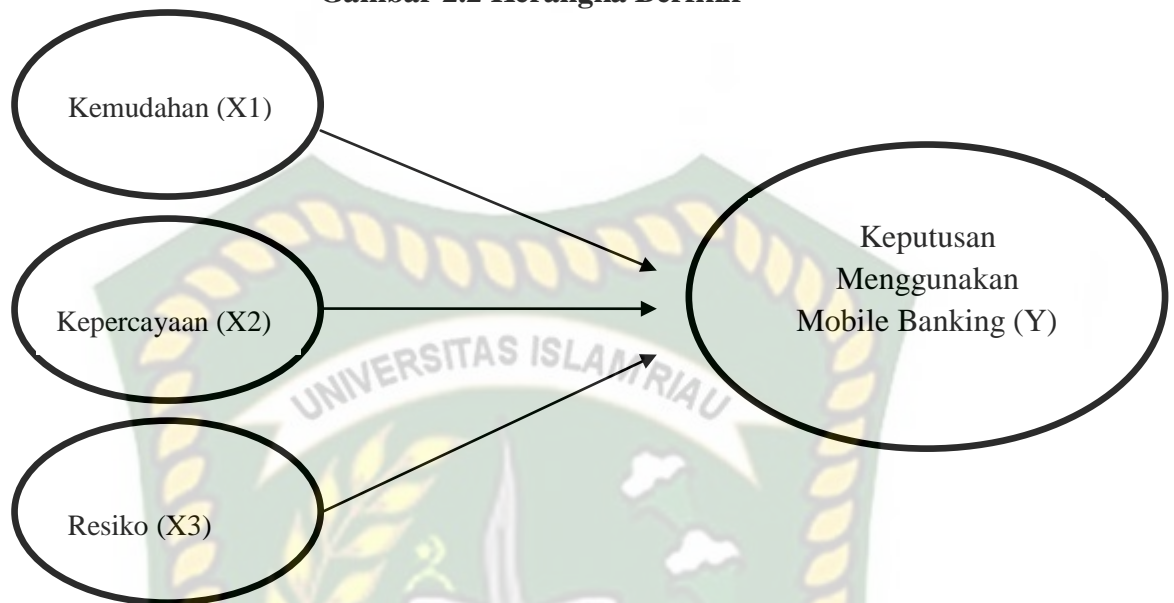
No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Varibel	Hasil Penelitian
1.	Sri Ambar Wahyuningsih (2019)	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kemanfaatan dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Nasabah BNI Syariah KC Yogyakarta)	X1 = Persepsi Kemudahan X2 = Kemanfaatan X3 = Risiko Y = Minat nasabah menggunakan internet banking	Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa variable kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan internet banking dibank BNI Syariah, variable kemanfaatan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat menggunakan internet banking. Variabel risiko berpengaruh negative dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan internet banking. Variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan internet

				banking.
2.	Muamar Azizi (2018)	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Dan Risiko terhadap keputusan nasabah Menggunakan E-Banking pada PT. BNI Syariah kcp Yogyakarta.	X1 = Persepsi Kemudahan X2 = Kepercayaan X3 = Risiko Y = Keputusan nasabah Menggunakan E-Banking	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, kepercayaan, dan resiko secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan menggunakan e-banking.
3.	Bima Purwadika Arthana (2019)	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Konsumen Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Studi Pada Nasabah Bni Menggunakan Bni <i>Mobile</i> Di Kantor Cabang	X1 = Persepsi Kemudahan X2 = Kenyamanan X3 = Kepercayaan Y = Minat Konsumen Menggunakan <i>Mobile Banking</i>	Hasil analisis data menunjukkan bahwa, secara parsial besarnya pengaruh persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen menggunakan <i>Mobile Banking</i> adalah sebesar 68%, persepsi kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen menggunakan <i>Mobile Banking</i> adalah sebesar 68,2% dan kepercayaan

		<p>Pembantu (Kcp) Bni Universitas Lampung, Bandar Lampung).</p>	<p>berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen menggunakan Mobile Banking adalah sebesar 57%. Secara simultan, besarnya pengaruh variable persepsi kemudahan, persepsi kenyamanan, dan kepercayaan terhadap minat konsumen menggunakan Mobile Banking adalah sebesar 75% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.</p>
--	--	---	---

2.9 Kerangka Pemikiran

Gambar 2.2 Kerangka Berfikir



Sumber : Dari berbagai jurnal penelitian, 2020

Keterangan :

X1 = Kemudahan

X2 = Kepercayaan

X3 = Resiko

Y = Keputusan Menggunakan Mobile Banking

2.10 Hipotesis

Hipotesis penelitian merupakan dugaan awal atau kesimpulan sementara hubungan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen sebelum dilakukan penelitian dan harus dibuktikan melalui penelitian. Hipotesis dipakai untuk menentukan apakah jawaban teoritis yang terkandung dalam pernyataan hipotesis didukung oleh fakta yang dikumpulkan dan dianalisis dalam proses pengujian data (Supomo, 2011:191).

Berdasarkan perumusan dan tujuan yang telah dipaparkan diatas maka hipotesis yang dirumuskan adalah “diduga Kemudahan, Kepercayaan, Resiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan mobile banking”.



Dokumen ini adalah Arsip Miitik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Dan Objek Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini dilakukan pada Universitas Islam Riau yang terletak di Jln. Kaharuddin Nasution KM 11 No. 113 Simpang Kota Pekanbaru. Selanjutnya, objek penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis yang masih aktif registrasi online.

Tabel 3.1
Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional

Variabel	Dmensi	Indikator	Skala
Kemudahan penggunaan merupakan seberapa besar teknologi internet dirasakan relative mudah untuk dipahami dan digunakan (Davis et. al, 1998) dalam (Hardiawan, 2013)		a. Mudah dipelajari b. Sesuai dengan keinginan c. Dapat digunakan kapan saja d. Kemudahna akses	Ordinal
Kepercayaan merupakan	1. Credibility	a. Sistem kerahasiaan	Ordinal

<p>sebagai kemauan seseorang untuk peka terhadap tindakan tertentu pada orang yang mempercayainya (Mayer dan Rahmawati) dalam (Bella, 2014:9)</p>		<p>b. Sitem kepercayaan</p>	
	<p>2. Benevelonce</p>	<p>c. Mengedepankan kepentingan d. Menjaga nama baik dan berkomitmen tinggi</p>	
<p>Resiko merupakan suatu keadaan <i>uncertainty</i> yang dipertimbangkan orang untuk memutuskan atau tidak melakukan transaksi secara online (Amijaya 2010:36)</p>	<p>1. Resiko Keuangan</p>	<p>a. Kondisi keuangan b. Biaya rendah</p>	<p>Ordinal</p>

	2. Resiko Kinerja	<p>c. Keamanan eksternal dan internal</p> <p>d. Jaminan transaksi</p> <p>e. Kekhawatiran terhadap fungsi produk</p>	
	3. Resiko Psikologis	f. Kekhawatiran kemungkinan hilangnya citra diri akibat tidak sesuainya produk dengan kepribadian konsumen	
	4. Resiko Waktu	g. Lama proses	
Keputusan pembelian (menggunakan) merupakan kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi (Jogiyanto, 2008:34)	1. Mengenali Kebutuhan	<p>a. Mengumpulkan informasi sesuai kebutuhan</p> <p>b. Mengumpulkan informasi sesuai keinginan</p>	Ordinal

	2. Pencarian informasi	c. Mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan mobile banking d. Mencari informasi dari website	
	3. Evaluasi alternative	e. Mencoba membandingkan dengan mobile banking lain	
	4. Keputusan membeli	f. Manfaat produk yang sesuai di harapkan	
	5. Perilaku pasaca pembelian	g. Adanya rasa puas terhadap penggunaan mobile banking dari pada ATM/BANK	

Sumber : data dari jurnal penelitian terdahulu

3.2 Jenis dan Sumber Data

Adapun data yang digunakan dalam penelitian, yaitu:

3.2.1 Data Primer

Data primer adalah data yang mengarah pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan faktor-faktor minat untuk tujuan yang lebih jelas (Uma Sekaran, 2011). Data primer yang ada dalam penelitian ini merupakan hasil penyebaran kuesioner pada sampel yang telah ditentukan berupa data mentah dengan skala Likert untuk mengetahui respon dari

responden yang ada mengenai pengaruh kenyamanan, keamanan, dan ketersediaan fitur terhadap keputusan mahasiswa untuk menggunakan mobile banking.

3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, dimana data ini yang sifatnya mendukung keperluan data primer seperti buku, literature dan bacaan yang berkaitan dengan pelaksanaan penelitian (Sugiono 2008:402). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari beberapa dokumen, literature buku-buku yang terkait dengan pemasaran melalui media social dan keputusan mahasiswa dalam menggunakan mobile banking.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2008: 115), mengatakan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang dijadikan sebagai obyek dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna mobile banking bank BNI di Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Islam Riau.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2008:118) menyatakan sampel merupakan bagian dari keseluruhan karakteristik yang dimiliki oleh sebuah populasi. Teknik penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu pengambilan sample secara

sengaja sesuai dengan persyaratan sampel dengan kriteria tertentu dan kuesioner.

Sampel yang dipilih adalah sebagai berikut :

1. Mahasiswa aktif
2. Seluruh jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
3. Menggunakan BNI Mobile Banking

Karakteristik responden pernah betransaksi melalui mobile banking, karena konsumen yang telah menggunakan BNI mobile banking tersebut dianggap sudah mengetahui tujuan mereka menggunakan mobile banking dan seluruh jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau.

Menurut Roscoe dalam Sugiyono (2010), adalah ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah 50 pengguna BNI mobile banking yang diharapkan bisa memberikan gambaran secara faktual mengenai kondisi yang sebenarnya terjadi sesuai untuk menjawab rumusan masalah yang ditetapkan.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan, yaitu:

3.4.1 Kuesioner

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan caramemberi pertanyaan tertulis kepada mahasiswa yang menggunakan internet banking supaya mengetahui berapa banyak yang sudah menggunakan internet banking.

3.4.2 Observasi

Penulis langsung ke lapangan dan melakukan pengamatan langsung pada yang akan objek penelitian. Tujuannya adalah untuk mendapatkan gambaran secara langsung mahasiswa yang menggunakan internet banking.

3.5 Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.5.1 Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata validity yang artinya sejauh mana ketepatan dan kecepatan suatu instrument pengukur atau tes dalam melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas menentukan sejauh mana suatu alat ukur benar-benar cocok atau sesuai sebagai alat ukur yang diinginkan. Pengujian validitas dilakukan untuk menguji apakah jawaban kuisisioner dari responden benar-benar cocok untuk digunakan dalam penelitian ini atau tidak. Untuk menentukan suatu instrumen penelitian valid atau tidak, maka dapat dilakukan dengan membandingkan antara hasil r_{hitung} dengan r_{tabel} pada taraf signifikan α (0,05) dan df (n-k-1). Kriteria pengujiannya adalah:

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrument penelitian adalah valid.
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrument penelitian adalah tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat kekonsistensian dari suatu alat ukur yang digunakan. Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah hasil

jawaban dari kuisioner oleh responden benar-benar stabil dalam mengukur suatu gejala atau kejadian. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat pengukur maka semakin stabil pula alat pengukur tersebut, jika semakin rendah maka alat tersebut tidak stabil dalam mengukur suatu gejala. Instrument yang reliabel adalah instrument yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Adapun kriteria dalam pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas adalah dengan melihat nilai cronbach alpha (α) untuk masing-masing variabel. Dimana suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach alpha $> 0,60$.

3.6 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi merupakan alat analisis yang menggunakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Tujuannya adalah untuk membuat prediksi (perkiraan) yang dapat dipercaya (Qudratullah, 2013). Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan menggunakan metode Ordinary Least Square (OLS). Yang digunakan untuk menganalisis keputusan mahasiswa menggunakan mobile banking bank BNI. Maka perumusan analisis regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = f(X_1, X_2, X_3)$$

$$\text{Maka } Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y : Keputusan Menggunakan Mobile Banking

a : Koefisien konstanta

b1, b2, b3 : Koefisien regresi dalam tiga variabel independen

X1 : Kemudahan

X2 : Kepercayaan

X3 : Resiko

e : Standar Error

3.7 Alat Uji Hipotesis

3.7.1 Uji t (Parsial)

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah setiap variabel independen secara parsial (terpisah) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Kriteria pengujian tingkat signifikansi (α) = 0,05. Berdasarkan pengujian hipotesis dengan uji t dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat.
2. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, jadi variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat.

3.7.2 Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah koefisien antara variabel independen secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen kriteria :

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka terbukti keempat variabel secara simultan mempengaruhi keputusan mahasiswa menggunakan internet banking. Dengan demikian H_1 diterima dan H_0 ditolak.
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka terbukti keempat variabel secara simultan mempengaruhi keputusan mahasiswa menggunakan internet banking. Dengan demikian H_1 ditolak dan H_0 diterima.

3.8 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu.

Didalam penelitian ini menggunakan adjusted R square, karena menurut Ghozali (2005:83) kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bisa terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 maka pasti meningkat. Oleh sebab itu banyak peneliti yang menyarankan untuk menggunakan adjusted R square pada saat mengevaluasi model regresi. Tidak seperti R^2 , nilai adjusted R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model. Rumus koefisien determinasi adalah (imam Ghozali,2005:83):

$$R^2 = (\text{Adjusted } R \text{ square})^2 \times 100\%$$

Dimana : R^2 = Koefisien Determinasi

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau (UIR) secara resmi dibuka oleh Yayasan Pendidikan Islam (YLPI) pada tanggal 1 Juli 1982 di daerah Riau yang mana berdasarkan SK.No 19/kep.1-1-981. Sebelum berdirinya Fakultas Ekonomi terdapat akademi Akuntansi dan akademi Sekretaris, yang dimana pada dasarnya ini merupakan cikal bakal berdirinya Fakultas Ekonomi pada perkembangan selanjutnya. Akademi Akuntansi merupakan salah satu program studi dilingkungan Fakultas Ekonomi dengan nama program Studi Akuntansi D.III sedangkan ASMI kemudian dikelola oleh departemen Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang berganti nama menjadi Sekretaris D.III.

Sejak dari tahun 1981 hingga awal tahun 1985 Fakultas Ekonomi berada di lokasi kampus lama di jalan Prof. Yamin No. 1 Pekanbaru. Sehingga tahun 1985, karena seiring berjalannya waktu aktivitas dan kapasitas masing-masing jurusan meningkat. Maka oleh karena Fakultas Ekonomi dipindahkan kekampus baru di halte Marpoyan Pekanbaru yang mana sekarang bernama Jl. Kharuddin Nasution Marpoyan Pekanbaru. Fakultas Ekonomi memperoleh izin operasional dari pemerintah Cq kopertis wilayah medan yang berdasarkan SK No.025/PD/kop.1/1981 tanggal 24 Agustus 1981. Kemudian pada tanggal 2 November 1984 status Fakultas Ekonomi ditetapkan dan ditingkatkan menjadi terdaftar berdasarkan SK.No.03240/DIKBUD/1984.

Pada tahun 1987 program Akuntansi D.3 ditingkatkan dari status terdaftar menjadi di akui dan pada tahun 1990 ditingkatkan statusnya menjadi stars

berdasarkan SK Dirjen Dikti No. Evaluasi kopertis wilayah 1, terhitung mulai dari bulan Juni 1990 status program studi Manajemen dan Ekonomi Pembangunan ditingkatkan dari terdaftar menjadi di akui berdasarkan keputusan kementerian pendidikan dan kebudayaan RI No. 0379/0/1990 dan No. 0380/0/194. Pada tanggal 31 Mei 1990 yang kemudian ditingkatkan statusnya berdasarkan SK. Dirjen Dikti No. 441/Dikti/Kep/1990 tanggal 16 Oktober 1992 jurusan Akuntansi S1 yang mana jurusan ini dibuka pada tahun 1986. Namun pada tahun 2021 Fakultas Ekonomi telah berubah nama menjadi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, sehingga berdasarkan hasil penelitian Badan Akreditasi Nasional (BAN) seluruh fakultas program studi dilingklungan Fakultas Ekonomi saat ini memiliki status terakreditasi yaitu :

Tabel 4.1 Program Studi Fakultas Ekonomi

No	Jurusan Program Studi	Keterangan
1	Ekonomi Pembangunan	Berakreditasi B
2	Manajemen S1	Berakreditasi B
3	Akuntansi S1	Berakreditasi B
4	Akuntansi D3	Berakreditasi B

Sumber : Buku panduan UIR Fakultas Ekonomi

4.2 Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Buku panduan Akademi 2016 mengatakan bahwa program studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis menyiapkan Sarjana dan Diploma yang berwawasan Islam dengan kompetensi dibidang Jurusan Ekonomi Pembangunan S1, Jurusan Manajemen S1, Jurusan Akuntansi S1, dan Jurusan Akuntansi D3.

4.2.1 Program Studi Ekonomi Pembangunan

Program studi Ekonomi Pembangunan menyiapkan Sarjana Ekonomi yang berwawasan Islam dengan kompetensi khusus dibidang perencanaan pembangunan, dalam ruang lingkup ekonomi pedesaan, perkotaan, regional serta ekonomi public. Prospek karir diintansi pemerintah, lembaga keuangan atau perbankan konvensional dan syariah, akademis dan perusahaan swasta.

4.2.2 Program Studi Manajemen

Program studi Manajemen menyiapkan Sarjana Manajemen yang berwawasan Islam dengan kompetensi dibidang Manajemen Keuangan, Manajemen Pemasaran, Manajemen Sumber Daya Manusia, dan Manajemen Operasional berorientasi global dan kontemporer. Prospek karir di intansi pemerintah, perusahaan swasta, lembaga keuangan atau perbankan konvensional dan syariah, pasar modal, akademisi dan menjadi wirausahawan.

4.2.3 Program Studi Akuntansi S1

Program studi Akuntansi menyiapkan Sarjana Akuntansi yang berwawasan Islam dengan kompetensi khusus dibidang Auditing, Akuntansi keuangan Syariah, Akuntansi Sektor Public, dan Akuntansi Keuangan Daerah. Prospek karis ialah sebagai akuntan public, akuntan pemerintah, intansi pemerintah, perusahaan pemerintah atau swasta, lembaga keuangan atau perbankan konvensional atau syariah, akademisi.

4.2.4 Program Studi Akuntansi D3

Program studi Akuntansi D3 menyiapkan ahli madya yang berwawasan Islam yang terampil dibidang Akuntansi dan perpajakan. Prospek karir nya ialah sebagai

akuntan public, instansi pemerintah, perusahaan pemerintah atau swasta dan lembaga keuangan atau perbankan konvensional/syariah.

4.3 Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis

4.3.1 Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis

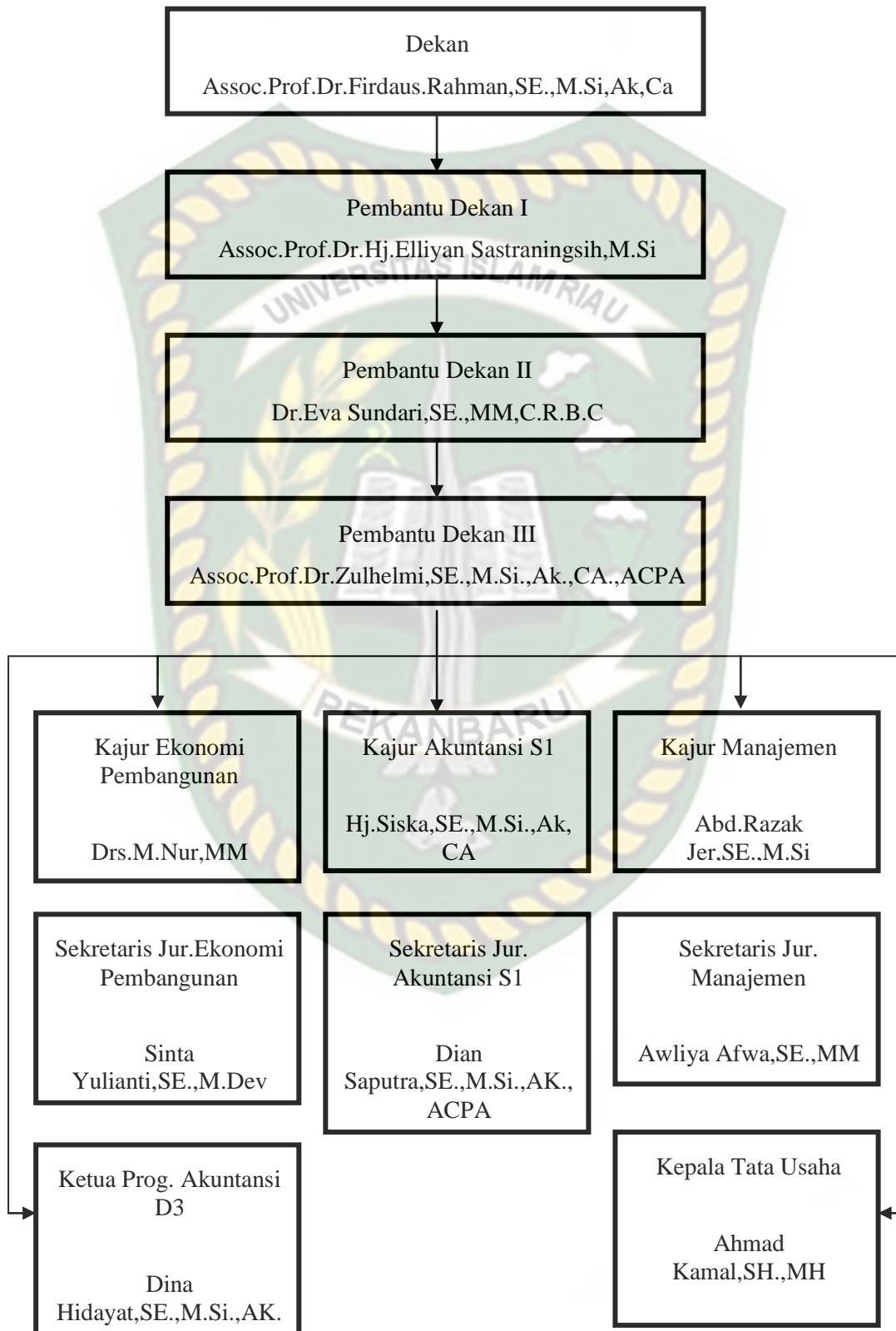
Fakultas Ekonomi dan Bisnis memiliki sebuah visi dimana visi dari Fakultas Ekonomi ini adalah menjadi Fakultas Ekonomi yang unggul dan terkemuka dibidang Ekonomi Pembangunan, Manajemen, dan Akuntansi berwawasan Islam di Asia Tenggara.

4.3.2 Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis

1. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran bidang Ekonomi Pembangunan, Manajemen, dan Akuntansi yang berkualitas dan relevan dengan kebutuhan masyarakat dan dunia bisnis serta budaya saing tinggi dalam era globalisasi berdasarkan nilai-nilai Islam.
2. Menyelenggarakan penelitian untuk pengembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi dibidang Ekonomi Pembangunan, Manajemen, dan Akuntansi.
3. Meleksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berorientasi pada peningkatan, pengetahuan, dan pola pikir masyarakat untuk peningkatan kesejahteraan.
4. Membangun dan mengembangkan budaya akademi yang dinamis, kreatif, inovatif, dalam lingkungan kampus yang kondusif dan Islami.
5. Menjalin kerja sama dengan institusi pendidikan, dunia bisnis, organisasi profesi, dan institusi pemerintah baik ditingkat lokal, nasional, dan internasional.

4.4 Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi



Sumber : Data olahan lapangan 2020

4.5 Sejarah PT Bank BNI

PT Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk (selanjutnya disebut “BNI” atau “Bank”) pada awalnya didirikan di Indonesia sebagai Bank sentral dengan nama “Bank Negara Indonesia” berdasarkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No. 2 tahun 1946 tanggal 5 Juli 1946. Selanjutnya, berdasarkan Undang-Undang No. 17 tahun 1968, BNI ditetapkan menjadi “Bank Negara Indonesia 1946”, dan statusnya menjadi Bank Umum Milik Negara. Selanjutnya, peran BNI sebagai Bank yang diberi mandat untuk memperbaiki ekonomi rakyat dan berpartisipasi dalam pembangunan nasional dikukuhkan oleh UU No. 17 tahun 1968 tentang Bank Negara Indonesia 1946. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 19 tahun 1992, tanggal 29 April 1992, telah dilakukan penyesuaian bentuk hukum BNI menjadi Perusahaan Perseroan Terbatas (Persero). Penyesuaian bentuk hukum menjadi Persero, dinyatakan dalam Akta No. 131, tanggal 31 Juli 1992, dibuat di hadapan Muhani Salim, S.H., yang telah diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 73 tanggal 11 September 1992 Tambahan No. 1A.

BNI merupakan Bank BUMN (Badan Usaha Milik Negara) pertama yang menjadi perusahaan publik setelah mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya pada tahun 1996. Untuk memperkuat struktur keuangan dan daya saingnya di tengah industri perbankan nasional, BNI melakukan sejumlah aksi korporasi, antara lain proses rekapitalisasi oleh Pemerintah di tahun 1999, divestasi saham Pemerintah di tahun 2007, dan penawaran umum saham terbatas di tahun 2010.

Untuk memenuhi ketentuan Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tanggal 16 Agustus 2007 tentang Perseroan Terbatas, Anggaran Dasar BNI telah dilakukan penyesuaian. Penyesuaian tersebut dinyatakan dalam Akta No. 46 tanggal 13 Juni 2008 yang dibuat di hadapan Fathiah Helmi, S.H., notaris di Jakarta, berdasarkan keputusan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa tanggal 28 Mei 2008 dan telah mendapat persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, dengan Surat Keputusan No.

AHU-AH.01.02-50609 tanggal 12 Agustus 2008 dan telah diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 103 tanggal 23 Desember 2008 Tambahan No. 29015.

Perubahan terakhir Anggaran Dasar BNI dilakukan antara lain tentang penyusunan kembali seluruh Anggaran Dasar sesuai dengan Akta No. 35 tanggal 17 Maret 2015 Notaris Fathiah Helmi, S.H. telah mendapat persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, dengan surat keputusan No. AHU-AH.01.03-0776526 tanggal 14 April 2015.

Saat ini, 60% saham-saham BNI dimiliki oleh Pemerintah Republik Indonesia, sedangkan 40% sisanya dimiliki oleh masyarakat, baik individu maupun institusi, domestik dan asing. BNI kini tercatat sebagai Bank nasional terbesar ke-4 di Indonesia, dilihat dari total aset, total kredit maupun total dana pihak ketiga. Dalam memberikan layanan finansial secara terpadu, BNI didukung oleh sejumlah perusahaan anak, yakni Bank BNI Syariah, BNI Multifinance, BNI Sekuritas, BNI Life Insurance, dan BNI Remittance.

BNI menawarkan layanan penyimpanan dana maupun fasilitas pinjaman baik pada segmen korporasi, menengah, maupun kecil. Beberapa produk dan layanan terbaik telah disesuaikan dengan kebutuhan nasabah sejak kecil, remaja, dewasa, hingga pensiun. Tuntutan akan kecepatan dan kemudahan membuat perbankan terus berinovasi, telah hadir BNI Mobile Banking yang lebih fresh, user friendly dan memiliki banyak fitur baru. BNI Mobile Banking adalah fasilitas layanan perbankan yang memudahkan Anda untuk bertransaksi langsung melalui smartphone Anda, secara aman, mudah, dan cepat. BNI Mobile Banking memberikan layanan transaksi informasi saldo, transfer, pembayaran tagihan telepon, pembayaran kartu kredit, pembayaran tiket pesawat, pembelian pulsa, pembukaan rekening Taplus, pembukaan rekening Deposito, dan lain-lain. BNI Mobile Banking juga dapat diaktivasi dan digunakan untuk bertransaksi di luar negeri.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden

Responden merupakan sumber informasi yang sangat akurat dalam sebuah penelitian. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang menggunakan Mobile Banking sebanyak 50 orang. Pentingnya responden dalam penelitian ini maka terlebih dahulu dilihat identitas responden berdasarkan 3 kriteria seperti jenis kelamin, umur, dan jurusan. Berikut ini adalah data demografi responden yang dikelompokkan dari jenis kelamin, umur, dan jurusan.

5.1.1 Jenis Kelamin

Untuk melihat jenis kelamin responden pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
1	Laki-laki	15	30%
2	Perempuan	35	70%
Jumlah		50	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel 5.1 diketahui bahwa 50 orang responden yang digunakan dalam penelitian ini yang berjenis kelamin perempuan yaitu 35 orang atau 70% dan berjenis kelamin laki-laki 15 orang atau 30%. Berdasarkan tabel diatas dapat diambil kesimpulan bahwa responden yang paling banyak adalah responden yang berjenis kelamin perempuan, karena kebanyakan pengguna m-banking adalah perempuan.

5.1.2 Usia

Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Frekuensi	Presentasi
1	18 tahun	3	6%
2	19 tahun	2	4%
3	20 tahun	6	12%
4	21 tahun	19	38%
5	22 tahun	15	30%
6	23 tahun	5	10%
Jumlah		50	100%

Sumber : Data olahan Penelitian

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa sebagian besar frekuensi responden adalah berusia 21 tahun dengan jumlah 19 orang 38%. Sedangkan frekuensi terkecil berusia 19 tahun dengan jumlah 2 orang 4%. Berdasarkan tabel diatas dapat diambil kesimpulan bahwa responden yang paling banyak adalah responden yang berusia 21 tahun.

5.1.3 Jurusan

Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan

No	Jurusan	Frekuensi	Presentasi
1	Akuntansi	1	2%
2	Manajemen	49	98%
Jumlah		50	100%

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa sebagian besar frekuensi responden jurusan Manajemen adalah 49 orang 98%. Sedangkan frekuensi terkecil jurusan Akuntansi 1 orang 2%. Berdasarkan tabel diatas dapat diambil

kesimpulan bahwa responden yang paling banyak adalah responden jurusan manajemen karena penulis paling banyak menyebarkan kuesioner kepada jurusan manajemen.

5.2 Analisis Kuantitatif

5.2.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Suatu instrumen pengukuran dikatakan valid jika hasil dari corrected item total correlation lebih besar dibandingkan R tabelnya pada penelitian ini terdapat jumlah sampel sebanyak 50 responden dan besarnya df dapat dihitung $50-2 = 48$ dan alpha 0.05 maka didapat $r \text{ table} = 0,2787$. Hasil pengujian validitas data dapat dilihat pada tabel 5.30 sebagai berikut :

Tabel 5.4

Rekapitulasi Uji Validitas Kemudahan

Pernyataan	Kriteria R Tabel	Corrected Item Total Correlation	Keterangan
1	0,278	0,624	Valid
2	0,278	0,764	Valid
3	0,278	0,731	Valid
4	0,278	0,752	Valid

Sumber : Hasil Output SPSS 23, 2021

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa masing-masing pernyataan untuk variabel $>0,278$. Disimpulkan bahwa masing-masing indikator pernyataan untuk variabel kemudahan adalah valid dan layak digunakan sebagai penelitian.

Tabel 5.5

Rekapitulasi Uji Validitas Kepercayaan

Pernyataan	Kriteria R Tabel	Corrected Item Total Correlation	Keterangan
1	0,278	0,859	Valid
2	0,278	0,753	Valid
3	0,278	0,808	Valid
4	0,278	0,734	Valid

Sumber : Hasil Output SPSS 23, 2021

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa masing-masing pernyataan untuk variabel $>0,278$. Disimpulkan bahwa masing-masing indikator pernyataan untuk variabel kepercayaan adalah valid dan layak digunakan sebagai penelitian.

Tabel 5.6

Rekapitulasi Uji Validitas Resiko

Pernyataan	Kriteria R Tabel	Corrected Item Total Correlation	Keterangan
1	0,278	0,732	Valid
2	0,278	0,664	Valid
3	0,278	0,758	Valid
4	0,278	0,786	Valid
5	0,278	0,826	Valid

6	0,278	0,810	Valid
7	0,278	0,616	Valid

Sumber : Hasil Output SPSS 23, 2021

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa masing-masing pernyataan untuk variabel $>0,278$. Disimpulkan bahwa masing-masing indikator pernyataan untuk variabel resiko adalah valid dan layak digunakan sebagai penelitian.

Tabel 5.7
Rekapitulasi Uji Validitas Keputusan Pembelian

Pernyataan	Kriteria R Tabel	Corrected Item Total Correlation	Keterangan
1	0,278	0,848	Valid
2	0,278	0,806	Valid
3	0,278	0,869	Valid
4	0,278	0,821	Valid
5	0,278	0,855	Valid
6	0,278	0,900	Valid
7	0,278	0,786	Valid

Sumber : Hasil Output SPSS 23, 2021

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa masing-masing pernyataan untuk variabel $>0,278$. Disimpulkan bahwa masing-masing indikator pernyataan untuk variabel keputusan pembelian adalah valid dan layak digunakan sebagai penelitian.

5.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik *reliability analyzed* dimana suatu instrument dapat dilakukan reliable apabila memiliki

koefisien *cronbach* atau alpha sebesar $<0,60$ maka dikatakan tidak reliabel dan $>0,60$ maka dikatakan reliabel. Hasil uji reliabilitas data dapat dilihat pada tabel 5.34 di bawah ini :

Tabel 5.8

Hasil Uji Reliabilitas Data

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kemudahan	0,816	Reliable
Kepercayaan	0,856	Reliable
Resiko	0,879	Reliable
Keputusan Pembelian	0,931	Reliable

Sumber : Hasil Output SPSS 23, 2021

5.3 Analisis Deskriptif

5.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Kemudahan Menurut Tanggapan

Responden

Tabel 5.9

Tanggapan Responden Tentang Mobile Banking Mudah Dipelajari Oleh

Nasabah

No	Klarifikasi Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	24	48%
2	Setuju	23	46%
3	Kurang Setuju	2	4%
4	Tidak Setuju	1	2%
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	50	100%

Berdasarkan table 5.9 untuk pernyataan tentang Mobile Banking mudah dipelajari oleh nasabah sangat memadai dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas jawaban responden yang lebih mendominasi adalah sangat setuju sebesar 24 orang dengan presentase 48%, sedangkan jawaban responden yang paling sedikit ialah tidak setuju 1 orang dengan presentase 2%. Sehingga dari tanggapan responden dapat disimpulkan bahwa responden sangat setuju terhadap m-banking mudah dipelajari.

Tabel 5.10

Tanggapan Responden Tentang Mobile Banking Dapat Digunakan Dengan Mudah Sesuai Dengan Keinginan Nasabah

No	Klarifikasi Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	22	44%
2	Setuju	26	52%
3	Kurang Setuju	1	2%
4	Tidak Setuju	1	2%
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	50	100%

Berdasarkan table 5.10 untuk pernyataan tentang Mobile Banking dapat digunakan dengan mudah sesuai dengan keinginan nasabah sangat memadai dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas jawaban responden yang lebih mendominasi adalah setuju sebesar 26 orang dengan presentase 52%, sedangkan jawaban responden yang paling sedikit ialah tidak setuju 1 orang dengan presentase 2%. Sehingga dari tanggapan responden

dapat disimpulkan bahwa responden setuju terhadap m-banking dapat digunakan dengan mudah.

Tabel 5.11

Tanggapan Responden Tentang Mobile Banking Dapat Digunakan Kapan Saja dan Dimana Saja

No	Klarifikasi Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	29	58%
2	Setuju	18	36%
3	Kurang Setuju	2	4%
4	Tidak Setuju	1	2%
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	50	100%

Berdasarkan table 5.11 untuk pernyataan tentang Mobile Banking dapat digunakan kapan saja dan dimana saja sangat memadai dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas jawaban responden yang lebih mendominasi adalah sangat setuju sebesar 29 orang dengan presentase 58%, sedangkan jawaban responden yang paling sedikit ialah tidak setuju 1 orang dengan presentase 2%. Sehingga dari tanggapan responden dapat disimpulkan bahwa responden sangat setuju terhadap m-banking dapat digunakan di mana saja dan mana saja.

Tabel 5.12

Tanggapan Responden Tentang Mobile Banking Dapat Dengan Mudah di Akses

No	Klarifikasi Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	18	36%
2	Setuju	27	54%
3	Kurang Setuju	5	10%
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	50	100%

Berdasarkan table 5.12 untuk pernyataan tentang Mobile Banking dapat dengan mudah di akses sangat memadai dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas jawaban responden yang lebih mendominasi adalah setuju sebesar 27 orang dengan presentase 54%, sedangkan jawaban responden yang paling sedikit ialah kurang setuju 5 orang dengan presentase 10%. Sehingga dari tanggapan responden dapat disimpulkan bahwa responden setuju terhadap m-banking dapat dengan mudah diakses.

Tabel 5.13

Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kemudahan

NO	Indikator	Kategori					Total Skor
		STS	TS	KS	S	SS	
1	Mobile Banking mudah dipelajari oleh nasabah	-	1	2	23	24	220
		-	2	6	92	120	
2	Mobile Banking dapat digunakan dengan mudah sesuai dengan keinginan nasabah	-	1	1	26	22	219
		-	2	3	104	110	
3	Mobile Banking dapat digunakan kapan saja dan dimana saja	-	1	2	18	29	223
		-	2	6	72	145	
4	Mobile Banking dapat dengan mudah di akses	-	-	5	27	18	213
		-	-	15	108	90	
Skor						875	

Dari tabel diatas rekapitulasi variabel Kemudahan Menggunakan Mobile Banking baru dapat dilihat dari total skor kemudahan yang diperoleh 875.

Dibawah ini nilai tertinggi dan terendah dapat dilihat sebagai berikut :

$$\text{Nilai Tertinggi} = 4 \times 5 \times 50 = 1.000$$

$$\text{Nilai Terendah} = 4 \times 1 \times 50 = 200$$

Untuk mencari interval koefisiennya adalah :

$$\text{Skor maksimal} - \text{Skor minimum} = 1.000 - 200 = 800 = 160$$

$$\text{Skor} \quad \quad \quad 5 \quad \quad 5$$

Untuk mengetahui tingkat kategori mengenai variabel kemudahan menggunakan Mobile Banking, maka dapat ditentukan :

$$\text{Sangat Setuju} \quad = 840 - 1.000$$

$$\text{Setuju} \quad = 680 - 840$$

$$\text{Kurang Setuju} \quad = 520 - 680$$

$$\text{Tidak Setuju} \quad = 360 - 520$$

$$\text{Sangat Tidak Setuju} \quad = 200 - 360$$

Berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban responden dapat dilihat bahwa variabel Kemudahan menggunakan Mobile Banking memiliki kriteria dalam kategori sangat setuju. Kategori tertinggi didapat dari indikator Mobile Banking mudah dipelajari oleh nasabah dan terendah dari indikator Mobile Banking dapat dengan mudah di akses, sehingga hal ini mendapatkan kemudahan menggunakan Mobile Banking pada Bank BNI.

5.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan Menurut Tanggapan Responden

Tabel 5.14

Tanggapan Responden Tentang Pihak Bank Melindungi Informasi Personal dan Kebiasaan Saya Bertransaksi Melalui Mobile Banking

No	Klarifikasi Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	21	42%
2	Setuju	28	56%
3	Kurang Setuju	1	2%
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	50	100%

Berdasarkan table 5.14 untuk pernyataan tentang Pihak bank melindungi informasi personal dan kebiasaan saya bertransaksi melalui Mobile Banking sangat memadai dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas jawaban responden yang lebih mendominasi adalah setuju sebesar 28 orang dengan presentase 56%, sedangkan jawaban responden yang paling sedikit ialah kurang setuju 1 orang dengan presentase 2%. Sehingga dari tanggapan responden dapat disimpulkan bahwa responden setuju terhadap pihak bank melindungi informasi personal dan kebiasaan bertransaksi melalui m-banking.

Tabel 5.15

Tanggapan Responden Tentang Transaksi Yang Dilakukan Melalui Mobile Banking Aman Dan Dapat Dipercaya Karena Dijamin Kerahasiaannya

No	Klarifikasi Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	21	42%
2	Setuju	26	52%
3	Kurang Setuju	3	6%
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	50	100%

Berdasarkan table 5.15 untuk pernyataan tentang Transaksi yang dilakukan melalui Mobile Banking aman dan dapat dipercaya karena dijamin kerahasiaannya sangat memadai dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas jawaban responden yang lebih mendominasi adalah setuju sebesar 26 orang dengan presentase 52%, sedangkan jawaban responden yang paling sedikit ialah kurang setuju 3 orang dengan presentase 6%. Sehingga dari tanggapan responden dapat disimpulkan bahwa responden setuju terhadap transaksi yang dilakukan melalui m-banking aman dan dapat dipercaya karena dijamin kerahasiaannya.

Tabel 5.16

**Tanggapan Responden Tentang Transaksi Melalui Mobile Banking Karena
Keakuratan Proses dan Data Terjamin**

No	Klarifikasi Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	21	42%
2	Setuju	25	50%
3	Kurang Setuju	4	8%
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	50	100%

Berdasarkan table 5.16 untuk pernyataan tentang Transaksi melalui Mobile Banking karena keakuratan proses dan data terjamin sangat memadai dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas jawaban responden yang lebih mendominasi adalah setuju sebesar 25 orang dengan presentase 50%, sedangkan jawaban responden yang paling sedikit ialah kurang setuju 4 orang dengan presentase 8%. Sehingga dari tanggapan responden dapat disimpulkan bahwa responden setuju terhadap transaksi melalui m-banking karena keakuratan proses dan data terjamin.

Tabel 5.17

Tanggapan Responden Tentang Bank Memberikan Kompensasi Kepada Nasabah Sesuai dengan Kerugian Atas Kesepakatan Bersama

No	Klarifikasi Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	18	36%
2	Setuju	29	58%
3	Kurang Setuju	3	6%
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	50	100%

Berdasarkan table 5.17 untuk pernyataan tentang Bank memberikan kompensasi kepada nasabah sesuai dengan kerugian atas kesepakatan bersama sangat memadai dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas jawaban responden yang lebih mendominasi adalah setuju sebesar 29 orang dengan presentase 58%, sedangkan jawaban responden yang paling sedikit ialah kurang setuju 3 orang dengan presentase 6%. Sehingga dari tanggapan responden dapat disimpulkan bahwa responden setuju terhadap bank memberikan kompensasi kepada nasabah sesuai dengan kerugian atas kesepakatan bersama.

Tabel 5.18

Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepercayaan

NO	Indikator	Kategori					Total Skor
		STS	TS	KS	S	SS	
1	Pihak bank melindungi informasi personal dan kebiasaan saya bertransaksi melalui Mobile Banking	- -	- -	1 3	28 112	21 105	220
2	Transaksi yang dilakukan melalui Mobile Banking aman dan dapat dipercaya karena dijamin kerahasiaannya	- -	- -	3 9	26 104	21 105	218
3	Transaksi melalui Mobile Banking karena keakuratan proses dan data terjamin	- -	- -	4 12	25 100	21 105	217
4	Bank memberikan kompensasi kepada nasabah sesuai dengan kerugian atas kesepakatan bersama	- -	- -	3 9	29 116	18 90	215

Skor	870
-------------	------------

Dari tabel diatas rekapitulasi variabel Kepercayaan Menggunakan Mobile Banking baru dapat dilihat dari total skor kualitas produk yang diperoleh 870. Dibawah ini nilai tertinggi dan terendah dapat dilihat sebagai berikut :

$$\text{Nilai Tertinggi} = 4 \times 5 \times 50 = 1.000$$

$$\text{Nilai Terendah} = 4 \times 1 \times 50 = 200$$

Untuk mencari interval koefisiennya adalah :

$$\text{Skor maksimal} - \text{Skor minimum} = 1.000 - 200 = 800 = 160$$

Skor	5	5
------	---	---

Untuk mengetahui tingkat kategori mengenai variabel kepercayaan menggunakan Mobile Banking, maka dapat ditentukan :

$$\text{Sangat Setuju} = 840 - 1.000$$

$$\text{Setuju} = 680 - 840$$

$$\text{Kurang Setuju} = 520 - 680$$

$$\text{Tidak Setuju} = 360 - 520$$

$$\text{Sangat Tidak Setuju} = 200 - 360$$

Berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban responden dapat dilihat bahwa variabel Kepercayaan menggunakan Mobile Banking memiliki kriteria dalam kategori sangat setuju. Kategori tertinggi didapat dari indikator pihak bank melindungi informasi personal dan kebiasaan saya bertransaksi melalui Mobile Banking dan terendah dari indikator bank memberikan kompensasi kepada

nasabah sesuai dengan kerugian atas kesepakatan bersama, sehingga hal ini mendapatkan kepercayaan menggunakan Mobile Banking pada Bank BNI.

5.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Resiko Menurut Tanggapan Responden

Tabel 5.19

**Tanggapan Responden Tentang Bank Memiliki Pengendalian Cukup Baik
Untuk Melindungi Data Pribadi dan Keuangan Nasabah**

No	Klarifikasi Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	19	38%
2	Setuju	27	54%
3	Kurang Setuju	4	8%
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	50	100%

Berdasarkan table 5.19 untuk pernyataan tentang Bank memiliki pengendalian cukup baik untuk melindungi data pribadi dan keuangan nasabah sangat memadai dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas jawaban responden yang lebih mendominasi adalah setuju sebesar 27 orang dengan presentase 54%, sedangkan jawaban responden yang paling sedikit ialah kurang setuju 4 orang dengan presentase 8%. Sehingga dari tanggapan responden dapat disimpulkan bahwa responden setuju terhadap bank memiliki pengendalian cukup baik untuk melindungi data pribadi dan keuangan nasabah.

Tabel 5.20

**Tanggapan Responden Tentang Menggunakan Mobile Banking Memakan
Biaya Yang Rendah**

No	Klarifikasi Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	18	36%
2	Setuju	24	48%
3	Kurang Setuju	7	14%
4	Tidak Setuju	1	2%
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	50	100%

Berdasarkan table 5.20 untuk pernyataan tentang Menggunakan Mobile Banking memakan biaya yang rendah sangat memadai dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas jawaban responden yang lebih mendominasi adalah setuju sebesar 24 orang dengan presentase 48%, sedangkan jawaban responden yang paling sedikit ialah tidak setuju 1 orang dengan presentase 2%. Sehingga dari tanggapan responden dapat disimpulkan bahwa responden setuju terhadap menggunakan m-banking memakan biaya yang rendah.

Tabel 5.21

**Tanggapan Responden Tentang Pihak Bank Melindungi Informasi Personal
Bertransaksi Melalui Mobile Banking**

No	Klarifikasi Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	19	36%
2	Setuju	29	58%
3	Kurang Setuju	1	2%
4	Tidak Setuju	1	2%
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	50	100%

Berdasarkan table 5.21 untuk pernyataan tentang Pihak bank melindungi informasi personal bertransaksi melalui Mobile Banking sangat memadai dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas jawaban responden yang lebih mendominasi adalah setuju sebesar 29 orang dengan presentase 58%, sedangkan jawaban responden yang paling sedikit ialah tidak setuju 1 orang dengan presentase 2%. Sehingga dari tanggapan responden dapat disimpulkan bahwa responden setuju terhadap pihak bank melindungi informasi personal bertransaksi melalui m-banking.

Tabel 5.22

**Tanggapan Responden Tentang Bukti Pada Setiap Transaksi Mobil Banking
Yang Lengkap Dengan Waktu Transaksi**

No	Klarifikasi Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	27	54%
2	Setuju	22	44%

3	Kurang Setuju	1	2%
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	50	100%

Berdasarkan table 5.22 untuk pernyataan tentang Bukti pada setiap transaksi Mobil Banking yang lengkap dengan waktu transaksi sangat memadai dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas jawaban responden yang lebih mendominasi adalah setuju sebesar 27 orang dengan presentase 54%, sedangkan jawaban responden yang paling sedikit ialah kurang setuju 1 orang dengan presentase 2%. Sehingga dari tanggapan responden dapat disimpulkan bahwa responden setuju terhadap bukti pada setiap transaksi m-banking yang lengkap dengan waktu transaksi.

Tabel 5.23

Tanggapan Responden Tentang Mobile Banking Tidak Memiliki Resiko Yang Tinggi Terutama Yang Berhubungan Dengan Keamanan Data Pribadi Nasabah

No	Klarifikasi Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	18	36%
2	Setuju	29	58%
3	Kurang Setuju	3	6%
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	50	100%

Berdasarkan table 5.23 untuk pernyataan tentang Mobile Banking tidak memiliki resiko yang tinggi terutama yang berhubungan dengan keamanan data pribadi nasabah sangat memadai dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas jawaban responden yang lebih mendominasi adalah setuju sebesar 29 orang dengan presentase 58%, sedangkan jawaban responden yang paling sedikit ialah kurang setuju 3 orang dengan presentase 6%. Sehingga dari tanggapan responden dapat disimpulkan bahwa responden setuju terhadap m-banking tidak memiliki resiko yang tinggi terutama yang berhubungan dengan keamanan data pribadi nasabah.

Tabel 5.24

Tanggapan Responden Tentang Bank Sangat Menjamin Keamanan Transaksi Yang Dilakukan Melalui Mobile Banking Terutama Yang Berhubungan Dengan Keamanan Data Pribadi Nasabah

No	Klarifikasi Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	20	40%
2	Setuju	29	58%
3	Kurang Setuju	1	2%
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	50	100%

Berdasarkan table 5.24 untuk pernyataan tentang Bank sangat menjamin keamanan transaksi yang dilakukan melalui Mobile Banking terutama yang berhubungan dengan keamanan data pribadi nasabah sangat memadai dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas jawaban

responden yang lebih mendominasi adalah setuju sebesar 29 orang dengan presentase 58%, sedangkan jawaban responden yang paling sedikit ialah kurang setuju 1 orang dengan presentase 2%. Sehingga dari tanggapan responden dapat disimpulkan bahwa responden setuju terhadap bank sangat menjamin keamanan transaksi yang dilakukan melalui m-banking terutama yang berhubungan dengan keamanan data pribadi nasabah.

Tabel 5.25

Tanggapan Responden Tentang Gangguan Jaringan Mobile Banking Sangat Rendah

No	Klarifikasi Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	13	26%
2	Setuju	26	52%
3	Kurang Setuju	10	20%
4	Tidak Setuju	1	2%
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	50	100%

Berdasarkan table 5.25 untuk pernyataan tentang Gangguan jaringan internet banking sangat rendah sangat memadai dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas jawaban responden yang lebih mendominasi adalah setuju sebesar 26 orang dengan presentase 52%, sedangkan jawaban responden yang paling sedikit ialah tidak setuju 1 orang dengan presentase 2%. Sehingga dari tanggapan responden dapat disimpulkan bahwa responden setuju terhadap gangguan jaringan internet banking sangat rendah.

Tabel 5.26

Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai Variabel Resiko

NO	Indikator	Kategori					Total Skor
		STS	TS	KS	S	SS	
1	Bank memiliki pengendalian cukup baik untuk melindungi data pribadi dan keuangan nasabah	- -	- -	4 12	27 108	19 95	215
2	Menggunakan Mobile Banking memakan biaya yang rendah	- -	1 2	7 21	24 96	18 90	209
3	Pihak bank melindungi informasi personal bertransaksi melalui Mobile Banking	- -	1 2	1 3	29 116	19 95	216
4	Bukti pada setiap transaksi Mobil Banking yang lengkap dengan waktu transaksi	- -	- -	1 3	22 88	27 135	226
5	Mobile Banking tidak memiliki resiko yang tinggi terutama	- -	- -	3 9	29 116	18 90	215

	yang berhubungan dengan keamanan data pribadi nasabah						
6	Bank sangat menjamin keamanan transaksi yang dilakukan melalui Mobile Banking terutama yang berhubungan dengan keamanan data pribadi nasabah	-	-	1	29	20	219
		-	-	3	116	100	
7	Gangguan jaringan internet banking sangat rendah	-	1	10	26	13	201
		-	2	30	104	65	
Skor							1.501

Dari tabel diatas rekapitulasi variabel Resiko Menggunakan Mobile Banking baru dapat dilihat dari total skor kualitas produk yang diperoleh 1.501. . Dibawah ini nilai tertinggi dan terendah dapat dilihat sebagai berikut :

$$\text{Nilai Tertinggi} = 7 \times 5 \times 50 = 1.750$$

$$\text{Nilai Terendah} = 7 \times 1 \times 50 = 350$$

Untuk mencari interval koefisiennya adalah :

$$\text{Skor maksimal} - \text{Skor minimum} = 1.750 - 350 = 1.400 = 280$$

Skor

5

5

Untuk mengetahui tingkat kategori mengenai variabel resiko menggunakan Mobile Banking, maka dapat ditentukan :

Sangat Setuju = 1.470 – 1.750

Setuju = 1.190 – 1.470

Kurang Setuju = 910 – 1.190

Tidak Setuju = 630 - 910

Sangat Tidak Setuju = 350 - 630

Berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban responden dapat dilihat bahwa variabel Resiko menggunakan Mobile Banking memiliki kriteria dalam kategori sangat setuju. Kategori tertinggi didapat dari indikator Bukti pada setiap transaksi Mobil Banking yang lengkap dengan waktu transaksi dan terendah dari indikator Gangguan jaringan internet banking sangat rendah, sehingga hal ini mendapatkan resiko menggunakan Mobile Banking pada Bank BNI.

5.3.4 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian Menggunakan Mobile Banking Menurut Tanggapan Responden

Tabel 5.27

Tanggapan Responden Tentang Saya Tertarik Menggunakan Mobile Banking Karena Syarat dan Ketentuannya Mudah

No	Klarifikasi Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	20	40%
2	Setuju	26	52%
3	Kurang Setuju	3	6%
4	Tidak Setuju	1	2%

5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	50	100%

Berdasarkan tabel 5.27 untuk pernyataan tentang Saya tertarik menggunakan Mobile Banking karena syarat dan ketentuannya mudah sangat memadai dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas jawaban responden yang lebih mendominasi adalah setuju sebesar 26 orang dengan presentase 52%, sedangkan jawaban responden yang paling sedikit ialah tidak setuju 1 orang dengan presentase 2%. Sehingga dari tanggapan responden dapat disimpulkan bahwa responden setuju terhadap tertarik menggunakan Mobile Banking karena syarat dan ketentuannya mudah.

Tabel 5.28

Tanggapan Responden Tentang Saya Senang Menggunakan Mobile Banking Karena Dapat Melakukan Berbagai Transaksi Tanpa Harus Pergi ke Bank

No	Klarifikasi Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	25	50%
2	Setuju	24	48%
3	Kurang Setuju	1	2%
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	50	100%

Berdasarkan table 5.28 untuk pernyataan tentang Saya senang menggunakan Mobile Banking karena dapat melakukan berbagai transaksi tanpa harus pergi ke bank sangat memadai dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi

sampel. Dari tabel diatas jawaban responden yang lebih mendominasi adalah sangat setuju sebesar 25 orang dengan presentase 50%, sedangkan jawaban responden yang paling sedikit ialah kurang setuju 1 orang dengan presentase 2%. Sehingga dari tanggapan responden dapat disimpulkan bahwa responden setuju terhadap senang menggunakan m-banking karena dapat melakukan berbagai transaksi tanpa harus pergi ke bank.

Tabel 5.29

**Tanggapan Responden Tentang Saya Tertarik Menggunakan Mobile Banking
Karena Saya Memahami Mobile Banking Serta Manfaatnya**

No	Klarifikasi Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	23	46%
2	Setuju	25	50%
3	Kurang Setuju	1	2%
4	Tidak Setuju	1	2%
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	50	100%

Berdasarkan tabel 5.29 untuk pernyataan tentang Saya tertarik menggunakan Mobile Banking karena saya memahami Mobile Banking serta manfaatnya sangat memadai dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas jawaban responden yang lebih mendominasi adalah setuju sebesar 25 orang dengan presentase 50%, sedangkan jawaban responden yang paling sedikit ialah tidak setuju 1 orang dengan presentase 2%. Sehingga dari tanggapan responden dapat disimpulkan bahwa responden setuju terhadap tertarik menggunakan m-banking karena saya memahaminya dan manfaatnya

Tabel 5.30

**Tanggapan Responden Tentang Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking
Lebih Terjamin Keamanannya Karena Transaksi Dilakukan Melalui
Perangkat Pribadi**

No	Klarifikasi Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	20	40%
2	Setuju	28	56%
3	Kurang Setuju	2	4%
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	50	100%

Berdasarkan table 5.30 untuk pernyataan tentang Bertransaksi menggunakan Mobile Banking lebih terjamin keamanannya karena transaksi dilakukan melalui perangkat pribadi sangat memadai dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas jawaban responden yang lebih mendominasi adalah setuju sebesar 28 orang dengan presentase 56%, sedangkan jawaban responden yang paling sedikit ialah kurang setuju 1 orang dengan presentase 2%. Sehingga dari tanggapan responden dapat disimpulkan bahwa responden setuju terhadap tentang bertransaksi menggunakan m-banking lebih terjamin keamanannya karena transaksi dilakukan melalui perangkat pribadi.

Tabel 5.31

**Tanggapan Responden Tentang Dengan Berbagai Keuntungan Yang Saya
Dapat, Saya Menyarakan Nasabah Lain Untuk Menggunakan Mobile
Banking BNI**

No	Klarifikasi Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	21	42%
2	Setuju	25	50%
3	Kurang Setuju	4	8%
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	50	100%

Berdasarkan table 5.31 untuk pernyataan tentang dengan berbagai keuntungan yang saya dapat, saya menyarakan nasabah lain untuk menggunakan Mobile Banking BNI sangat memadai dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas jawaban responden yang lebih mendominasi adalah setuju sebesar 25 orang dengan presentase 50%, sedangkan jawaban responden yang paling sedikit ialah kurang setuju 4 orang dengan presentase 8%. Sehingga dari tanggapan responden dapat disimpulkan bahwa responden setuju terhadap berbagai keuntungan yang saya dapat, saya menyarakan nasabah lain untuk menggunakan m-banking BNI.

Tabel 5.32

**Tanggapan Responden Tentang Menggunakan Mobile Banking Sangat
Fleksibel Karena Dapat Dilakukan Dimana Saja**

No	Klarifikasi Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	23	46%
2	Setuju	23	46%
3	Kurang Setuju	4	8%
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	50	100%

Berdasarkan table 5.32 untuk pernyataan tentang Menggunakan Mobile Banking sangat fleksibel karena dapat dilakukan dimana saja sangat memadai dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas jawaban responden yang lebih mendominasi adalah sangat setuju sebesar 23 orang dengan presentase 46%, sedangkan jawaban responden yang paling sedikit ialah kurang setuju 4 orang dengan presentase 8%. Sehingga dari tanggapan responden dapat disimpulkan bahwa responden sangat setuju terhadap menggunakan m-banking sangat fleksibel karena dapat dilakukan dimana saja.

Tabel 5.33

**Tanggapan Responden Tentang Menggunakan Transaksi Mobile Banking Yang
Dilakukan Lebih Cepat Tanpa Harus Mengantri di Teller Atau ATM**

No	Klarifikasi Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	31	62%
2	Setuju	18	36%

3	Kurang Setuju	1	2%
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	50	100%

Berdasarkan table 5.33 untuk pernyataan tentang Menggunakan transaksi Mobile Banking yang dilakukan lebih cepat tanpa harus mengantri di teller atau ATM sangat memadai dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas jawaban responden yang lebih mendominasi adalah sangat setuju sebesar 31 orang dengan presentase 62%, sedangkan jawaban responden yang paling sedikit ialah kurang setuju 1 orang dengan presentase 2%. Sehingga dari tanggapan responden dapat disimpulkan bahwa responden sangat setuju terhadap menggunakan transaksi m-banking yang dilakukan lebih cepat tanpa harus mengantri di teller atau ATM.

Tabel 5.34

**Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan
Pembelian Menggunakan Mobile Banking**

NO	Indikator	Kategori					Total Skor
		STS	TS	KS	S	SS	
1	Saya tertarik menggunakan Mobile Banking karena syarat dan ketentuannya	-	1	3	26	20	215
		-	2	9	104	100	

	mudah						
2	Saya senang menggunakan Mobile Banking karena dapat melakukan berbagai transaksi tanpa harus pergi ke bank	-	-	1	24	25	224
		-	-	3	96	125	
3	Saya tertarik menggunakan Mobile Banking karena saya memahami Mobile Banking serta manfaatnya	-	1	1	25	23	220
		-	2	3	100	115	
4	Bertransaksi menggunakan Mobile Banking lebih terjamin keamanannya karena transaksi dilakukan melalui perangkat pribadi	-	-	2	28	20	218
		-	-	6	112	100	
5	Dengan berbagai keuntungan yang saya dapat, saya menyarankan nasabah lain	-	-	4	25	21	217
		-	-	12	100	105	

	untuk menggunakan Mobile Banking BNI						
6	Menggunakan Mobile Banking sangat fleksibel karena dapat dilakukan dimana saja	-	-	4	23	23	219
		-	-	12	92	115	
7	Menggunakan transaksi Mobile Banking yang dilakukan lebih cepat tanpa harus mengantri di teller atau ATM	-	-	1	18	31	180
		-	-	3	22	155	
Skor							1.493

Dari tabel diatas rekapitulasi variabel Keputusan Pembelian Menggunakan Mobile Banking baru dapat dilihat dari total skor kualitas produk yang diperoleh 1.493. Dibawah ini nilai tertinggi dan terendah dapat dilihat sebagai berikut :

$$\text{Nilai Tertinggi} = 7 \times 5 \times 50 = 1.750$$

$$\text{Nilai Terendah} = 7 \times 1 \times 50 = 350$$

Untuk mencari interval koefisiennya adalah :

$$\text{Skor maksimal} - \text{Skor minimum} = 1.750 - 350 = 1.400 = 280$$

$$\text{Skor} \quad \quad \quad 5 \quad \quad \quad 5$$

Untuk mengetahui tingkat kategori mengenai variabel keputusan pembelian menggunakan Mobile Banking, maka dapat ditentukan :

$$\text{Sangat Setuju} \quad = 1.470 - 1.750$$

Setuju = 1.190 – 1.470

Kurang Setuju = 910 – 1.190

Tidak Setuju = 630 - 910

Sangat Tidak Setuju = 350 -630

Berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban responden dapat dilihat bahwa variabel keputusan pembelian menggunakan Mobile Banking memiliki kriteria dalam kategori sangat setuju. Kategori tertinggi didapat dari indikator saya senang menggunakan Mobile Banking karena dapat melakukan berbagai transaksi tanpa harus pergi ke bank dan terendah dari indikator menggunakan transaksi Mobile Banking yang dilakukan lebih cepat tanpa harus mengantri di teller atau ATM, sehingga hal ini mendapatkan keputusan pembelian menggunakan Mobile Banking pada Bank BNI.

5.3.5 Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu kemudahan, kepercayaan dan resiko secara individu terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Berikut tabel 5.35 hasil uji t adalah :

Tabel 5.35

Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,372	2,550		,930	,357

kemudahan (X1)	,470	,217	,278	2,167	,035
kepercayaan (X2)	,722	,300	,397	2,409	,020
resiko (X3)	,256	,161	,242	1,594	,118

a. Dependent Variable: keputusan pembelian (Y)

Sumber : Hasil Output SPSS 23, 2021

a. Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai sig 0,035 < 0,05 atau t hitung 2,167 > t tabel 2,012 maka terdapat pengaruh variabel kemudahan terhadap keputusan pembelian.

b. Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai sig 0,020 < 0,05 dan t hitung 2,409 > t tabel 2,012 maka terdapat pengaruh variabel kepercayaan terhadap keputusan pembelian.

c. Pengujian Hipotesis Ketiga (H3)

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai sig 0,118 > 0,05 dan nilai t hitung 1,594 < 2,012 maka tidak terdapat pengaruh variable resiko terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan dari hasil uji t dapat disimpulkan bahwa variabel yang sangat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian penggunaan mobile banking yaitu variabel kepercayaan dan variabel yang tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan m-banking yaitu variabel resiko.

5.3.6 Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah variabel independen yaitu kemudahan, kepercayaan dan resiko secara bersama-sama dapat mempengaruhi

variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Berikut tabel 5.36 hasil uji f adalah sebagai berikut :

Tabel 5.36

Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	455,341	3	151,780	42,397	,000 ^b
	Residual	164,679	46	3,580		
	Total	620,020	49			

a. Dependent Variable: keputusan pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), resiko (X3), kemudahan (X1), kepercayaan (X2)

Sumber : Hasil Output SPSS 23, 2021

Hasil perhitungan statistic uji-F pada tabel berdasarkan output diketahui nilai signifikansi untuk kemudahan, kepercayaan dan resiko secara simultan terhadap keputusan pembelian adalah sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai F hitung $42,397 > F$ tabel 2,80 sehingga dapat disimpulkan H4 diterima yang berarti terdapat pengaruh kemudahan, kepercayaan dan resiko secara simultan terhadap keputusan pembelian.

5.3.7 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini. Adapun hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.37

Hasil Analisis Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,372	2,550		,930	,357
	kemudahan (X1)	,470	,217	,278	2,167	,035
	kepercayaan (X2)	,722	,300	,397	2,409	,020
	resiko (X3)	,256	,161	,242	1,594	,118

a. Dependent Variable: keputusan pembelian (Y)

Sumber : Hasil Output SPSS 23, 2021

Berdasarkan hasil olah data menggunakan spss, diperoleh nilai koefisien konstanta sebesar 2,372, koefisien kemudahan 0,470, koefisien kepercayaan 0,722, dan koefisien resiko 0,256, maka persamaan regresi dapat dirumuskan :

$$Y = 2,372 + 0,470 X1 + 0,722 X2 + 0,256 X3 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut, maka dapat diartikan bahwa variabel kemudahan, kepercayaan, dan resiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan mobile banking.

5.3.8 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi digunakan untuk melihat besarnya kontribusi variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi atau R^2 dapat dilihat dari tabel 5.38 Model Summary Kolom R Square berikut :

Tabel 5.38

Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,857 ^a	,734	,717	1,89208

a. Predictors: (Constant), resiko (X3), kemudahan (X1), kepercayaan (X2)

Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,734 artinya bahwa kemudahan, kepercayaan dan resiko dapat menjelaskan variabel dependen yaitu keputusan pembelian sebesar 73,4% sedangkan sisanya sebesar 26,6% di jelaskan oleh variabel lain atau faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model atau persamaan regresi ini.

5.4 Pembahasan

5.4.1 Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian diatas karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin bahwa responden yang paling banyak adalah responden yang berjenis kelamin perempuan karena perempuan paling banyak bertransaksi seperti berbelanja online. Responden berdasarkan umur sebagian besar responden adalah berusia 21 tahun dengan jumlah 10 orang. Dan karakteristik responden berdasarkan jurusan sebagian besar responden adalah jurusan manajemen dengan jumlah 49 orang.

Pengaruh variabel kemudahan menggunakan mobile banking menyatakan bahwa berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut

ditunjukkan dengan hasil uji parsial yaitu nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ variabel kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan layanan mobile banking.

Untuk variabel kepercayaan menggunakan mobile banking menyatakan bahwa berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut ditunjukkan dengan hasil uji parsial yaitu nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ bahwa variabel kepercayaan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan layanan mobile banking.

Sedangkan untuk variabel resiko tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut ditunjukkan dengan hasil uji parsial yaitu nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ bahwa variabel resiko penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan layanan mobile banking.

Berdasarkan dari penjelasan diatas bahwa secara keseluruhan pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, dan resiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian penggunaan mobile banking BNI. Dan variabel yang sangat berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan m-banking dari hasil tanggapan responden yaitu variabel kepercayaan, dan variabel yang tidak berpengaruh signifikan yaitu variabel resiko.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kemudahan, kepercayaan dan resiko terhadap keputusan pembelian menggunakan mobile banking pada bank BNI. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan secara simultan persepsi kemudahan, kepercayaan, dan resiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan mobile banking BNI.
2. Berdasarkan analisis yang dilakukan secara parsial, kemudahan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan mobile banking. Sedangkan resiko tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan mobile banking pada bank BNI.
3. Berdasarkan hasil penelitian variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian yaitu variabel kepercayaan dari indikator pihak bank melindungi informasi personall dan kebiasaan bertransaksi melalui m-banking. Dan variabel kemudahan terdapat indikator yang paling tinggi bagi pengguna yaitu m-banking dapat digunakan kapan saja dan dimana saja. Sedangkan variabel resiko terdapat indikator yang paling tinggi yaitu bukti pada setiap transaksi m-banking yang lengkap dengan waktu transaksi.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan diatas, saran yang dapat diberikan adalah :

1. Diharapkan kepada bank BNI konsumen yang menggunakan m-banking karena dilihat dari variabel kepercayaan yang dilihat dari tanggapan responden yang paling tinggi dan variabel resiko terhadap gangguan jaringan.
2. Diharapkan kepada pengguna mobile banking pada bank BNI lebih mengutamakan kemudahan, kepercayaan dan resiko dalam penggunaan layanan mobile banking.
3. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya tidak terpaku pada ketiga faktor dalam penelitian ini yaitu kemudahan, kepercayaan dan resiko. Namun peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah faktor-faktor lain yang mungkin dapat mempengaruhi keputusan pembelian menggunakan mobile banking.
4. Pada penelitian selanjutnya perlu mengambil objek yang lebih luas dan diadakan sampel yang besar sehingga dapat ditarik kesimpulan yang lebih kuat.

DAFTAR PUSTAKA

- J. Setia di, Nugroho, 2013. *Perspektif Kontemporer pada motif tujuan dan keinginan konsumen* ; Jakarta.
- Jerry C. Olson, J. Paul Peter, 2000. *Consumen Behavior*, Erlangga; Jakarta.
- Richard I. Levin, dkk, 2000. *Pengambilan Keputusan Secara Kuantitatif*. PT Raja Grafindo Persada; Jakarta.
- Sanusi, Anwar, 2011. *Metodologi Penelitian Keputusan Secara Kuantitatif* PT. Raja Grafindo Persada; Jakarta.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. 1975. *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, 129-385, Addison-Wesley, Reading, MA.
- Aramas, Yuda. 2017. *Pengaruh Kenyamanan, Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Untuk Bertransaksi Secara Online*. *Jurnal vol1 no 2*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Ahmad, Bambang Setiyo Pambudi. 2014. "Pengaruh persepsi manfaat, persepsi Kemudahan, Keamanandan ketersediaan fitur terhadap minat ulang nasabah bank dalam menggunakan internet banking (studi pada program layanan internet banking BRI)". *Jurnal Studi Manajemen*, Vol.8, No 1, April 2014.
- Adji, Jeiffer dan Hantane Samuel. 2014. *Pengaruh Satisfaction Dan Trust Terhadap Minat Beli Konsumen (Purchase Intention) Di Starbucks The Square Surabaya*. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol.2, No.1
- Aidi, Royansyah. 2015. "Pengaruh Layanan Fitur Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank BRI Syariah Cabang Banjarmasin". *Skripsi*. Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam IAIN Antasari.
- Amanullah, Bastian. 2014. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking (Survey Pada Nasabah Bank Bca Semarang)". *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Diponegoro.

- Amijaya, Gilang Rizky. (2010). *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA)*. Skripsi. Universitas Diponegoro Semarang.
- Andespa, Roni. 2017. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah*. *Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*. Vol.2 No.1
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 1997. *Principles of marketing 7e*. Jakarta. Salembaempat.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2013. *Penelitian Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba empat.
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2008. *Prilaku Konsumen*. Jakarta. PT Macanan Jaya Cemerlang.