

PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT, KETERSEDIAAN FITUR TERHADAP PENGGUNAAN LAYANAN MOBILE BANKING DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI KASUS MAHASISWA STRATA-1 MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS JAMBI)

Tri Supryjadi Liu^{1)*}, Tona Aurora Lubis²⁾, Zulkifli³⁾

Universitas Jambi^{1,2)}, Universitas Pembangunan Jaya³⁾

Email : yadi7723@gmail.com^{1)*}

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kemudahan, Manfaat, Ketersediaan Fitur terhadap Penggunaan Layanan Mobile Banking dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi. Objek pada penelitian ini adalah mahasiswa Strata-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling. Sampel dalam peneliti adalah sebanyak 284 Responden dengan penentuan jumlah sampel berdasarkan rumus Isaac & Michael. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis statistik deskriptif dan SEM-PLS yang dijalankan menggunakan aplikasi SmartPLS 3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manfaat, ketersediaan fitur, kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan mobile banking sedangkan kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan mobile banking. Kepercayaan berpengaruh signifikan sebagai variabel mediasi antara kemudahan, manfaat dan ketersediaan fitur terhadap penggunaan layanan mobile banking.

Kata kunci : *Layanan Mobile Banking, Kemudahan, Manfaat, Ketersediaan Fitur, Kepercayaan*

Abstract

This study aims to determine the effect of Convenience, Benefits, Availability of Features on the Use of Mobile Banking Services with Trust as a Mediation Variable. The object of this study is a student of Strata-1 Management, Faculty of Economics and Business, Jambi University. The sampling technique used is purposive sampling. The sample in the researcher was 284 respondents with the determination of the number of samples based on the formula of Isaac & Michael. The analysis techniques used in this study are descriptive statistical analysis techniques and SEM-PLS which are run using the SmartPLS 3 application. The results of this study show that benefits, feature availability, trust have a significant effect on the use of mobile banking services while convenience does not have a significant effect on the use of mobile banking services. Trust has a significant effect as a mediating variable between the convenience, benefits and availability of features on the use of mobile banking services.

Keywords : *Mobile Banking Services, Convenience, Benefits, Feature Availability, Trust*

1. PENDAHULUAN

Di era serba digitalisasi pada saat ini, perkembangan teknologi informasi semakin bertambah cepat. Perkembangan teknologi informasi ini terjadi karena teknologi informasi dapat memenuhi segala kebutuhan manusia yang selalu menuntut mobilitas tinggi seperti saat ini. Banyak perusahaan yang telah menerapkan dan memanfaatkan teknologi

informasi untuk mengubah segala kegiatan menjadi serba digital sehingga lebih mudah untuk dapat diterima oleh masyarakat. Salah satu sektor yang telah menerapkan yakni sektor di dunia perbankan. Teknologi telah membuka pasar baru, produk baru, layanan baru dan saluran pengiriman yang efisien untuk industri perbankan yang salah satunya adalah layanan *mobile banking* yang dapat diakses pengguna menggunakan *smartphone* yang tersambung ke koneksi internet.

Mobile banking dapat diartikan sebagai transaksi perbankan dengan menggunakan perangkat *mobile* seperti telpon selular, smart phone kecuali laptop. Saat ini *Mobile banking* menjadi saluran perbankan populer dikalangan masyarakat. *Mobile banking* merupakan suatu layanan perbankan yang diberikan pihak bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan, serta keefektifan dan keefisienan nasabah dalam melakukan berbagai transaksi. Salah satu Manfaat dari penggunaan Layanan *Mobile banking* yaitu memungkinkan nasabah untuk melakukan pembayaran secara online. Selain itu, dengan *mobile banking*, bank bisa meningkatkan kecepatan layanan dan jangkauan dalam aktivitas perbankan. Ketersediaan fitur yang banyak pada *mobile banking* tentunya juga membuat nasabah akan bisa mendapatkan banyak keuntungan dari menggunakan layanan *mobile banking*.

Penggunaan layanan *Mobile Banking* membuat jalannya transaksi perbankan semakin mudah dan cepat, akan tetapi di sisi yang lain juga membuatnya memiliki beberapa resiko baru seperti maraknya kejahatan *cybercrime*. Hal ini membuat keamanan harus menjadi faktor yang paling perlu diperhatikan agar nasabah tetap bisa mendapatkan kepercayaan dan rasa nyaman mengakses layanan yang diberikan. Penelitian ini menggunakan kepercayaan sebagai variabel mediasi hal ini dikarenakan kepercayaan memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan penggunaan layanan *mobile banking*.

Objek penelitian mengenai layanan *Mobile Banking* ini adalah Mahasiswa Strata-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Layanan *mobile banking* seharusnya tidak asing lagi didengar bagi para mahasiswa Strata-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi karena sebagai mahasiswa ekonomi setidaknya sedikit banyak tahu mengenai dunia ekonomi yang salah satunya mengenai perbankan. Pemilihan mahasiswa sebagai objek penelitian didasari dengan fakta bahwa berdasarkan data dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) tahun 2022 berdasarkan kategori Pekerjaan, Peringkat pertama pengguna internet diduduki oleh pelajar dan mahasiswa yakni sebesar 99,26 % dimana internet menjadi salah satu syarat penggunaan layanan *mobile banking*.

Mobile banking merupakan salah satu hasil layanan bank yang banyak diminati oleh para nasabah karena layanan ini membuat nasabah suatu bank mampu melakukan transaksi perbankan serta melihat informasi tentang rekeningnya dengan hanya menggunakan *smartphone*. Penggunaan *mobile banking* dinilai sangat menguntungkan bagi pihak bank dan juga nasabah karena dengan adanya *mobile banking* Semua transaksi menjadi lebih praktis, efektif serta efisien. Hal ini pun telah membuat terjadinya fenomena perubahan perilaku dan kebiasaan dari nasabah dalam melakukan transaksi yang dahulu masih harus pergi langsung ke bank atau ATM untuk melakukan transaksi yang sekarang mengarah pada transaksi yang lebih modern dengan menggunakan *M-Banking* dengan hanya menggunakan perangkat *mobile* yang memberikan kemudahan bagi nasabah.

Beberapa penelitian terdahulu mengenai penggunaan *mobile banking* juga meberikan hasil yang beragam seperti penelitian dari Maria loki Kristianti & Pambudi (2017) dan penelitian Ledesman (2018) yang menunjukkan variabel kemudahan

berpengaruh positif terhadap penggunaan layanan *mobile banking* sedangkan menurut Renaldi (2021) dan Hadi & Novi (2015) yang mengatakan bahwa kemudahan penggunaan tidak signifikan mempengaruhi penggunaan *mobile banking*. Untuk variabel manfaat penelitian Tirtana & Sari (2014), penelitian Laksana et al., (2015), Penelitian Maria loki Kristianti & Pambudi (2017), dan penelitian Ledesman (2018) menunjukkan hasil bahwa manfaat berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *Mobile Banking* sedangkan Penelitian Anggraeni (2019) dan Penelitian Shodiqin (2021) menunjukkan variabel manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Penelitian Shodiqin (2021) dan Bagastia (2018) menunjukkan bahwa Kemudahan dan Manfaat tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* dengan Kepercayaan sebagai variabel mediasi Namun penelitian Anggraeni (2019) menunjukkan Kepercayaan sebagai variabel mediasi berpengaruh antara kemudahan dan manfaat terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Penggunaan Layanan *Mobile Banking*

Penggunaan *Mobile banking* merupakan kondisi nyata penggunaan layanan *Mobile banking* oleh nasabah bank (Tirtana and Sari 2014). Hal ini berkaitan erat dengan lama waktu penggunaan dan frekuensi penggunaan layanan *Mobile Banking*. pengertian *mobile banking* menurut Riswandi (2005) dalam Fadlan (2018), *Mobile Banking* suatu layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan pengguna kegiatan transaksi perbankan melalui smartphone. *Mobile banking* atau biasa disebut dengan *M-Banking* adalah layanan perbankan yang diberikan oleh pihak bank untuk berkontributif dalam kelancaran dan kemudahan kegiatan- kegiatan perbankan, keefektifan dan keefisienan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi *M- Banking* tidak akan berjalan, jika tidak didukung oleh telepon seluler dan internet (Iqbal, Heriyani, and Urrahmah 2021)

Kemudahan

Jogiyanto (2007) menyatakan kemudahan penggunaan diartikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan penggunaan *mobile banking* memiliki makna bahwa layanan *mobile banking* oleh pihak bank akan mudah dipahami dan mudah untuk digunakan, sehingga nasabah dapat dengan mudah mempelajari tata cara bertransaksi menggunakan *m-banking* (Hadi and Novi 2015). Adapun menurut Davis (1989) indikator yang digunakan untuk pengukuran variabel kemudahan yaitu Mudah digunakan (*easy to use*), Mudah dipelajari (*easy to learn*), Fleksibel untuk berinteraksi (*flexible*), Mudah untuk menguasai (*easy to become skillful*), Mudah dikendalikan (*controllable*), Jelas dan dapat dimengerti (*clear & understandable*).

Manfaat

Manfaat adalah tingkat dimana seseorang berfikir bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Daya guna yang diperoleh adalah manfaat yang diyakini individu dapat diperoleh apabila menggunakan teknologi informasi (Davis 1989). Menurut Duta (2011), kemanfaatan teknologi informasi merupakan manfaat yang diharapkan oleh pengguna teknologi informasi dalam melaksanakan tugasnya. Adapun indikator menurut Davis (1989) yang digunakan untuk pengukuran manfaat dalam penelitian ini yaitu : Mempercepat kegiatan pekerjaan (*work more quickly*), Bermanfaat (*usefull*), Meningkatkan produktivitas (*increase Productivity*), Efektifitas (*effectiveness*), Kinerja (*job performance*) dan Membuat pekerjaan lebih mudah (*make job easier*).

Ketersediaan Fitur

Ketersediaan fitur (*feature availability*) mengacu pada kemampuan suatu produk atau layanan untuk menyediakan fitur atau fungsi tertentu untuk pengguna. Davis (1989) mendefinisikan fitur sebagai kemampuan suatu sistem atau produk untuk melakukan tindakan tertentu atau memfasilitasi tindakan tertentu yang diinginkan oleh pengguna. Ketersediaan Fitur merupakan kriteria yang penting untuk menarik perhatian nasabah di dalam penyampaian layanan mobile banking. Adapun menurut Poon (2008) indikator yang digunakan untuk pengukuran variabel ketersediaan fitur adalah : kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa, keberagaman layanan transaksi, keberagaman fitur dan inovasi produk.

Kepercayaan

Menurut Venkatesh & Davis (2000), Kepercayaan (*trust*) adalah persepsi pengguna tentang keandalan, kemampuan, dan integritas suatu sistem atau teknologi yang digunakan. Yuniati et al., (2022) mengatakan Kepercayaan merupakan keyakinan dalam keandalan dan integritas yang dimiliki seseorang dengan mitranya. Adapun indikator yang digunakan untuk pengukuran variabel kepercayaan menurut Mcknight et al. (2011) yaitu : Fungsi kegunaan (*Functionality*), Membantu (*Helpfulness*) dan Keandalan (*Reliability*).

Hipotesis

- H₁ : Kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan layanan *Mobile Banking*
- H₂ : Manfaat berpengaruh positif terhadap penggunaan layanan *Mobile Banking*
- H₃ : Ketersediaan Fitur berpengaruh positif terhadap penggunaan layanan *Mobile Banking*
- H₄ : Kepercayaan berpengaruh positif terhadap penggunaan layanan *Mobile Banking*
- H₅ : Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *Mobile Banking* melalui Kepercayaan sebagai variabel mediasi
- H₆ : Manfaat berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *Mobile Banking* melalui Kepercayaan sebagai variabel mediasi
- H₇ : Ketersediaan Fitur berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *Mobile Banking* melalui Kepercayaan sebagai variabel mediasi

3. METODE PENELITIAN

Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah Mahasiswa Strata-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi dengan jumlah sebanyak 1083 mahasiswa. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, karena adanya keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. maka dari itu sampel pada penelitian ini adalah mahasiswa Strata-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi yang menggunakan Layanan *Mobile Banking*. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan pendekatan metode teknik *purposive sampling*. cara menentukan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan rumus *Isaac & Michael* dengan hasil perhitungan berjumlah 284 sampel.

Sumber dan Metode Pengambilan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dari jawaban kuesioner yang diberikan kepada responden sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai bahan pustaka baik berupa jurnal, buku, skripsi, dll. Metode yang digunakan dalam proses pengumpulan data penelitian ini adalah metode kepustakaan dan metode kuesioner. Metode kepustakaan didapatkan dari data sekunder sedangkan metode kuesioner menghasilkan data primer

yaitu kuesioner yang dijawab mahasiswa strata-1 Manajemen Fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Jambi.

Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis statistik deskriptif dan SEM- PLS. Menurut Sugiyono (2022) analisis statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang sudah terkumpul sebagai mana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. *Partial Least Square* (PLS) merupakan analisis persamaan struktural (SEM) berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran (*outer model*) sekaligus pengujian model struktural (*inner model*) (Ghozali & Latan, 2015). Pengujian model PLS penelitian ini menggunakan Aplikasi SmartPLS 3.0.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Data responden pada penelitian ini terdiri dari berbagai data seperti, jenis kelamin, angkatan, layanan bank yang sering digunakan, jumlah aplikasi *mobile banking* yang digunakan, jenis aplikasi yang digunakan dan layanan *mobile banking* yang paling sering digunakan. terdapat 104 responden berjenis kelamin laki – laki atau 36,7% dan sisanya 180 atau 63,3% responden berjenis kelamin perempuan. angkatan paling tinggi yang mengisi kuesioner penelitian ini adalah angkatan 2019 dengan jumlah 103 responden. Menggunakan aplikasi *mobile banking* menjadi layanan dari bank yang paling banyak digunakan yaitu sebanyak 222 responden atau 78,2% dibandingkan dengan menggunakan mesin ATM atau secara langsung ke teller atau customer service pada bank. Rata-rata pengguna hanya menggunakan 1 aplikasi layanan *mobile banking* yang didominasi dari bank BRI yaitu BRImo BRI disusul dengan BCA Mobile dari Bank BCA. Top-up *e-money* menjadi layanan dari *mobile banking* yang paling sering digunakan pada aplikasi *mobile banking* yaitu sebanyak 139 responden atau dalam persen sejumlah 48,9%.

Pengujian Outer Model

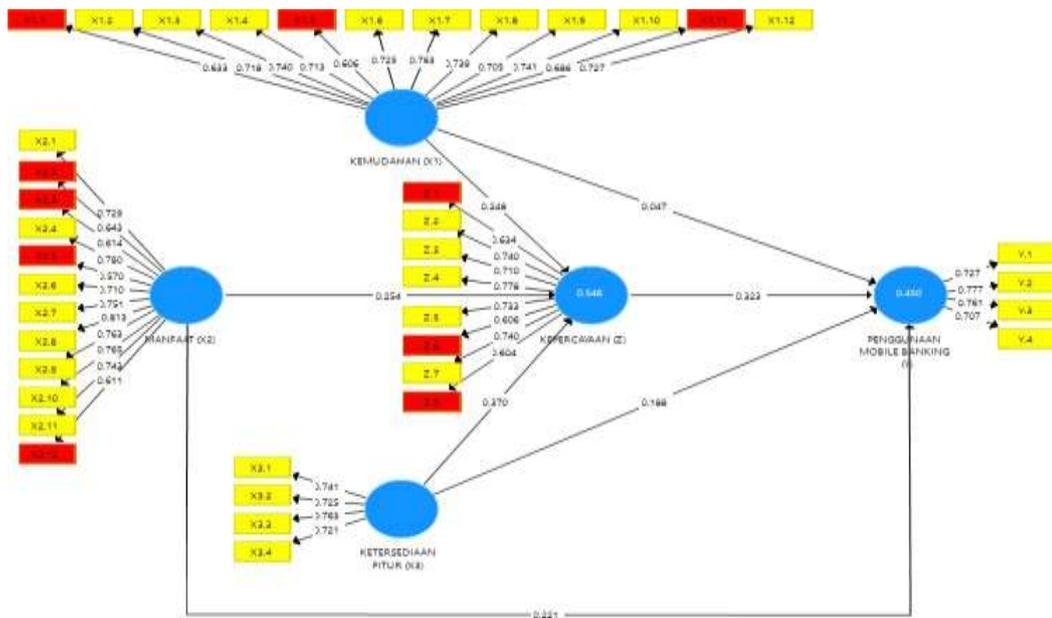
Pengujian *outer model* pada PLS terdiri dari Uji Validitas dan Uji Reabilitas. Uji validitas terdiri dari *convergent validity* dan *discriminant validity*.

1. Uji Validitas

a. Convergent Validity

Convergent validity (validitas konvergen) merupakan indikator yang diukur berdasarkan korelasi antara skor item atau *component score* dengan nilai konstruksinya sehingga menciptakan nilai *loading factor*. Nilai *loading factor* dapat dinyatakan valid jika nilai $> 0,7$. Berikut hasil dari nilai *loading factor* yaitu sebagai berikut :

Gambar 1 Nilai Loading Factor Pertama

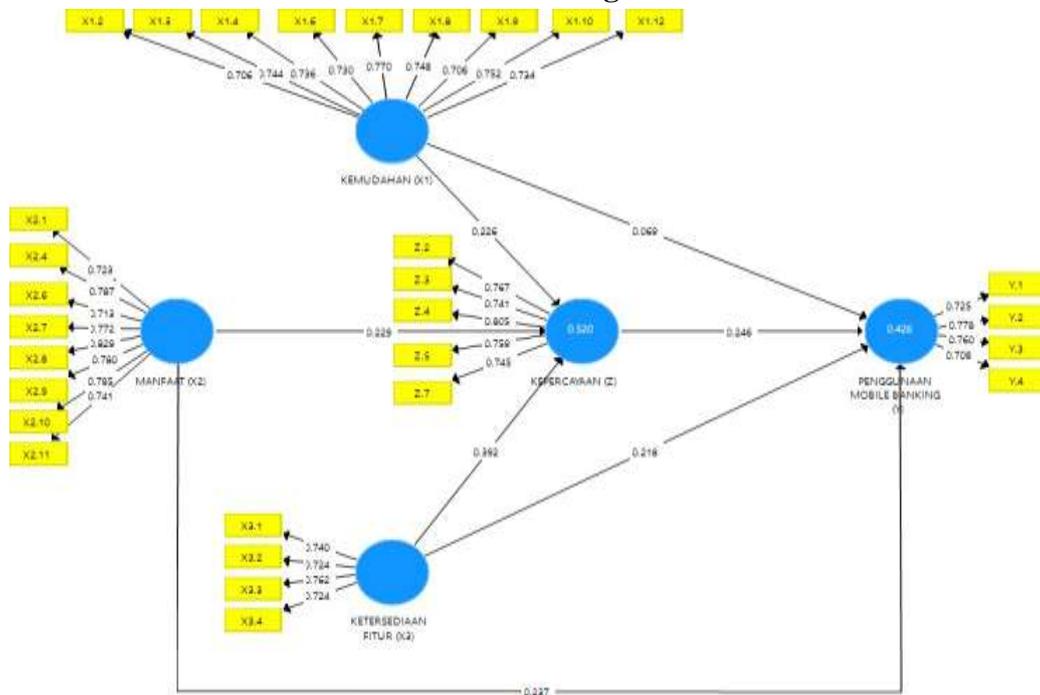


Sumber. Pengolah Data Smart PLS 3 (2023)

Pada perhitungan pertama pada model penelitian masih terdapat beberapa indikator yang memiliki nilai *loading factor* < 0,7 yaitu X1.1; X1.5; X1.11; X2.2; X2.3; X2.5; X2.12 ; Z.1 ;

Z.6 dan, Z.8 maka indikator tersebut akan dihilangkan dan akan dilakukan perhitungan ulang kembali sehingga menghasilkan nilai *loading factor* baru yaitu sebagai berikut :

Gambar 2 Nilai Loading Factor Kedua



Sumber. Pengolah Data Smart PLS 3 (2023)

Setelah dilakukan perhitungan kedua semua nilai *loading factor* pada indikator telah > 0,7 maka model diatas terkategori valid.

b. Discriminant Validity

Uji Validitas dengan Discriminant Validity merupakan model pengukuran dengan indikator reflektif yang dievaluasi berdasarkan pengukuran cross loading dengan konstruk. Nilai *cross loading* dapat digunakan untuk mengukur Validitas diskriminan, adapun syarat untuk nilai *cross loading* adalah > 0,7 dinyatakan valid atau nilai *cross loading* dari indikator yang dinilai lebih besar dari indikator variabel lainnya. Berikut tabel hasil nilai *cross loading* yaitu sebagai berikut :

Tabel 1 Nilai Cross Loading

Indikator	Kemudahan (X1)	Percayaan (Z)	Ketersediaan Fitur (X3)	Manfaat (X2)	Penggunaan Mobile Banking (Y)
X1.10	0.752	0.432	0.392	0.457	0.396
X1.12	0.734	0.496	0.443	0.470	0.403
X1.2	0.706	0.354	0.390	0.379	0.283
X1.3	0.744	0.421	0.355	0.435	0.339
X1.4	0.736	0.405	0.417	0.414	0.308
X1.6	0.730	0.379	0.389	0.415	0.266
X1.7	0.770	0.379	0.326	0.378	0.346
X1.8	0.748	0.457	0.390	0.493	0.381
X1.9	0.706	0.415	0.405	0.442	0.319
X2.1	0.452	0.439	0.447	0.723	0.444
X2.10	0.493	0.480	0.510	0.785	0.448
X2.11	0.470	0.408	0.455	0.741	0.407
X2.4	0.451	0.492	0.498	0.787	0.453
X2.6	0.393	0.423	0.396	0.713	0.401
X2.7	0.405	0.469	0.419	0.772	0.397
X2.8	0.492	0.508	0.504	0.829	0.469
X2.9	0.460	0.438	0.451	0.780	0.384
X3.1	0.439	0.536	0.740	0.504	0.443
X3.2	0.381	0.411	0.724	0.389	0.343
X3.3	0.379	0.477	0.762	0.451	0.414
X3.4	0.360	0.477	0.724	0.417	0.432
Y.1	0.357	0.433	0.441	0.423	0.725
Y.2	0.343	0.429	0.468	0.447	0.778
Y.3	0.346	0.399	0.355	0.388	0.760
Y.4	0.335	0.430	0.384	0.390	0.708
Z.2	0.433	0.767	0.493	0.432	0.401
Z.3	0.367	0.741	0.483	0.447	0.447
Z.4	0.490	0.805	0.492	0.502	0.472
Z.5	0.433	0.759	0.487	0.434	0.403
Z.7	0.444	0.745	0.525	0.464	0.446

Sumber. Pengolah Data Smart PLS 3 (2023)

Dari hasil nilai *cross loading* pada tabel 1 diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai *cross loading* dari masing-masing indikator lebih besar daripada nilai indikator lainnya dan juga nilai *cross loading* dari masing-masing indikator telah > 0,7 maka dapat dinyatakan valid.

2. Uji Reabilitas

Realibilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Reabilitas dapat ditentukan dengan *composite reliability* dan nilai *cronbach's alpha*.

Tabel 2 Nilai Composite Reliability dan Nilai Cronbach's Alpha.

	onbach's Alpha	Composite Reliability
Kemudahan (X1)	0.895	0.914
Kepercayaan (Z)	0.821	0.875
Ketersediaan Fitur (X3)	0.722	0.827
Manfaat (X2)	0.900	0.919
Penggunaan Mobile Banking (Y)	0.730	0.832

Sumber. Pengolah Data Smart PLS 3 (2023)

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh Nilai *Composite Reliability* dan nilai *Cronbach's alpha* telah memenuhi kriteria reliabel, hal ini dibuktikan dengan *nilai composite reliability & Cronbach's Alpha* lebih > 0,70.

Pengujian Inner Model

Setelah melakukan pengujian *outer model* maka dilanjutkan untuk melakukan pengujian *inner model*. Pengujian *inner model* atau Pengujian struktural model yaitu pengujian model struktural yang memperlihatkan keterkaitan antar variabel laten (unob servable variable) yang dilakukan untuk memastikan bahwa model struktural yang dibangun robust (kokoh) dan akurat.

1. Nilai R-Square (R²)

Nilai R-Square digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil dari Nilai R-Square pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3 Nilai R- Square

	R Square
Penggunaan Mobile Banking (Y)	0.426

Sumber. Pengolah Data Smart PLS 3 (2023)

Dari tabel 3 diatas dapat dijelaskan bahwa nilai R-Square Penggunaan Mobile Banking (Y) adalah 0,426 yang dapat diartikan bahwa variabel kemudahan (X1), manfaat (X2), ketersediaan fitur (X3) dan Kepercayaan (Z) memberikan pengaruh sebesar 42,6% terhadap variabel penggunaan mobile banking (Y) sedangkan sisanya 57,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak terdapat pada penelitian ini.

2. Nilai Q-Square (Q²)

Nilai Q2 didapatkan dengan prosedur analisis blindfolding, yang mendapatkan nilai – nilai dari Construct Crossvalidated Redundancy. Nilai Q2 dapat dinyatakan baik (fit model) bila nilainya >0,02.

Tabel 4 Nilai Q- Square

	Q² (=1-SSE/SSO)
PENGGUNAAN MOBILE BANKING (Y)	0.223

Sumber. Pengolah Data Smart PLS 3 (2023)

Dapat dilihat Tabel 4 bahwa nilai Q2 untuk variabel Penggunaan mobile banking (Y) = 0,223 sehingga dapat dikatakan nilai Q2 pada penelitian ini dinyatakan baik (fit model).

Uji Hipotesis

Penelitian ini melakukan pengujian hipotesis pengaruh secara langsung dan pengaruh secara tidak langsung untuk melihat peran variabel mediasi. Pengujian hipotesis dapat menggunakan nilai hitung koefisien jalur (*Path Coefficients*) untuk menunjukkan pengaruh secara langsung dan *Spesific Indirect Effects* untuk menunjukkan pengaruh tidak langsung. Adapun pengujian dapat diterima jika Nilai t-statistik lebih besar 1,96 dan Nilai P Values < 0,05.

Tabel 5 Nilai Uji Hipotesis

	al Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
(X1) -> (Y)	0.069	1,053	0,293
(X2) -> (Y)	0.237	3,361	0,001
(X3) -> (Y)	0.218	2,626	0,009
(Z) -> (Y)	0.246	2,377	0,018
(X1) -> (Z) -> (Y)	0.056	2,09	0,038
(X2) -> (Z) -> (Y)	0.056	2,087	0,038
(X3) -> (Z) -> (Y)	0.097	2,469	0,014

Sumber. Pengolah Data Smart PLS 3 (2023)

Berdasarkan Tabel 5 diatas, Hipotesis H1 ditolak, karena nilai t-statistic memiliki nilai 1,053 < 1,96 dan nilai p-values yaitu 0,293 lebih besar dari 0,05. Hipotesis H2 diterima, karena nilai t-statistic yaitu 3,361 > 1,96 dan nilai p-values yaitu 0,001 lebih kecil dari 0,05. Hipotesis H3 diterima, karena nilai t-statistic yaitu 2,626 > 1,96 dan nilai p-values yaitu 0,009 lebih kecil dari 0,05. Hipotesis H4 diterima, karena nilai t-statistic yaitu 2,377 > 1,96 dan nilai p-values yaitu 0,018 lebih kecil dari 0,05. Hipotesis H5 diterima, karena nilai t-statistic yaitu 2,090 > 1,96 dan nilai p-values yaitu 0,038 lebih kecil dari 0,05. Hipotesis H6 diterima, karena nilai t- statistic yaitu 2,087 > 1,96 dan nilai p-values yaitu 0,038 lebih kecil dari 0,05. Hipotesis H7 diterima, karena nilai t-statistic yaitu 2,469 > 1,96 dan nilai p-values yaitu 0,014 lebih kecil dari 0,05.

Pembahasan

1. Kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan mobile banking

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan secara langsung variabel kemudahan (X1) tidak signifikan mempengaruhi penggunaan layanan *mobile banking* pada mahasiswa Strata- 1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi hal ini dibuktikan dengan nilai t-statistic pada variabel kemudahan (X1) terhadap variabel penggunaan layanan *mobile banking* (Y) <1,96 yaitu 1,053 dan juga nilai P-values 0,293 > 0,05.

Sedangkan berdasarkan nilai original sampel atau *path Coefficients* yaitu sebesar 0,069 menunjukkan adanya hubungan positif atau searah antara kemudahan dan penggunaan layanan *mobile banking* pada mahasiswa Strata-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Kemudahan penggunaan layanan *mobile banking* tidak lagi menjadi permasalahan bagi para pengguna yang dalam penelitian ini adalah mahasiswa strata-1 manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis adapun alasan yang bisa mendasari ini karena mereka tidak lagi kesusahan untuk menggunakan suatu teknologi. Pengetahuan mahasiswa tentang penggunaan teknologi, smartphone, internet dan hal lainnya mengenai teknologi tentunya sudah sangat wajar untuk dikuasai bagi para mahasiswa yang merupakan kaum remaja milenial. Begitu juga halnya dengan layanan mobile banking dari perbankan yang ada pada smartphone, Mereka beranggapan bahwa penggunaan mobile banking mudah digunakan, karena sudah terbiasa dengan teknologi yang ada dan yang terus berkembang dari tahun ke tahun. Jadi mudah atau tidaknya layanan mobile banking digunakan, tidak mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan layanan mobile banking.

2. Manfaat berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan mobile banking

Pada penelitian ini untuk variabel Manfaat (X2) didapat hasil penelitian bahwa variabel manfaat (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile banking* pada mahasiswa strata-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Hal ini dibuktikan dengan nilai *original sample* atau *path Coefficients* sebesar 0,237 hal ini bermakna terdapat arah hubungan positif antara manfaat dan penggunaan layanan *mobile banking* yang artinya semakin tinggi manfaat layanan *mobile banking* maka akan semakin tinggi pula penggunaan layanan mobile banking. dan berdasarkan hasil yang ditunjukkan dengan nilai *t-statistic* sebesar 3,361 Lebih besar dari 1,96 dan nilai *p-values* sebesar $0,001 < 0,05$. Hal ini bermakna variabel manfaat berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile banking* pada mahasiswa strata-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Kebermanfaatan dari adanya layanan *mobile banking* memberikan banyak nilai tambah bagi para penggunanya. Dengan adanya layanan *mobile banking* kegiatan perbankan akan dapat terlaksana dengan mudah, cepat tanpa harus mengeluarkan banyak usaha karena dapat digunakan hanya dengan menggunakan smartphone saja. Bagi para mahasiswa yang telah hidup modern manfaat dari layanan *mobile banking* dapat memberikan kesan bahwa layanan tersebut berguna karena instan, mudah, cepat, menghemat waktu, menghemat tenaga, dan tentunya bermanfaat untuk mempermudah kehidupan mereka yang didasari bahwa anak muda ingin menyelesaikan kegiatannya secepat dan semudah mungkin tanpa menggunakan banyak energi. Hal ini yang menjadi acuan bahwa manfaat berpengaruh terhadap penggunaan layanan *mobile banking* bagi para mahasiswa.

3. Ketersediaan fitur berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan mobile banking

Berdasarkan uji hipotesis variabel ketersediaan fitur (X3) memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile banking* pada mahasiswa strata-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. hal ini dapat dibuktikan dengan nilai *t-statistic* yaitu $2,626 > 1,96$ dan nilai *P-values* 0,009 lebih kecil dari 0,05. Sedangkan berdasarkan nilai original sampel atau *path Coefficients* yaitu sebesar 0,218 menunjukkan adanya hubungan positif atau searah antara ketersediaan fitur dan penggunaan layanan *mobile banking* pada mahasiswa Strata-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Ketersediaan fitur layanan menjadi salah satu alasan seseorang untuk menggunakan suatu layanan semakin banyak fitur yang diberikan akan memberikan lebih

banyak kepuasan yang dapat diterima dengan menggunakan layanan tersebut karena memenuhi segala kebutuhan dari pengguna. Pada penelitian ini mahasiswa tertarik dengan fitur yang ditawarkan oleh pihak bank dalam layanan *mobile banking* sehingga mahasiswa saat ini lebih memilih menggunakan *mobile banking* dibandingkan menghabiskan waktu untuk melakukan aktivitas perbankan menggunakan layanan bank lainnya.

4. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile banking*

Pada penelitian ini untuk variabel Kepercayaan (Z) didapat hasil penelitian bahwa variabel Kepercayaan (Z) berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile banking* pada mahasiswa strata-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Hal ini dibuktikan dengan nilai *original sample* atau *path Coefficients* sebesar 0,246 hal ini bermakna terdapat arah hubungan positif antara kepercayaan dan penggunaan layanan *mobile banking* yang artinya semakin tinggi kepercayaan layanan *mobile banking* maka akan semakin tinggi pula penggunaan layanan *mobile banking*. Dan berdasarkan hasil yang ditunjukkan dengan nilai *t-statistic* sebesar 2,377 Lebih besar dari 1,96 dan nilai *p-values* sebesar $0,018 < 0,005$. Hal ini bermakna variabel manfaat berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile banking* pada mahasiswa strata-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Berdasarkan teori dari Mcknight et al., (2011) mengatakan bahwa kepercayaan pengguna muncul berdasarkan pengetahuan pengalaman dari suatu teknologi. Bila suatu teknologi memiliki 3 komponen yang sesuai dengan indikator yaitu Fungsi kegunaan (*Functionality*), Membantu (*Helpfulness*), Keandalan (*Reliability*) maka pengguna teknologi akan memiliki kepercayaan terhadap teknologi tersebut yang dalam penelitian ini adalah layanan *mobile banking* dan akan menggunakan layanan tersebut.

5. Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile banking* melalui kepercayaan sebagai variabel mediasi

Berdasarkan hasil penelitian variabel kemudahan (X1) signifikan mempengaruhi penggunaan layanan *mobile banking* (Y) melalui Kepercayaan (Z) sebagai variabel mediasi pada mahasiswa Strata-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi hal ini dibuktikan dengan nilai *t-statistic* pada variabel kemudahan (X1) terhadap variabel penggunaan layanan *mobile banking* (Y) melalui Kepercayaan (Z) sebagai variabel mediasi yaitu $2,090 > 1,96$ dan juga nilai *P-values* $0,038 < 0,05$. Sedangkan berdasarkan nilai *original sampel* atau *path Coefficients* yaitu sebesar 0,056 menunjukkan adanya hubungan positif atau searah antara kemudahan dan penggunaan layanan *mobile banking* melalui kepercayaan pada mahasiswa Strata-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin mudah penggunaan suatu layanan teknologi yang dalam penelitian ini adalah layanan *mobile banking* maka semakin tinggi pula kepercayaan pengguna untuk terus menggunakan layanan *mobile banking* tersebut. Mahasiswa strata-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi merasa percaya terhadap layanan *mobile banking* yang mereka gunakan karena layanan yang digunakan telah mempermudah kegiatan perbankan mereka saat mereka menggunakan layanan *mobile banking* dibandingkan menggunakan layanan bank yang lainnya.

6. Manfaat berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile banking* melalui kepercayaan sebagai variabel mediasi

Pada penelitian ini didapatkan hasil bahwa variabel kepercayaan (Z) dapat memediasi antara variabel manfaat (X2) dan penggunaan layanan *mobile banking* (Y) pada mahasiswa

strata-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Hal ini dibuktikan dengan hasil yang ditunjukkan dengan nilai *t-statistic* sebesar 2,087 Lebih besar dari 1,96 dan nilai *p-values* sebesar $0,038 < 0,05$. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel manfaat berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile banking* melalui kepercayaan sebagai variabel mediasi pada mahasiswa strata-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Sedangkan berdasarkan nilai original sampel atau *path Coefficients* yaitu sebesar 0,056 menunjukkan adanya hubungan positif atau searah antara manfaat dan penggunaan layanan *mobile banking* melalui kepercayaan pada mahasiswa Strata-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Manfaat yang dirasakan oleh pengguna dari penggunaan layanan *mobile banking* dapat memperkuat keyakinan mereka terhadap kehandalan dan kualitas layanan yang diberikan oleh pihak bank. Ketika pengguna merasakan manfaat dan melihat bahwa layanan tersebut memenuhi harapan mereka, kepercayaan mereka terhadap layanan tersebut akan meningkat. Kebutuhan layanan perbankan bagi para mahasiswa telah dapat diakses semua melalui layanan *mobile banking* sehingga dapat dikatakan layanan *mobile banking* bermanfaat bagi mahasiswa untuk memenuhi kegiatan perbankan mereka dari keperluan kuliah hingga kebutuhan diluar kuliah

7. Ketersediaan fitur berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan mobile banking melalui kepercayaan sebagai variabel mediasi

Pada penelitian ini didapatkan hasil bahwa variabel kepercayaan (Z) dapat memediasi antara variabel ketersediaan fitur (X3) dan penggunaan layanan *mobile banking* (Y) pada mahasiswa strata-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Hal ini dibuktikan dengan hasil yang ditunjukkan dengan nilai *t-statistic* sebesar 2,469 Lebih besar dari 1,96 dan nilai *p-values* sebesar $0,014 < 0,05$. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel ketersediaan fitur berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile banking* melalui kepercayaan sebagai variabel mediasi pada mahasiswa strata-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Sedangkan berdasarkan nilai original sampel atau *path Coefficients* yaitu sebesar 0,097 menunjukkan adanya hubungan positif atau searah antara manfaat dan penggunaan layanan *mobile banking* melalui kepercayaan pada mahasiswa Strata-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Ketersediaan fitur yang baik dan lengkap dalam layanan *mobile banking* dapat membantu membangun kepercayaan pengguna terhadap kemampuan layanan dalam memberikan kepuasan bagi pengguna. Ketersediaan fitur-fitur yang relevan dan mudah digunakan juga akan meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap kemampuan layanan *mobile banking* yang dapat terus membantu kebutuhan pengguna dan juga menjadi layanan yang dapat diandalkan. Maka dapat diartikan bahwa pada penelitian ini ketersediaan fitur yang memumpuni pada layanan *mobile banking* menjadi salah satu faktor penambah kepercayaan dari pengguna.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile banking* pada Mahasiswa Strata-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
2. Manfaat, Ketersediaan Fitur, Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile banking* pada Mahasiswa Strata-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
3. Kepercayaan berpengaruh sebagai variabel mediasi antara pengaruh kemudahan, manfaat dan ketersediaan fitur terhadap penggunaan layanan *mobile banking* pada Mahasiswa Strata-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.

Saran

Bagi pihak bank diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan perbankan terutama layanan *mobile banking* maupun fasilitas lainnya dengan tetap memperhatikan aspek-aspek yang dibutuhkan oleh nasabah.

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memfokuskan layanan aplikasi *mobile banking* yang digunakan responden hanya dengan 1 jenis aplikasi *mobile banking* sehingga hasil yang didapatkan lebih terfokus pada satu bank saja dan mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel – variabel lain yang terkait dengan layanan *mobile banking*.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, Suci. 2019. “Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Bank Mandiri Syariah KCP Muntilan).”
- Bagastia, Mohamad Irfan. 2018. “Pengaruh Kemudahan, Kenyamanan, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BRI Syariah Semarang).”
- Davis, Fred D. 1989. “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology.” *MIS Quarterly* 319–40.
- Fadlan, Abi. 2018. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya).”
- Ghozali, Imam, and Hengky Latan. 2015. *Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0 Untuk Penelitian Empiris*.
- Hadi, Syamsul, and Novi Novi. 2015. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking.” *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan* 5(1):55. doi: 10.12928/optimum.v5i1.7840.
- Iqbal, Johandri, Heriyani Heriyani, and Isroq Urrahmah. 2021. “Pengaruh Kemudahan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan Mobile Banking.” *Global Financial Accounting Journal* 5(2):25. doi: 10.37253/gfa.v5i2.6001.
- Jogiyanto, Hartono M. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*.
- Laksana, Giga Bawa, Endang Siti Astuti, and Rizki Yudhi Dewantara. 2015. “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang , Jawa Tengah).” *Jurnal Administrasi Bisnis* 26(2):1–8.
- Ledesman, Mario. 2018. “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Pada BSM Cabang Bandar Jaya).” *Skripsi* 112.
- Maria loki Kristianti, and Rilo Pambudi. 2017. “Jurnal Garuda.” *Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Tingkat Keamanan, Dan Fitur Layanan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Pada Mahasiswa Di Dki Jakarta* 11(1):65.
- Mcknight, D. Harrison, Michelle Carter, Jason Bennett Thatcher, and Paul F. Clay. 2011. “Trust in a Specific Technology: An Investigation of Its Components and Measures.” *ACM Transactions on Management Information Systems* 2(2). doi: 10.1145/1985347.1985353.
- Poon, Wai Ching. 2008. “Users’ Adoption of e-Banking Services: The Malaysian

- Perspective.” *Journal of Business and Industrial Marketing* 23(1):59–69. doi: 10.1108/08858620810841498.
- Renaldi, W. 2021. *Pengaruh Kegunaan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking BNI Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi*.
- Riswandi, Budi Agus. 2005. “Aspek Hukum Internet Banking, Jakarta: PT.” *Rajagrafindo Persada, Hal 1*.
- Shodiqin, Muhammad. 2021. “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BSI Semarang).” IAIN SALATIGA.
- Sugiyono, Dr. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif*. CV. ALFABETA.
- Tirtana, Irwan, and Permata Shinta Sari. 2014. “Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking.” *Prosiding Seminar Nasional Dan Call for Paper Program Studi Akuntansi-FEB UMS* 25:671–88.
- Venkatesh, Viaswanath, and Fred D. Davis. 2000. “A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies.” *Management Science* 46(2):186–204.
- Yuniati, T., R. Pramukty, and ... 2022. “Pengaruh Persepsi Fraud Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Layanan Mobile Banking (Nasabah Bank Umum Pengguna Layanan” *Jurnal Ilmiah Akuntansi ...* 18(1).