

**ANALISIS MINAT MAHASISWA
DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING**

Ihdi Aini, Windari, Rinal Wahyu Lubis

Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan

ihdi.aini@yahoo.co.id, wwindariok@gmail.com, loebisdoank@gmail.com

Abstract

This research is motivated by the existence of mobile banking services provided by banks to the customers to enable transactions through smartphones. This study aims to determine the effect of convenience, benefits and trust in the interests of students of IAIN Padangsidimpuan using mobile banking. This research is a quantitative research. The data source used is primary data. The data collection technique used was a questionnaire with a sample of 93 people. Data processing using SPSS 23. The analysis technique used is validity test, reliability test, normality test, classic assumption test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination and hypothesis testing. The results of the research partially showed that there was an effect of convenience, benefits and trust in the interests of IAIN Padangsidimpuan students using mobile banking. And simultaneously the ease, benefit and trust variables have an influence on the students' interest in IAIN Padangsidimpuan using mobile banking.

Keywords: Interest, Mobile Banking

Abstract

Penelitian ini dilatar belakangi dengan adanya layanan *mobile banking* yang diberikan oleh pihak bank kepada pihak nasabah untuk memungkinkan melakukan transaksi melalui *smartphone*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan, manfaat dan kepercayaan terhadap minat mahasiswa IAIN Padangsidimpuan menggunakan *mobile banking*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer. Teknik Pengumpulan data yang digunakan adalah angket dengan jumlah sampel 93 orang. Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS 23. Teknik analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kemudahan, manfaat dan kepercayaan terhadap minat mahasiswa IAIN Padangsidimpuan menggunakan *mobile banking*. Dan secara simultan variabel kemudahan, manfaat dan kepercayaan memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa IAIN Padangsidimpuan menggunakan *mobile banking*.

Kata Kunci: Minat, Mobile Banking

PENDAHULUAN

Dewasa ini teknologi sudah menjadi kebutuhan masyarakat karena dengan adanya perkembangan teknologi informasi telah dapat mengubah kehidupan manusia menjadi lebih baik, mudah, cepat dan aman. Perkembangan teknologi informasi juga dapat memudahkan dan membantu pekerjaan manusia. Perkembangan teknologi terjadi pada hampir semua sektor, salah satunya adalah sektor perbankan. Dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah serta sejalan dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, perbankan memberikan kebutuhan nasabah melalui sistem teknologi informasi seperti mobile banking. Dengan adanya layanan mobile banking ini membuka kesempatan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui perangkat handphone.

Perkembangan teknologi tidak terlepas dari dunia pendidikan khususnya perguruan tinggi. Salah satunya adalah IAIN Padangsidimpuan. Hal ini bisa dilihat dari peralatan teknologi seperti komputer yang telah dimiliki oleh IAIN Padangsidimpuan. Dan salah satu contoh bahwa IAIN ini telah mengikuti perkembangan teknologi yaitu dalam pengisian KRS yang dulunya dengan cara manual dengan mengetik sendiri dan sekarang sudah menggunakan cara online dimana mahasiswa hanya mencentang KRS yang diinginkan pada sistem yang telah disediakan oleh IAIN Padangsidimpuan.

Mobile banking merupakan sebuah layanan yang disediakan oleh bank untuk melakukan transaksi perbankan (non-tunai) melalui *Mobile Phone* (Handphone) berbasis *General Packet Radio Service* (GPRS).¹ Dengan adanya layanan ini bisa memberikan nilai tambah kepada nasabah, layanan mobile banking yang diberikan bank ini nasabah dapat dengan mudah dan lancar dalam melakukan transaksi perbankan, adanya layanan ini memberikan akses kepada nasabah untuk melakukan transaksi kapanpun dan dimanapun.

Pengembangan yang dilakukan perbankan tidak hanya semata dengan mencoba peruntungan saja melainkan hal tersebut dilakukan karena pertumbuhan pengguna smartphone yang meningkat pesat di Indonesia seperti data yang dimuat oleh kominfo bahwa pengguna smartphone Indonesia juga bertumbuh dengan pesat. Lembaga riset digital marketing Emarketer memperkirakan pada 2018 jumlah pengguna aktif smartphone di Indonesia lebih dari 100 juta orang. Dengan jumlah sebesar itu, Indonesia akan menjadi negara dengan pengguna aktif smartphone terbesar keempat di dunia setelah Cina, India, dan Amerika.² Menurut laporan MEF, sebanyak 80% responden di Indonesia menyatakan sudah menggunakan sarana *mobile banking*. Di tahun 2013, angkanya hanya mencapai 58%. Biasanya mereka menggunakan *mobile banking* untuk mengecek saldo dan mentransfer dana ke pihak lain.³

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengungkapkan, secara data dan pengguna *e-banking* cukup meyakinkan. Di mana jumlah pengguna *e-banking* (*SMS banking*, *phonebanking*, *mobile banking*, dan *internet banking*) meningkat 270%, dari 13,6 juta nasabah pada 2012 menjadi 50,4 juta nasabah pada 2016. Sementara frekuensi

¹ Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h.110.

² PDSI Kominfo, "Indonesia Raksasa Teknologi Digital Asia," Website Resmi Kementerian Komunikasi dan Informatika RI, diakses 9 Februari 2021, http://content/detail/6095/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia/0/sorotan_media.

³ "MEF: Penggunaan Mobile Banking Capai 80% Di Indonesia, Isu Kepercayaan Menjadi Masalah Terbesar | Dailysocial," diakses 9 Februari 2021, <https://dailysocial.id/post/mobile-banking-indonesia>.

transaksi pengguna *e-banking* meningkat 169%, dari 150,8 juta transaksi pada 2012 menjadi 405,4 juta transaksi pada 2016.⁴

Data di atas menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia telah menggunakan dan menikmati aplikasi *mobile banking* yang diberikan oleh perbankan dengan kemudahan dan manfaat yang diperoleh para pengguna dari aplikasi *mobile banking* tersebut. Pada saat ini hampir semua mahasiswa IAIN Padangsidempuan juga telah memiliki *smartphone* dan telah mengetahui mengenai *mobile banking*.

Seorang nasabah akan menggunakan teknologi apabila teknologi mampu memberikan kemudahan kepada mereka daripada yang sebelumnya digunakan. Yang dimaksud kemudahan adalah sejauh mana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan suatu akan bebas dari usaha.⁵ Teknologi dalam hal ini adalah *mobile banking* tetapi berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa mahasiswa IAIN Padangsidempuan minat terhadap penggunaan *mobile banking* ini masih sedikit bisa dilihat dengan tidak adanya layanan ini di setiap *smartphone* mahasiswa sementara mereka sudah mengetahui kemudahan yang diberikan oleh *mobile banking*.

Selain kemudahan, hal lainnya adalah manfaat dari teknologi itu sendiri apabila teknologi tidak memiliki manfaat maka nasabah akan enggan untuk menggunakannya. Manfaat adalah sejauh mana seseorang yakin bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.⁶ Dalam hal ini meningkatkan kinerja dalam melakukan transaksi perbankan.

Faktor lain yang mempengaruhi nasabah menggunakan *mobile banking* adalah kepercayaan. Kepercayaan disini adalah bahwa melakukan transaksi melalui *mobile banking* akan aman dan terhindar dari risiko yang mungkin terjadi. Beberapa peneliti juga pernah melakukan penelitian tentang pengaruh *mobile banking*. Dan berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa mahasiswa IAIN Padangsidempuan mereka mengatakan bahwa *mobile banking* sudah aman digunakan karena tidak mungkin pihak perbankan memberikan layanan yang tidak aman kepada nasabahnya karena bisa memberikan efek yang buruk kepada bank tersebut. Tetapi minat mereka terhadap *mobile banking* masih sedikit karena belum menggunakannya dalam transaksi perbankan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dalam tulisan ini akan dianalisis bagaimana pengaruh kemudahan, manfaat, dan kepercayaan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking*.

PEMBAHASAN

1. Telaah Literatur

a. Kemudahan

Kemudahan adalah sejauh mana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.⁷ Davis mendefinisikan persepsi kemudahan mendefinisikan sebagai *the degree to which a person believe that using a particular system would be free of effort* yaitu tingkat kepercayaan

⁴ "Pengguna e-Banking Meningkat Tajam," diakses 9 Februari 2021, <https://ekbis.sindonews.com/berita/1172393/178/pengguna-e-banking-meningkat-tajam>.

⁵ Jogiyanto, *Pengenalan Teknologi Informasi* (Yogyakarta: Andi, 2007), h. 115.

⁶ *Ibid.*

⁷ *Ibid.*

seseorang bahwa sistem teknologi tertentu dapat digunakan dengan mudah (tanpa usaha).⁸

Menurut Andi, Persepsi kemudahan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang untuk bukan untuk menyulitkan pemakainya, akan tetapi penggunaan sistem justru mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya. Dengan kata lain seseorang yang menggunakan sistem akan bekerja lebih mudah dibanding dengan seseorang yang tidak menggunakan sistem atau manual.⁹

Dari definisi diatas dapat diketahui bahwa kemudahan adalah keyakinan seseorang bahwa teknologi dan sistem informasi akan dapat digunakan dengan mudah dan sistem bukan menyulitkan penggunaanya tetapi memberikan kemudahan kepada penggunaanya. Kemudahan dalam penggunaan hal *mobile banking* adalah sejauh mana seseorang menyakini bahwa menggunakan *mobile banking* mampu mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga untuk mempelajari atau sekaligus menggunakan karena pada dasarnya individu yakin bahwa *mobile banking* tersebut mudah untuk dipahami dan tidak menyulitkan pengguna dalam melakukan pekerjaanya.

Persepsi pengguna terhadap kemudahan dalam menggunakan teknologi dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu: Pertama, berfokus pada teknologi itu sendiri, contoh pengalaman pengguna terhadap penggunaan teknologi yang sejenis. Kedua, reputasi akan teknologi tersebut yang diperoleh oleh pengguna, reputasi yang baik yang didengar oleh pengguna akan mendorong keyakinan pengguna terhadap kemudahan penggunaan teknologi tersebut. Ketiga, tersedianya mekanisme pendukung yang handal. Mekanisme pendukung yang terpercaya akan membuat pengguna merasa nyaman dan merasa yakin, bahwa terdapat mekanisme pendukung yang handal jika terjadi kesulitan dalam menggunakan teknologi, maka mendorong persepsi pengguna ke arah yang lebih positif.¹⁰

b. Manfaat

Manfaat merupakan sejauh mana seseorang yakin bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Menurut Davis “Persepsi Kegunaan atau manfaat adalah *the degree to which a person believes that using a particular system would enhance his or her job performance*” Yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.¹¹

Manfaat merupakan suatu pemikiran mengenai penggunaan teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja dan memberikan keuntungan bagi penggunaanya. Jika seseorang merasa bahwa dapat menggunakan teknologi dapat mendatangkan manfaat baik berupa peningkatan kinerja atau keuntungan bagi dirinya, maka dia akan menggunakannya, sebaliknya jika seseorang merasa bahwa

⁸ Fred D. Davis, “Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology,” *MIS quarterly*, 1989, 319–40.

⁹ A. Kadir, *Pengenalan Sistem Informasi* (Yogyakarta: Andi, 2003), h. 41.

¹⁰ Panggih Rizki Dwi Istiarni dan P. Basuki Hadiprajitno, “Analisis pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kredibilitas terhadap minat penggunaan berulang internet banking dengan sikap penggunaan sebagai variabel intervening (studi empiris: nasabah layanan internet banking di Indonesia)” (PhD Thesis, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, 2014), h. 19-20.

¹¹ Jogiyanto, *Pengenalan Teknologi Informasi*, h. 114.

dengan menggunakan teknologi informasi kurang bermanfaat maka dia tidak akan menggunakannya. Layanan *mobile banking* akan bermanfaat jika layanan tersebut mudah dimengerti serta mampu menjalin interaksi dengan penggunanya.

Dari penjelasan diatas dapat dipahami bahwa manfaat adalah keyakinan seseorang bahwa menggunakan teknologi dan sistem dapat meningkatkan kinerjanya dan memiliki keuntungan baginya. Dalam hal ini *mobile banking* dikatakan memiliki manfaat apabila seseorang dapat menjalankan dengan baik dan dapat meningkatkan pekerjaannya dalam hal transaksi perbankan. Dan *mobile banking* dikatakan tidak memiliki manfaat apabila seseorang tidak dapat menjalankan dan tidak dapat meningkatkan pekerjaannya dalam hal transaksi perbankan.

c. Kepercayaan

Kepercayaan merupakan proses pembentukan kepercayaan dalam diri seseorang terhadap suatu layanan berdasarkan pemahaman (kognitif) yang diketahui tentang penyelenggara layanan tersebut.¹² Kepercayaan konsumen dalam menggunakan teknologi informasi dalam melakukan suatu transaksi merupakan langkah awal dari seseorang untuk menciptakan minat melalui kemudahan yang akan diperoleh seseorang untuk melakukan suatu transaksi yang akan dilakukan. Berbagai upaya perusahaan untuk memberikan kepercayaan tersebut terkait secara langsung dengan upaya untuk menciptakan kepuasan pelanggan.¹³

Kepercayaan adalah ekspektasi atau pengharapan positif bahwa orang lain tidak akan melalui kata-kata, tindakan, dan kebijakan bertindak secara oportunistik.¹⁴ Istilah secara oportunistik merujuk pada risiko dan kerawaan bawaan di dalam hubungan berbasis kepercayaan.

Dalam hal *mobile banking* dapat dipahami bahwa kepercayaan seorang nasabah akan *mobile banking* akan terbentuk berdasarkan pemahamannya terhadap layanan tersebut. Dan kepercayaan seorang nasabah terhadap *mobile banking* dalam melakukan transaksi dapat menciptakan minat melalui kemudahan yang diberikan oleh sistem kepada seorang nasabah yang sedang melakukan transaksi.

d. Mobile Banking

Mobile banking atau yang lebih dikenal dengan sebutan *mobile banking* merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti *handphone*, dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui aplikasi (unggulan) pada *handphone*.¹⁵

Mobile banking merupakan sebuah fasilitas dari bank dalam era modern ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan yang terdapat pada *mobile banking* meliputi pembayaran, transfer, *history*, dan lain sebagainya. Penggunaan layanan *mobile banking* pada telepon seluler memungkinkan para

¹² Andri Daisy Rahmad, dkk., "Pengaruh Kemudahan terhadap Kepercayaan dan Penggunaan SMS Banking (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya)," *Jurnal Administrasi Bisnis* 43, no. 1 (2 September 2017): h. 38.

¹³ Anang Sugara dan Rizki Yudhi Dewantara, "Analisis Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Penggunaan Sistem Transaksi Jual Beli Online (Studi Pada Konsumen 'Z')," *Jurnal Administrasi Bisnis* 52, no. 1 (11 Februari 2017): h. 9.

¹⁴ Stephen P. Robbins dan Timothy A. Judge, *Perilaku Organisasi* (Jakarta: Selemba Empat, 2008), h. 97.

¹⁵ Abi Fadlan, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya)" (Sarjana, Universitas Brawijaya, 2018), <http://repository.ub.ac.id/165788/>, h. 84.

nasabah dapat lebih mudah untuk menjalankan aktivitas perbankannya tanpa batas ruang dan waktu.¹⁶

Layanan *mobile banking* memberikan kemudahan kepada para nasabah untuk melakukan transaksi perbankan seperti cek saldo, transfer antar rekening, dan lain- lain. Dengan fasilitas ini semua orang yang memiliki ponsel dapat dengan mudah bertransaksi dimana saja dan kapan saja. Pada akhirnya bank beramai-ramai menyediakan fasilitas *mobile banking* demi mendapatkan kepuasan dan peningkatan jumlah nasabah.

e. Minat

Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu keinginan.¹⁷ Menurut Crow and Crow sebagaimana dikutip oleh Djaali mengatakan bahwa minat adalah “Berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri”.¹⁸

H.C Withherington mengemukakan “bahwa arti minat adalah kesadaran seseorang, bahwa suatu objek, seseorang, suatu soal, atau situasi, mengandung sangkut dengan dirinya”.¹⁹ Berdasarkan beberapa definisi yang telah dikemukakan, maka dapat dipahami bahwa minat adalah suatu kecenderungan hati seseorang untuk memberikan perhatian terhadap sesuatu keinginan yang memiliki kaitan dengan dirinya yang disertai dengan perasaan senang.

Menurut Philip Kotler dalam bukunya manajemen pemasaran di Indonesia, menyatakan bahwa ada banyak faktor yang mempengaruhi minat terhadap sesuatu. Dimana secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu yang bersumber dari individu yang bersangkutan yang berasal dari luar yakni lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan lingkungan masyarakat. Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi secara umum adalah Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, dan Faktor Psikologi.²⁰

2. Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Adapun data penelitian ini diperoleh dari data primer dengan menyebar angket sebanyak 93 responden. Metode pengambilan sampelnya menggunakan *Stratified Sampling*. *Stratified Sampling* digunakan apabila didalam populasi terdapat kelompok-kelompok subjek antara satu kelompok dengan kelompok yang lain tampak ada strata atau tingkatan.²¹ Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Adapun tahapan uji datanya yaitu: Uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis dengan pengolahan data melalui

¹⁶ Hanif Astika Kurniawati, dkk., “Analisis minat penggunaan mobile banking dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) yang telah dimodifikasi,” *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi* 4, no. 1 (2017): h. 24.

¹⁷ Anton M Maulino dan dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1999), h. 225.

¹⁸ Djaali, *Psikologi Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), h. 121.

¹⁹ H. C. Withhrington, *Psikologi pendidikan* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1999), h. 135.

²⁰ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (Jakarta: Salemba Empat, 1999), h. 223-243.

²¹ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), h. 96.

program SPSS 23. Adapun persamaan regresi linear berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Mm = \alpha + b1Km + b2Ma + b3Kp + e$$

Penjelasan :

- Mm = Minat Mahasiswa
- α = bila konstan
- b1,b2,b3 = koefisien regresi linear berganda
- Km = Kemudahan
- Ma = Manfaat
- Kp = Kepercayaan
- e = nilai error

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel dependent (minat mahasiswa) dengan kemudahan, manfaat dan kepercayaan.

3. Hasil Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak.Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Dimana r_{tabel} dicari pada signifikansi 5 % atau 0,05 dengan derajat kebebasan (df)= n-2, jadi df = 93-2=91. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai r positif maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid.

Tabel 1
Hasil Uji Validitas Kemudahan

Item pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Km_1	0,467	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ n = 91 Pada taraf signifikansi 5 % sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,2039$	Valid
Km_2	0,320		Valid
Km_3	0,438		Valid
Km_4	0,515		Valid
Km_5	0,680		Valid
Km_6	0,389		Valid
Km_7	0,571		Valid
Km_8	0,548		Valid
Km_9	0,565		Valid
Km_10	0,347		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Manfaat

Item pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Ma_1	0,323	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ n = 91	Valid
Ma_2	0,483		Valid
Ma_3	0,482		Valid

Ma_4	0,295	Pada taraf signifikansi 5 % sehingga diperoleh $r_{\text{tabel}} = 0,2039$	Valid
Ma_5	0,611		Valid
Ma_6	0,525		Valid
Ma_7	0,582		Valid
Ma_8	0,368		Valid
Ma_9	0,671		Valid
Ma_10	0,726		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Kepercayaan

Item pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Kp_1	0,314	Instrumen valid jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ $n = 91$ Pada taraf signifikansi 5 % sehingga diperoleh $r_{\text{tabel}} = 0,2039$	Valid
Kp_2	0,366		Valid
Kp_3	0,491		Valid
Kp_4	0,408		Valid
Kp_5	0,454		Valid
Kp_6	0,513		Valid
Kp_7	0,624		Valid
Kp_8	0,553		Valid
Kp_9	0,515		Valid
Kp_10	0,451		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23

Tabel 4
Hasil Uji Validitas Minat Mahasiswa

Item pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Mm_1	0,353	Instrumen valid jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ $n = 94$ Pada taraf signifikansi 5 % sehingga diperoleh $r_{\text{tabel}} = 0,2039$	Valid
Mm_2	0,513		Valid
Mm_3	0,575		Valid
Mm_4	0,228		Valid
Mm_5	0,533		Valid
Mm_6	0,485		Valid
Mm_7	0,564		Valid
Mm_8	0,578		Valid
Mm_9	0,320		Valid
Mm_10	0,548		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23

Berdasarkan beberapa tabel uji validitas di atas dapat dilihat bahwa semua item pernyataan untuk variabel kemudahan, manfaat, kepercayaan, dan variabel minat mahasiswa, semuanya valid. Di mana r_{tabel} adalah 0,2039 sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

b. Uji Reabilitas

Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* > 0,60. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	N of Item	Keterangan
Kemudahan	0,636	10	Reliabel
Manfaat	0,676	10	Reliabel
Kepercayaan	0,614	10	Reliabel
Minat	0,607	10	Reliabel

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa *cronbach's alpha* untuk semua variabel di atas angka 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel adalah reliabel.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas residual dengan metode *kolmogorov-smirnov*, dengan melihat pada nilai sig (signifikan). Jika signifikan kurang dari 0,05, kesimpulan data tidak berdistribusi normal. Jika signifikan lebih dari 0,05, maka data berdistribusi normal.

Tabel 6
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,87380903
Most Extreme Differences	Absolute	,082
	Positive	,082
	Negative	-,048
Test Statistic		,082
Asymp. Sig. (2-tailed)		,154 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel 4.6 di atas bahwa nilai sig. > 0,05, maka nilai signifikan dari tabel diatas adalah 0,154 > 0,05 berarti dengan uji Kolmogrov Smirnov dikatakan normal.

d. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Multikolinearitas

Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah jika nilai *Variance Inflation Factor* $VIF < 10$ dan nilai *Tolerance* $> 0,05$.

Tabel 7
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,956	2,456		,796	,428		
Km	,357	,092	,367	3,896	,000	,190	5,273
Ma	,529	,086	,577	6,135	,000	,190	5,262
Kp	,076	,037	,085	2,063	,042	,995	1,005

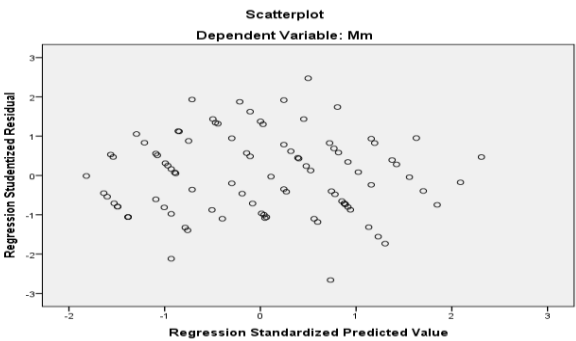
a. Dependent Variable: Mm

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dapat diketahui nilai *tolerance* dari variabel kemudahan adalah $0,190 > 0,05$, variabel manfaat adalah $0,190 > 0,05$, dan variabel kepercayaan adalah $0,995 > 0,05$, maka dapat disimpulkan nilai *tolerance* dari ketiga variabel di atas lebih besar dari $0,05$ ($tolerance > 0,05$) sehingga bebas dari multikolinieritas. Selanjutnya berdasarkan nilai *VIF* dari variable kemudahan adalah $5,273 < 10$, variabel manfaat adalah $5,262 < 10$, dan variabel kepercayaan adalah $1,005 < 10$.Maka dapat disimpulkan nilai *VIF* dari ketiga variabel di atas lebih kecil dari 10 (nilai $VIF < 10$) sehingga bebas dari multikolinieritas.

2) Uji Heterokedastisitas

Suatu model regresi dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas apabila titik-titik pada scatterplot regresi tidak membentuk pola tertentu seperti menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. hasil uji heterokedastisitas sebagai berikut:

Gambar 1
Uji Heterokedastisitas



Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa titik-titik tidak membentuk suatu pola tertentu. Titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari heterokedastisitas.

e. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kemudahan (X_1), manfaat (X_2), dan kepercayaan (X_3) terhadap minat mahasiswa menggunakan *mobile banking* (Y).

Tabel 8
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,956	2,456		,796	,428
Km	,357	,092	,367	3,896	,000
Ma	,529	,086	,577	6,135	,000
Kp	,076	,037	,085	2,063	,042

a. Dependent Variable: Mm

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat pada kolom *Unstandardized Coefficients* bagian kolom B, maka persamaan analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah:

$$Mm = \alpha + b_1Km + b_2Ma + b_3Kp + e$$

$$Mm = 1,956 + 0,357Km + 0,529Ma + 0,076Kp + 2,456$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 1,956 artinya apabila variabel kemudahan, manfaat dan kepercayaan dianggap konstan atau 0 maka minat mahasiswa IAIN Padangsidimpuan menggunakan *mobile banking* adalah sebesar 1,956.
- 2) Jika koefisien regresi variabel kemudahan meningkat 1 persentase sementara variabel lainnya tetap, maka minat mahasiswa IAIN Padangsidimpuan menggunakan *mobile banking* sebesar:

$$= 0,357 + 1,956$$

$$= 2,313, \text{ maka naik}$$

$$= 2,313 \times 100\%$$

$$= 2,313\%$$
- 3) Jika koefisien regresi variabel manfaat meningkat 1 persentase sementara variabel lainnya tetap, maka minat mahasiswa IAIN Padangsidimpuan menggunakan *mobile banking* sebesar:

$$= 0,529 + 1,956$$

$$= 2,485, \text{ maka naik}$$

$$= 2,485 \times 100\%$$

$$= 2,485\%$$
- 4) Jika koefisien regresi variabel kepercayaan meningkat 1 persentase sementara variabel lainnya tetap, maka minat mahasiswa IAIN Padangsidimpuan menggunakan *mobile banking* sebesar:

$$= 0,076 + 1,956$$

$$= 2,032, \text{ maka naik}$$

$$= 2,302 \times 100\%$$

$$= 2,302\%$$

f. Koefisien Determinasi

Tabel 9
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,922 ^a	,850	,845	,888

a. Predictors: (Constant), Kp, Ma, Km

b. Dependent Variable: Mm

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai *R square* sebesar 0,850 atau 85% hal ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan, manfaat dan kepercayaan berpengaruh terhadap variabel minat mahasiswa IAIN Padangsidimpuan menggunakan *mobile banking*. Sedangkan 15 % sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

g. Uji Hipotesis

1) Uji t

Tabel 10
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,956	2,456		,796	,428
Km	,357	,092	,367	3,896	,000
Ma	,529	,086	,577	6,135	,000
Kp	,076	,037	,085	2,063	,042

a. Dependent Variable: Mm

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel kemudahan sebesar 3,896, t_{hitung} untuk variabel manfaat sebesar 6,135, dan t_{hitung} untuk variabel kepercayaan sebesar 2,063. Sedangkan t_{tabel} dengan $df = n-2$ atau $93-2 = 91$ sehingga diperoleh $t_{tabel} = 1,662$. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel 4.17 di bawah ini:

Tabel 11
Uji parsial (uji t)

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Keterangan
Kemudahan (X1)	3,896	$t_{tabel} = 1,662$ dengan ($df = 91$), dan tingkat signifikansi sebesar 0,05	Terdapat pengaruh
Manfaat (X2)	6,135		Terdapat pengaruh
Kepercayaan (X3)	2,063		Terdapat pengaruh

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan, variabel manfaat dan variabel kepercayaan mempengaruhi minat mahasiswa IAIN Padangsidimpuan menggunakan *mobile banking*.

2) Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujian sebagai berikut:

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti kemudahan, manfaat dan kepercayaan secara simultan mempunyai pengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *mobile banking*.
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_0 ditolak. Hal ini berarti kemudahan, manfaat dan kepercayaan secara simultan tidak mempunyai pengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *mobile banking*.

Tabel 12
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	398,872	3	132,957	168,454	,000 ^b
Residual	70,246	89	,789		
Total	469,118	92			

a. Dependent Variable: Mm

b. Predictors: (Constant), Kp, Ma, Km

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa F_{hitung} untuk variabel kemudahan, manfaat dan kepercayaan sebesar 168,454. Sedangkan F_{tabel} dengan df (N1) = k-1 atau 4-1 = 3 dan df (N2) = n-k atau 93- 4=89 sehingga diperoleh $F_{tabel} = 2,71$. Dari hasil pengujian uji statistik F (uji F) maka dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ (168,454 > 2,71) yang berarti bahwa variabel kemudahan, manfaat dan kepercayaan secara simultan mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan *mobile banking*.

Berdasarkan hasil analisis regresi yang dilakukan pada penelitian ini, diketahui bahwa:

- Secara parsial kemudahan berpengaruh terhadap minat mahasiswa IAIN Padangsidimpuan menggunakan *mobile banking*, terlihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3,896 > 1,662).
- Secara parsial manfaat berpengaruh terhadap minat mahasiswa IAIN Padangsidimpuan menggunakan *mobile banking*, terlihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (6,135 > 1,662).
- Secara parsial kepercayaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa IAIN Padangsidimpuan menggunakan *mobile banking*, terlihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,063 > 1,662).
- Secara simultan variabel kemudahan, manfaat dan kepercayaan mempunyai pengaruh terhadap minat mahasiswa IAIN Padangsidimpuan menggunakan *mobile banking* dapat dilihat dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ (168,454 > 2,71).
- Uji koefisien determinasi kemudahan, manfaat dan kepercayaan terhadap minat mahasiswa IAIN Padangsidimpuan menggunakan *mobile banking* sebesar 85 %

sedangkan sisanya 15 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

6. Analisis regresi berganda memperoleh persamaan regresinya yaitu:

$$M_m = \alpha + b_1 K_m + b_2 M_a + b_3 K_p + e$$

$$M_m = 1,956 + 0,357 K_m + 0,529 M_a + 0,076 K_p + 2,456$$

7. Dari hasil uji multikolinieritas diketahui bahwa nilai *tolerance* > 0,05 dan nilai VIF < 10, maka dapat dinyatakan bebas dari multikolinieritas. Selanjutnya hasil uji heterokedastisitas diketahui bahwa titik-titik *scatterplot* regresi tidak membentuk pola tertentu seperti menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dinyatakan bahwa model regresi ini tidak terjadi heterokedastisitas.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diuraikan di atas dapat disimpulkan bahwa dari hasil uji secara parsial (uji t) yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa variabel kemudahan, variabel manfaat dan variabel kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa IAIN Padangsidempuan menggunakan *mobile banking*. Kemudian dari hasil uji secara simultan (uji F) dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama antara kemudahan, manfaat dan kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan dengan minat mahasiswa IAIN Padangsidempuan menggunakan *mobile banking*, dalam arti lain kemudahan, manfaat, dan kepercayaan merupakan faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa IAIN Padangsidempuan dalam menggunakan *mobile banking*. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa semakin mudah, semakin bermanfaat dan semakin percaya mahasiswa terhadap *mobile banking* maka akan dapat meningkatkan minat mahasiswa IAIN Padangsidempuan untuk menggunakan *mobile banking*.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Kadir. *Pengenalan Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi, 2003.
- Arikunto, Suharsimi. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2003.
- Davis, Fred D. "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology." *MIS quarterly*, 1989, 319–40.
- Djaali. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2012.
- Fadlan, Abi. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya)." Sarjana, Universitas Brawijaya, 2018. <http://repository.ub.ac.id/165788/>.
- H. C. Withhrington. *Psikologi pendidikan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1999.
- Istiarni, Panggih Rizki Dwi, dan P. Basuki Hadiprajitno. "Analisis pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kredibilitas terhadap minat penggunaan berulang internet banking dengan sikap penggunaan sebagai variabel intervening (studi empiris: nasabah layanan internet banking di Indonesia)." PhD Thesis, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, 2014.
- Jogiyanto. *Pengenalan Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi, 2007.

- Kominfo, PDSI. "Indonesia Raksasa Teknologi Digital Asia." Website Resmi Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. Diakses 9 Februari 2021. http://content/detail/6095/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia/0/sorotan_media.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat, 1999.
- Kurniawati, Hanif Astika, Alfi Arif, dan Wahyu Agus Winarno. "Analisis minat penggunaan mobile banking dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) yang telah dimodifikasi." *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi* 4, no. 1 (2017): 24–29.
- M Maulino, Anton, dan dkk. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1999.
- "MEF: Penggunaan Mobile Banking Capai 80% Di Indonesia, Isu Kepercayaan Menjadi Masalah Terbesar | Dailysocial." Diakses 9 Februari 2021. <https://dailysocial.id/post/mobile-banking-indonesia>.
- Nurastuti, Wiji. *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- "Pengguna e-Banking Meningkatkan Tajam." Diakses 9 Februari 2021. <https://ekbis.sindonews.com/berita/1172393/178/pengguna-e-banking-meningkat-tajam>.
- P.Robbins, Stephen, dan Timothy A. Judge. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- Rahmad, Andri Daisy, Endang Siti Astuti, dan Ryadi Riyadi. "Pengaruh Kemudahan terhadap Kepercayaan dan Penggunaan SMS Banking (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya)." *Jurnal Administrasi Bisnis* 43, no. 1 (2 September 2017): 36–43.
- Sugara, Anang, dan Rizki Yudhi Dewantara. "Analisis Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Penggunaan Sistem Transaksi Jual Beli Online (Studi Pada Konsumen 'Z')." *Jurnal Administrasi Bisnis* 52, no. 1 (11 Februari 2017): 8–15.