
Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Mobile Banking pada Mahasiswa di Kota Sorong

Lili Sarce Joi Sapari^{*1}, Edward Clan², Andrei Maryen³, Nety Torano⁴, Yammes Jonas Batkunde⁵

^{1,2,3}Universitas Kristen Papua

⁴Universitas Caritas Manokwari

⁵STIKIP Kreatindo Manokwari

^{1,2,3}Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Papua

¹⁴Manajemen, Universitas Caritas Manokwari

⁵ Sistem Informasi Manajemen, STIKIP Kreatindo Manokwari

*e-mail : lilisapari49@gmail.com

Abstrak

Masih ada yang belum menggunakan *mobile banking* dan ada yang sudah menggunakan *mobile banking* di kalangan mahasiswa. Oleh sebab itu peneliti memiliki beberapa pertanyaan penelitian yakni apakah sebuah teknologi yang relatif baru dikenal oleh Masyarakat ini dapat diterima dan dapat dimanfaatkan dengan baik. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian yang diperoleh bahwa variable (X1) persepsi manfaat (*perceived usefulness*), variable (X2) persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), variable (X3) ketersediaan fitur (*feature availability*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada mahasiswa di Kota Sorong.

Kata kunci: persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, ketersediaan fitur, minat menggunakan, *mobile banking*

Abstract

There are still some who have not used *mobile banking* and some who have used *mobile banking* among students. Therefore, researchers have several research questions, namely whether a technology that is relatively new to the community can be accepted and utilized properly. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression. The results of the study obtained that the variable (X1) perceived usefulness, variable (X2) perceived ease of use, variable (X3) feature availability have a positive and significant effect on the interest in using *mobile banking* among students in Sorong City.

Keywords: *perceived usefulness, perceived ease of use, feature availability, request to use, mobile banking*

1. PENDAHULUAN

Teknologi informasi mengimplementasikan cara akses informasi bagi semua kalangan Masyarakat, teknologi informasi yang semakin berkembang telah direspon oleh Perusahaan-perusahaan termasuk sektor perbankan yang terus mencoba memberikan pelayanan kemudahan akses informasi. Pada saat ini dalam bertransaksi sudah muncul sistem pembayaran dengan menggunakan smarphone untuk membayar baik dalam jumlah kecil maupun jumlah besar. (Alfinaeka & Batara daniel bagana, 2022) berpendapat bahwa metode pembayaran menggunakan perangkat digital memudahkan dan lebih efisien untuk menyelesaikan suatu transaksi dibandingkan menggunakan uang tunai.

Mobile banking atau biasa disebut *M-banking* merupakan salah satu layanan pada sektor perbankan yang menerapkan teknologi informasi dalam layanan perbankan saat ini telah memanfaatkan perkembangan teknologi dalam layanan antara lain transaksi pembayaran, layanan penarikan, pembayaran listrik, pembelian token listrik, pembelian pulsa data maupun

pulsa telepon dan layanan lainnya. Layanan transaksi terbaru ini berbasis teknologi yang merupakan layanan perbankan yang memberikan kemudahan dan kelancaran dalam kegiatan perbankan. Keefektifan dan keefisien nasabah untuk melakukan berbagai transaksi menggunakan mobile banking tidak akan berjalan, jika tidak didukung oleh telepon seluler dan internet (Safira et al., 2023).

Menurut (Risna Yunia Rahma & Siti Zulaikha, 2022) *Mobile banking* adalah suatu layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan pengguna melakukan kegiatan transaksi perbankan melalui smartphone. Pengguna mobile banking dinilai menguntungkan bagi pihak bank dan juga nasabah. Semua transaksi menjadi lebih praktis, efektif dan efisien. (Saputra, 2020) mengemukakan bahwa kelebihan mobile banking menggunakan jaringan pengaman pengganda atau berlapis, yaitu dari operator yang menyediakan jaringan seluler dan jaringan perbankan itu sendiri, sehingga tidak perlu dikhawatirkan penggunaannya. Kehadiran mobile banking, turut berdampak terhadap pengembangan pelayanan perbankan untuk mempermudah akses kepada para nasabahnya. *Mobile banking* dirasa lebih praktis dibanding internet banking dikarenakan nasabah dapat mengakses pelayanan bank seperti transfer, cek saldo, pengisian pulsa, membayar tagihan listrik, hingga *top-up* segala macam *e-money* di *smartphone* yang mereka miliki selama terhubung dengan koneksi internet.

Mobile banking memiliki keberhasilan yang handal tergantung dari bagaimana nasabah menerima sistem tersebut. Sistem ini memanfaatkan fasilitas untuk mendapatkan kemudahan, serta merasa nyaman dan aman dalam menggunakannya. Oleh karena itu penting bagi pihak bank untuk mengetahui kecenderungan mengetahui penggunaan suatu teknologi (Kusumo, 2010). Seseorang akan berminat menggunakannya apabila individu tersebut menilai sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya dan mendatangkan kepuasan. Minat nasabah untuk menggunakan layanan teknologi *mobile banking* merupakan salah satu faktor yang berpengaruh pada kemajuan teknologi pada sektor perbankan. Pada dasarnya nasabah akan berminat menggunakan layanan mobile banking tersebut sesuai dengan kebutuhan. Ketika kegunaan dan kemudahan serta ketersediaan fitur dalam menggunakan layanan tersebut sesuai dengan kebutuhan nasabah, begitu juga dengan faktor resiko dan kepercayaan yang diberikan oleh pihak bank. Namun sebaliknya, apabila nasabah menganggap faktor tersebut tidak sesuai maka nasabah akan kurang berminat menggunakan mobile banking.

Beberapa informasi yang sudah didapatkan oleh peneliti, bahwa masih ada yang belum menggunakan mobile banking dan ada yang sudah menggunakan mobile banking di kalangan mahasiswa. Oleh sebab itu peneliti memiliki beberapa pertanyaan penelitian yakni apakah sebuah teknologi yang relatif baru dikenal oleh masyarakat ini dapat diterima dan dapat dimanfaatkan dengan baik.

Penelitian yang dilakukan oleh (Hakim et al., 2021) yang menggunakan minat penggunaan (*Behavioral Intention to Use*) sebagai variabel independen dan variabel dependennya persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) yang mana objek dari penelitian tersebut adalah PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta. Penelitian ini memperoleh hasil bahwa Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*) memiliki pengaruh positif terhadap Minat perilaku untuk menggunakan (*Behavioral Intention to Use*) *Mobile Banking*. Penelitian yang dilakukan oleh (Wijayanti, 2017) yang meneliti pengaruh Persepsi Kemudahan Pengguna (*Perceived Ease of Use*) sebagai variabel independennya terhadap Minat menggunakan *Mobile Banking* sebagai variabel dependen. Penelitian memberikan hasil bahwa salah satu variabel dependennya ialah Persepsi Kemudahan Pengguna (*Perceived Ease of Use*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat penggunaan (*Behavioral Intention to Use*) *Mobile Banking*. Penelitian yang dilakukan oleh (Rizki & Utami, 2020) yang menggunakan variabel independen Minat penggunaan (*Behavioral Intention to Use*) dan Ketersediaan Fitur (*Feature Availability*) sebagai variabel dependen yang mana objek penelitian ini adalah *Mobile Banking* yang mendapatkan hasil bahwa Ketersediaan Fitur (*Feature Availability*) berhubungan positif dengan Minat menggunakan *Mobile Banking*. Berdasarkan hasil analisis, nasabah menggunakan Aplikasi *Mobile Banking* karena Aplikasi tersebut memiliki

Ketersediaan Fitur yang mudah untuk diakses, beragam, memiliki keterangan saldo dan ATM yang mudah diakses, dan memiliki *user id* dan *password* yang mudah untuk diatur dan dirubah, sehingga semakin menimbulkan niat perilaku nasabah untuk terus menggunakan Aplikasi tersebut.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dan populasi dalam penelitian adalah seluruh mahasiswa yang menggunakan mobile banking. Teknik pengumpulan sampel menggunakan probability sampling, yakni purposive sampling dengan memberikan kesempatan kepada semua mahasiswa yang menggunakan mobile banking. Penentuan ukuran sampel menggunakan rumus Lemeshow (1997) diperoleh jumlah sampel minimal 100 responden. Data responden diperoleh melalui google form yang dibagikan kepada nasabah secara acak melalui whatsapp. Kuisisioner yang digunakan peneliti berisi tentang pertanyaan mengenai persepsi kemudahan pengguna (*perceived ease of use*), persepsi manfaat (*perceived usefulness*), dan ketersediaan fitur (*feature availability*) sebagai variable independent dan minat menggunakan aplikasi teknologi merupakan sebagai variable dependent.

Kuisisioner yang dibuat menggunakan skala Likert (Ghozali, 2018) untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial. Penyelesaian penelitian ini dengan menggunakan teknik analisis kuantitatif deskriptif. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuisisioner yang sebelum diberikan kepada responden diuji menggunakan uji validitas, uji realibilitas, dan uji normalitas. Peneliti menggunakan Uji Heteroskedastisitas untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji kelayakan model menggunakan uji F, dan untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat peneliti menggunakan koefisien determinasi. Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (independen) yang jumlahnya lebih dari satu terhadap satu variabel terikat (dependen) peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda. Uji hipotesis menggunakan uji T.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Karakteristik Responden

Responden penelitian sebanyak 100 orang dengan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, Pendidikan dan pekerjaan, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1 Karakteristik Responden berdasarkan usia

Usia		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-20	42	42.0	42.0	42.0
	21-30	44	44.0	44.0	86.0
	31-40	9	9.0	9.0	95.0
	>40	5	5.0	5.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 1 dapat dijelaskan bahwa karakteristik responden menurut usia didominasi oleh usia 21 – 30 tahun sebanyak 44 responden dengan persentase 44%, dilanjutkan dengan usia 17 – 20 tahun berjumlah 42 responden dengan persentase 42%, kemudian dilanjutkan usia 31-40 tahun dan >40 tahun masing-masing sebanyak 9 responden dan 5 responden.

Tabel 2 Karakteristik Responden berdasarkan pekerjaan
Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa	51	51.0	51.0	51.0
	PNS	25	25.0	25.0	76.0
	TNI/Polri	11	11.0	11.0	87.0
	Wiraswasta	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 2 dapat dijelaskan bahwa karakteristik responden menurut pekerjaan didominasi oleh pekerjaan sebagai mahasiswa sebanyak 51 responden dengan persentase 51%, dilanjutkan dengan responden yang bekerja sebagai PNS dan berstatus mahasiswa berjumlah 25 responden dengan persentase 25%, kemudian dilanjutkan pekerjaan sebagai TNI/Polri dan wiraswasta masing-masing sebanyak 11 responden dan 13 responden.

Tabel 3 Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin
Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	55	55.0	55.0	55.0
	Perempuan	45	45.0	45.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 3 dapat dijelaskan bahwa karakteristik responden menurut jenis kelamin didominasi responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 55 responden dengan persentase 55%, dilanjutkan dengan responden berjenis kelamin Perempuan berjumlah 45 responden dengan persentase 45%.

3.2. Hasil Uji Statistik dan Pembahasan

Hasil penelitian dengan menyebar kuisioner untuk mengetahui tanggapan responden terhadap variable penelitian yaitu variabel bebas (independent) yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*), kemudahan pengguna (*perceived ease of used*) dan ketersediaan fitur (*feature availability*) dan variable dependennya minat menggunakan (*behavior intention of use*). Sebelum dilakukan pengolahan data, maka harus diketahui validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas digunakan untuk mengetahui Tingkat kevalidtan dari suatu kuisioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu dapat mengungkapkan sesuatu yang dapat diukur oleh kuisioner tersebut. Item pertanyaan dikatakan valid jika memiliki nilai r -hitung $>$ r -tabel (Hamid & Dkk, 2019). Berdasarkan hasil perhitungan variable persepsi manfaat (*perceived usefulness*), kemudahan pengguna (*perceived ease of used*) dan ketersediaan fitur (*fitur availability*) dan minat menggunakan (*behavioral intention to use*), masing-masing item pertanyaan memiliki nilai r -hitung yang lebih besar dari nilai r -tabel, maka dapat disimpulkan bahwa item-item pertanyaan pada variable tersebut valid.

Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pernyataan itu konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dengan uji statistic Cronbach alpha. Dengan metode Cronbach alpha, koefisien yang diukur akan beragan antara 0 hingga 1. Nilai

koefisien yang kurang dari 0,6 menunjukkan bahwa keandalan konsisten internal yang tidak reliabel (Sugiyono, 2022).

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach aplha	Keterangan
Persepsi manfaat	0,877	Reliabel
Kemudahan pengguna	0,877	Reliabel
Ketersediaan fitur	0,921	Reliabel
Minat menggunakan	0,925	Reliabel

Sumber : data diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, diperoleh hasil bahwa semua item pertanyaan dari empat variable yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*), kemudahan penggunaan (*perceived ease of used*) dan ketersediaan fitur (*feature availability*) dan minat menggunakan (*behavioral intention to use*) adalah reliabel karena memiliki nilai CA lebih dari 0,6.

Selanjutnya dilakukan uji normalisasi yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variable pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

Tabel 5 Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	100
Kolmogorov-Smirnov Z	0,847
Sig (2 tailed)	0,800

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji normalitas, diperoleh hasil bahwa nilai asymp.sig (2-tailed) sebesar 0,800. Karena $\text{symtp.sig (2-tailed)} > \alpha (0,05)$ yang berarti data dalam penelitian berdistribusi normal. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas, pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan uji glejers yaitu dengan meregresikan nilai absolute dari residual dengan variable independent. Uji glejser (Sugiyono, 2010) menunjukkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas jika nilai $\text{sig} > \alpha (0,05)$

Tabel 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variable	Sig (2 taled)	Keterangan
Persepsi manfaat	0,525	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kemudahan penggunaan	0,151	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Ketersediaan fitur	0,902	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber : data diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, diperoleh nilai sig (2-tailed) untuk variable persepsi manfaat sebesar 0,525, nilai sig (2-tailed) untuk variable kemudahan penggunaan sebesar 0,151 dan nilai sig (2-tailed) untuk variable ketersediaan fitur sebesar 0,902. Karena semua variable independent memiliki nilai sig (2-tailed) $> \alpha (0,05)$. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi sehingga uji asumsi untuk heteroskedastisitas terpenuhi.

Uji F bertujuan untuk menguji Tingkat ketepatan model regresi. Uji F ini untuk mengetahui pengaruh variable-variabel independent secara bersama-sama (simultan) terhadap variable dependen

Tabel 7 Hasil Uji F (ANOVA)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	596.234	3	198.745	268.136	.000
	Residual	71.156	96	.741		
	Total	667.390	99			

- a. Dependent Variable: Ymintamenggunakan
b. Predictors: (Constant), X3ketersediaanfitur, X1Persepsimanfaat, X2kemudahanpenggunaan

Berdasarkan hasil output SPSS pada tabel 7, diperoleh nilai F-hitung sebesar 268.136 dengan $n = 100$, $k = 4$, sehingga df pembilang (df_1) = $4 - 1 = 3$, kemudian df penyebut (df_2) = $100 - 4 = 96$, maka diperoleh nilai F-tabel 2,47. Sedangkan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena F-hitung > F-tabel dan sig < α (0,05). Maka H_0 di tolak dan H_a diterima yang berarti bahwa persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan ketersediaan fitur secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking.

Koefisien determinasisimultan (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan simultan (R^2) dari beberapa variable dalam pengertian yang lebih jelas. Besarnya koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai dengan 1. Semakin mendekati 0 besarnya koefisien determinasi suatu persamaan regresi semakin kecil pengaruhnya semua variable bebas terhadap variable terikat. Sebaliknya semakin besar nilai koefisien determinasi mendekati angka 1, maka semakin besar pula pengaruh semua variable bebas terhadap variable terikat. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai adjusted R square (pada tabel output SPSS Nampak terlihat pada tabel model summary).

Tabel 8 Hasil Uji R Square

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.945 ^a	.893	.890	.861

- a. Predictors: (Constant), X3ketersediaanfitur, X1Persepsimanfaat, X2kemudahanpenggunaan
b. Dependent Variable: Ymintamenggunakan

Berdasarkan tabel hasil uji R square (tabel 8) nilai adjusted R square (koefisien determinasi) sebesar 0,890. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat (X1), kemudahan penggunaan (X2), ketersediaan fitur (X3)berpengaruh sebesar 89% terhadap minat menggunakan mobile banking sedangkan sisanya 19% dijelaskan oleh variable-variabel lainnya yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Model regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat (X1), kemudahan penggunaan (X2), ketersediaan fitur (X3) terhadap minat menggunakan mobile banking (M-banking) di Sorong. Sedangkan uji t statistic pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variable penjelas atau bebas secara parsial dalam menerangkan variable terikat (dependen)

Model	Tabel 9		
	Beta	t	Sig.
(Constant)	.135	-.457	.349
X1Persepsimanfaat	.141	1.286	.001
X2kemudahanpenggunaan	.331	2.843	.005
X3ketersediaanfitur	.493	5.061	.000

Berdasarkan tabel perhitungan regresi linier berganda pada tabel 9, diperoleh konstanta (a) sebesar 0.135, koefisien regresi untuk variable (X1) persepsi manfaat sebesar 0.141, koefisien regresi untuk variable (X2) kemudahan penggunaan sebesar 0,331, koefisien regresi untuk variable (X3) ketersediaan fitur sebesar 0,493. Sehingga diperoleh model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 0,135 + 0,141 PM + 0,331 KM + 0,493 KF$$

Keterangan :

Y = minat dalam menggunakan mobile banking

PM = persepsi manfaat

KM = kemudahan penggunaan

KF = ketersediaan fitur

Nilai konstanta sebesar 0,135 yang berarti jika variable (X1) persepsi manfaat, variable (X2) kemudahan penggunaan, dan variable (X3) ketersediaan fitur sama dengan nol atau konstan maka variable (Y) minat menggunakan sebesar nilai konstan yaitu 0,135 dengan asumsi variable dianggap tetap.

Nilai koefisien regresi untuk variable (X1) persepsi manfaat yaitu sebesar 0,141, yang menunjukkan bahwa variable (X1) persepsi manfaat mempunyai hubungan yang searah dengan variable (Y) minat menggunakan mobile banking. Nilai signifikansi uji t diperoleh hasil $0,001 < 0,05$. Maka hipotesis 1 persepsi manfaat (*perceived usefulness*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking di terima.

Nilai koefisien regresi untuk variable (X2) kemudahan penggunaan yaitu sebesar 0,331, yang menunjukkan bahwa variable (X2) kemudahan penggunaan mempunyai hubungan yang searah dengan variable (Y) minat menggunakan mobile banking. Nilai signifikansi uji t diperoleh hasil $0,005 < 0,05$. Maka hipotesis 2 kemudahan penggunaan (*perceived easy of use*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking di terima

Nilai koefisien regresi untuk variable (X3) ketersediaan fitur yaitu sebesar 0,493, yang menunjukkan bahwa variable (X3) ketersediaan fitur mempunyai hubungan yang searah dengan variable (Y) minat menggunakan mobile banking. Nilai signifikansi uji t diperoleh hasil $0,000 < 0,05$. Maka hipotesis 3 ketersediaan fitur (*feature availability*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking di terima.

1. Pengaruh persepsi manfaat (*perceived usefulness*) terhadap minat menggunakan mobile banking

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa hipotesis diterima yang berarti persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan mobile banking pada kalangan mahasiswa di Kota Sorong. Menurut (Safira et al., 2023) persepsi manfaat merupakan suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja dalam bekerja, artinya bahwa adanya manfaat dan fasilitas internet banking akan mampu meningkatkan produktifitas kinerja bagi orang yang menggunakan fasilitas tersebut. Dalam penelitian ini persepsi manfaat diukur berdasarkan 3 indikator yaitu mempermudah transaksi, mempercepat transaksi, memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi dan meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Alfinaeka & Batara daniel bagana, 2022); (Kurnia, 2020); (Rachmadana et al., 2024) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking.

2. Pengaruh kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) terhadap minat menggunakan mobile banking

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa hipotesis diterima berarti kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking pada mahasiswa di Kota Sorong. Menurut (Safira et al., 2023) persepsi kemudahan penggunaan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha, artinya kepercayaan seseorang terhadap teknologi informasi dapat memberikan kemudahan dalam penggunaannya sehingga tidak memerlukan usaha yang lebih. Dalam penelitian ini variable kemudahan penggunaan diukur menggunakan 3 indikator yaitu teknologi informasi sangat mudah dipelajari, teknologi informasi mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna, keterampilan pengguna akan bertambah dengan menggunakan teknologi informasi. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya (Anggraeni & A.widyastuti, 2017); (Agung Nugroho Lutfi Imam Fahrudi et al., 2023) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

3. Pengaruh ketersediaan fitur (*feature availability*) terhadap minat menggunakan mobile banking

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa hipotesis diterima yang berarti ketersediaan fitur berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada mahasiswa di Kota Sorong. Menurut (Rahayu, 2016) fitur merupakan karakteristik yang menambah fungsi dasar suatu produk. Dalam mobile banking fitur berarti hal-hal apa saja yang dapat dilakukan oleh nasabah dengan menggunakan mobile banking. Dalam hal ini ketersediaan fitur merupakan persepsi kemudahan dalam teori technology acceptance model karena dengan adanya fitur tersebut dalam sebuah teknologi maka akan dapat melengkapi kebutuhan pengguna. Dalam penelitian ini variable ketersediaan fitur menggunakan 3 indikator yaitu kelengkapan fitur, keragaman fitur, kemudahan fitur. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya (Madhani et al., 2021) (Rosma, 2021) yang menyatakan bahwa ketersediaan fitur berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variable (X1) persepsi manfaat (*perceived usefulness*), variable (X2) persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Variable (X3) ketersediaan fitur (*feature availability*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking pada mahasiswa di Kota Sorong. *Mobile banking* diharapkan dapat membuat semacam komunitas atau layanan tanya jawab berdasarkan masing-masing layanan produk perbankan sehingga dapat mempermudah akses untuk memberikan sebuah informasi terkait penggunaan dan pelayanan *mobile banking* terhadap para penggunanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Nugroho Lutfi Imam Fahrudi, Anni Rahimah, & Wahyuningtiyas, N. (2023). PENGARUH PERSEPSI KEAMANAN, KETERSEDIAAN FITUR, NORMA SUBJEKTIF TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUTUSAN PENGGUNAAN MOBILE BANKING. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 8(2).
<https://doi.org/10.33474/jimmu.v8i2.20677>
- Alfinaeka, & Batara daniel bagana. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Mobile Banking. *Kompak :Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 15(2). <https://doi.org/10.51903/kompak.v15i2.656>
- Anggraeni, K., & A.widyastuti, D. (2017). Pengaruh Kemudahan (Perceives Ease of Use) Terhadap Minat Ulang Penggunaan Aplikasi. *Program Studi Manajemen, Universitas Bakrie*.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. *E-Jra*, 11(11).
- Hakim, A. F., Puspitaningrum, R., Khairisma, K., & Novita Sari, M. B. (2021). PENGARUH MINAT PENGGUNAAN MOBILE BANKING DENGAN PENDEKATAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FEB UNIVERSITAS MALIKUSSALEH). *El-Amwal*, 4(2).
<https://doi.org/10.29103/el-amwal.v4i2.5842>
- Hamid, & Dkk. (2019). Analisis Jalur Dan Aplikasi Spss Versi 25. *Sefa Bumi Persada*, 1(1).
- Kurnia, D. (2020). Pengaruh Fitur, Kemudahan Penggunaan, Keamanan, dan Promosi, Terhadap keputusan Penggunaan Digital Banking Jenius PT Bank Tabungan Pensiun Nasional. *UG Jurnal*, 14.
- Kusumo, H. C. (2010). Analisis Penerimaan Mobile Banking (M-Banking) Dengan Kerumitan (Complexity) Sebagai Variabel Eksternal Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model. *International Institute for Environment and Development*, 07/80(2).
- Madhani, L. M., Bella Sari, I. N., & Shaleh, M. N. I. (2021). DAMPAK PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP PERILAKU ISLAMI MAHASISWA DI YOGYAKARTA. *At-Thullab : Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 3(1).
<https://doi.org/10.20885/tullab.vol3.iss1.art7>
- Papua, S., Rachmadana, S. L., & Fretes, I. De. (2024). *JBTI : Jurnal Bisnis : Teori dan Implementasi Digital Marketing Literacy to Sustain MSME Businesses in*. 15(1), 44–55.
- Rahayu, I. S. (2016). MINAT NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING DENGAN MENGGUNAKAN KERANGKA TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta). *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 5(2). [https://doi.org/10.21927/jesi.2015.5\(2\).137-150](https://doi.org/10.21927/jesi.2015.5(2).137-150)
- Risna Yunia Rahma, & Siti Zulaikha. (2022). Pengaruh Penggunaan M-Payment, Literasi Keuangan Syariah, Locus of Control terhadap Perilaku Keuangan. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(5). <https://doi.org/10.20473/vol9iss20225pp747-759>

-
- Rizki, A., & Utami, H. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan, kegunaan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan e-commerce. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(6).
- Rosma, N. N. C. (2021). PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEGUNAAN PENGGUNAAN, PERSEPSI RISIKO DAN NORMA SUBJEKTIF TERHADAP MINAT PENGGUNAAN GOPAY. *Jurnal Akuntansi*, 17(2).
- Safira, S. D., Ernawati, D., & Iqbal, M. (2023). Penerapan Technology Acceptance Model dalam Meningkatkan Minat Menggunakan Kembali M-Banking Livin by Mandiri. *JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI Dan MANAJEMEN BISNIS*, 11(1).
<https://doi.org/10.30871/jaemb.v11i1.3961>
- Saputra, F. R. D. (2020). Tindakan Mitigasi Terhadap Potensi Kerusakan di Lembaga Masyarakat. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 7(2).
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif (Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif)*. Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2010). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. In *Penerbit Alfabeta*.
- Wijayanti, F. (2017). Pengaruh Presepsi Manfaat, Presepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Presepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9).