

PENGARUH MANFAAT, KEPERCAYAAN, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN LAYANAN *MOBILE BANKING* PADA PT. BANK PEMBANGUNAN DAERAH SUMATERA BARAT CABANG KOTO BARU, DHARMASRAYA

Jhon Fernos¹, Mairizal Alfadino^{2*}

^{1,2}*Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP, Padang, Indonesia*
^{*)}mairizalalfadinodino@gmail.com

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Koto Baru, Dharmasraya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan variabel terikat yaitu minat nasabah (Y), dan variabel bebas terdiri dari manfaat (X1), kepercayaan (X2), dan kemudahan penggunaan (X3). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data kuantitatif. Akumulasi data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dari kuesioner dan menggunakan teknik slovin. Teknis analisis data menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji t. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah PT Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Koto Baru Dharmasraya, sampel dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 148 responden. Data penelitian dikumpulkan dari hasil responden dan analisis dengan regresi linier dan uji hipotesis. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel manfaat tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dengan nilai t-hitung sebesar $(1.138 < 1.665)$ dan untuk variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dengan nilai t-hitung sebesar $(25.426 > 1.655)$, selanjutnya untuk kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dengan nilai t-hitung sebesar $(2.810 > 1.655)$.

Kata kunci: Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan, Minat Nasabah.

Abstract. This research aims to test the effect of benefits, trust, and ease of use on customer interests using mobile banking services at PT. West Sumatra Regional Development Bank Koto Baru Branch, Dharmasraya. The variables used in this study are bound variables i.e. customer interest (Y), and free variables consist of benefits (X1), trust (X2), and ease of use (X3). The type of data used in this study is quantitative data. The accumulation of data used in this study was primary data from questionnaires and using teknik slovin. Technical data analysis using classic assumption test, multiple linear regression analysis, and t test. The population in this study was a customer of PT Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Koto Baru Dharmasraya Branch, the sample in this study amounted to 148 respondents. The research data was collected from respondents' results and analyzed with linear regression and hypothesis test. The results showed that the variable benefits did not have a positive and significant effect on customer interest with a t-count value of $(1,138 < 1.665)$ dan untuk variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dengan nilai t-hitung sebesar $(25.426 > 1,655)$, furthermore for ease of use positive and significant effect on customer interest with a t-count value of $(2,810 > 1,655)$.

Keywords: Benefits, Trust, and Ease of Use, Customer Interests.

Pendahuluan

Melihat era perdagangan yang begitu bebas di zaman modern banyak memunculkan perusahaan asing khususnya fokus terhadap teknologi. Kemajuan teknologi canggih ini dikuasai pihak

industri. Menurut Nasution (2015) minat merupakan syarat pikiran dasar yang mengindikasikan perhatian terpusat pada produk karena ada kecenderungan senang. Salah satu

produk bank pada bidang teknologi yang terbaru sekarang yaitu produk *mobile banking* yang dulunya tidak terealisasi ke segala penjuru masyarakat untuk diperkenalkan kepada masyarakat dengan tujuan merangsang minat nasabah nantinya. Fenomenanya saat ini yang terjadi pada PT Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Koto Baru Dharmasraya terjadi penurunan jumlah pengguna *mobile banking* dari bulan Januari sampai bulan Juni tahun 2019. Akibatnya terjadi pada sektor perbankan mengalami kasus rendahnya minat nasabah untuk memakai produk *mobile banking* yang dilihat dari penurunan data pendukung tersebut.

Menurut Fadhli (2016) manfaat merupakan suatu kegunaan yang dirasakan dapat membantu untuk tujuan yang menguntungkan. Sebab karenanya juga akan menjadi terbentuknya suatu minat yang membuat masyarakat mau menggunakan produk *mobile banking*. Kemudian rasa peduli perbankan dalam memberikan sebuah perhatian terhadap masyarakat akan menjadi faktor penilaian utama yang membentuk rasa kepercayaan nantinya. Meiranto (2012) menyatakan kepercayaan adalah faktor yang mempengaruhi loyalitas. Berikut data penelitian yang diperoleh dari bank tentang nasabah yang menggunakan *mobile banking* pada tahun 2019:

Table 1. Data Nasabah Mobile Banking Tahun 2019

No	Bulan	Jumlah Pengguna <i>Mobile Banking</i>
1	Januari	279
2	Februari	282
3	Maret	263
4	April	339
5	Mei	341
6	Juni	237

Sumber: Bank Nagari Cabang Koto Baru, Dharmasraya

Berdasarkan fenomena di atas, bisa ditarik kesimpulan bahwa belum optimal karena terlihat naik turunnya jumlah pengguna selama periode Januari-juni 2019. Maka dari itu, bank harus memperhatikan bagian dari pemasarannya agar mencapai harapan yang maksimal. Dan masalah dari isu yang didapat bahwa masyarakat di Dharmasraya masih belum banyak mengetahui aplikasi *mobile banking*, sehingga minat penggunaan *mobile banking* pada tahun 2019 menjadi tidak stabil. Berdasarkan beberapa penelitian di atas hipotesis sebagai berikut:

H1: Menyebutkan adanya pengaruh positif dan signifikan manfaat terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* pada PT Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Koto Baru Dharmasraya.

Sama halnya dengan penelitian yang juga dilakukan Giga Bawa Laksana (2015) dalam hasil penelitian variabel manfaat ada pengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

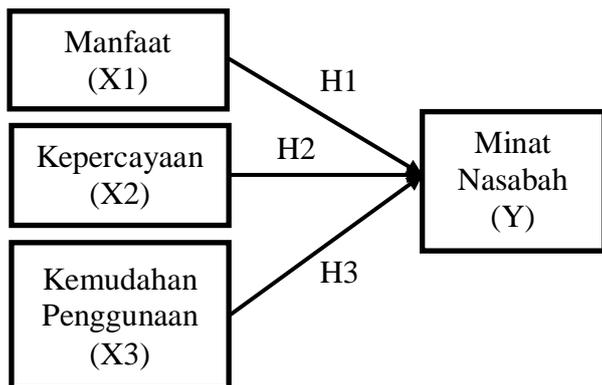
H2: Menyebutkan adanya pengaruh positif dan signifikan kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* pada PT Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Koto Baru Dharmasraya.

Penelitian yang dilakukan Romadloniyah (2018) juga serupa dengan penelitian ini. Penelitian yang dilakukannya variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat dalam menggunakan *mobile banking*.

H3: Menyebutkan adanya pengaruh positif dan signifikan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* pada PT Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Koto Baru Dharmasraya.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Rizky (2018) yakni kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* untuk kegiatan usahanya.

Gambar.1 Rerangka Penelitian



Cabang Koto Baru, Dharmasraya tahun 2019 sebanyak 237 orang. Adapun teknik sampel yang digunakan yaitu memakai Rumus Slovin Rahayu (2015) yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n : Ukuran Sampel

N: Ukuran Populasi

e : Persentase ketidakteelitian karena kesalahan dalam pengambilan sampel dengan penelitian diambil 5%. 0,0025

$$n = \frac{237}{1 + 237(0,05)^2}$$

$$n = \frac{237}{1,5925}$$

$$n=148$$

dengan hasil demikian maka peneliti mengambil sampel 148 orang responden.

Metode Penelitian

Data dan Sampel

Berdasarkan masalah atau kasus yang diteliti dari hasil penelitian ini yaitu tergolong ke dalam penelitian atau pendekatan kuantitatif. Menurut Setiawan (2016) penelitian kuantitatif menggunakan angka, penafsiran data. Populasi yang di ambil yaitu jumlah minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat

Tabel 2. Pengukuran Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
Manfaat (X1)	Menurut Ni Made Ari Puspita Dewi (2016) mengemukakan bahwa manfaat merupakan sesuatu yang muncul di dalam diri seseorang yakni penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja si pengguna tersebut.	1. Meningkatkan produktivitas. 2. Bermanfaat untuk kegiatan bisnis. 3. Bisa diakses dimana dan kapan saja.	E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No. 4, 2016:2606-2636
Kepercayaan (X2)	Menurut Fian (2016) kepercayaan nasabah yakni segala pengetahuan serta segala kesimpulan yang dipunyai nasabah menenai objek, atribut, dan manfaatnya.	1. Kehandalan (pelayanan yang dijanjikan). 2. Kepedulian (solusi yang diberikan perusahaan). 3. Kredibilitas (kejujuran perusahaan).	Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 5, No.6, tahun 2016, hal.4
Kemudahan Penggunaan (X3)	Menurut Ni Made Ari Puspita Dewi (2016) mengemukakan bahwa kemudahan penggunaan yakni munculnya suatu bentuk kepercayaan pada seseorang terhadap teknologi baru yang mutakhir, yang mudah dipahami	1. Mudah digunakan. 2. Mudah dimengerti. 3. Sangat fleksibel digunakan. 4. Mudah dipelajari.	E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No. 4, 2016:2606-2636

	penggunaanya sehingga tidak perlu lagi dipelajari secara mendalam.	5. Membuat pengguna tidak merasa sulit	
Minat Nasabah (Y)	Menurut Romdhoni (2018) minat yakni sebuah rasa cenderung untuk memberikan suatu perhatian dan bertindak untuk berbuat pada suatu perbuatan ataupun situasi, yakni objek dari minat dan dibarengi dengan perasaan senang.	1. Dorongan dari dalam diri individu. 2. Motif sosial. 3. Faktor emosional atau perasaan. 4. Daya tarik produksi.	Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 4(02), 2018, 136-147

Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan pada penelitian yakni data *cross section* yang memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh manfaat, kepercayaan dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*. Data sampel 148.

Analisis statistik deskriptif ialah metode yang digunakan saat penelitian dan menggunakan program aplikasi SPSS untuk regresi berganda persamaan yang digunakan pada penelitian ini.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana, Y merupakan minat nasabah α konstanta (*intercept*), $\beta_1 \beta_2 \beta_3$ adalah koefisien regresi

parsial X_1 Manfaat, X_2 Kepercayaan, dan X_3 Kemudahan Penggunaan serta e adalah error.

Adapun pendekatan yang dilakukan pada analisis berganda adalah uji validitas, yaitu digunakan untuk mengetahui valid atau tidak suatu data. Uji normalitas bertujuan untuk tau data berawal pada populasi normal maupun tidak. Uji multikolinearitas digunakan guna menguji apakah suatu model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas (*independen*). Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Dan hipotesis adalah ilmu untuk menguji kebenaran suatu pernyataan secara statistic serta mendapatkan kesimpulan, apakah penelitian diterima atau ditolak.

Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Manfaat (X1)

Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	Standar pengukuran	Kesimpulan
Manfaat1	0.551	0,300	Valid
Manfaat2	0.620	0,300	Valid
Manfaat3	0.626	0,300	Valid
Manfaat4	0.599	0,300	Valid

Sumber: Data SPSS 16(diolah 2020)

Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan pada variabel Manfaat sebagai X1 dengan jumlah 148 responden dinyatakan valid untuk segala butir pertanyaan, karena dibuktikan dengan nilai

Corrected Item-Total Correlation menunjukkan lebih besar dari 0,300, sehingga bisa untuk melakukan penelitian selanjutnya.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X2)

Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	Standar pengukuran	Kesimpulan
KPN1	0.494	0,300	Valid
KPN2	0.333	0,300	Valid
KPN3	0.524	0,300	Valid
KPN4	0.421	0,300	Valid
KPN5	0.533	0,300	Valid

Sumber: Data SPSS 16(diolah 2020)

Berdasarkan perhitungan pengujian validitas variabel kepercayaan atau X2 terhadap 148 responden, diperoleh segala butir pernyataan adalah valid. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai

Corrected Item-Total Correlation yang lebih besar dari 0,300, kemudian bisa dilaksanakan untuk penelitian lebih lanjut.

**Tabel 4.
Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan Penggunaan (X3)**

Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	Standar pengukuran	Kesimpulan
KPG1	0.541	0,300	Valid
KPG2	0.325	0,300	Valid
KPG3	0.421	0,300	Valid
KPG4	0.416	0,300	Valid
KPG5	0.389	0,300	Valid

Sumber: Data SPSS 16(diolah 2020)

Berdasarkan dari perhitungan pengujian validitas variabel kemudahan penggunaan atau X3 terhadap 148 responden, diperoleh semua butir pernyataan dinyatakan valid. Hal tersebut

ditunjukkan dengan nilai *Corrected Item-Total Correlation* yang lebih besar dari 0,300 sehingga dapat dilaksanakan untuk penelitian lebih lanjut.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Minat Nasabah (Y)

Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	Standar pengukuran	Kesimpulan
Minat nasabah 1	0.381	0,300	Valid
Minat nasabah 2	0.391	0,300	Valid
Minat nasabah 3	0.367	0,300	Valid
Minat nasabah 4	0.482	0,300	Valid

Sumber: Data SPSS 16(diolah 2020)

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas minat nasabah dengan 148 responden, didapatkan semua butir pernyataan mengatakan valid. dibuktikan dengan nilai *Corrected Item-Total*

Correlation yang lebih besar dari 0,300 sehingga dapat dilanjutkan untuk penelitian lebih lanjut lagi.

Uji Reliabilitas

Tabel 6. Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Pengukuran	Kesimpulan
1.	Manfaat	0,789	0,60	Reliabel
2.	Kepercayaan	0,702	0,60	Reliabel
3.	Kemudahan Penggunaan	0,663	0,60	Reliabel
4	Minat Nasabah	0,624	0,60	Reliabel

Sumber : Data SPSS 16 (Data diolah tahun 2020)

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas, menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel manfaat, kepercayaan, kemudahan penggunaan,

dan minat nasabah besar dari 0,60 membuktikan perolehan hasil variabel yang diteliti bisa dikatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 7. Uji Normalitas

Kolmogorov-Smirnov Z	Asymp Sig (2-tailed)	Alpha	Kesimpulan
1.215	.105	0.05	Terdistribusi Normal

Sumber : Data SPSS 16 (Data diolah tahun 2020)

Diketahui hasil uji normalitas/*One Sample Kolmogorov Smirnov Test* hasilnya menunjukkan *asyp. Sig 2-tailed Unstandardized* residual yaitu 0,105. Untuk itulah bisa simpulannya yakni nilai

signifikannya lebih > dari *alpha* 0,05. Dengan hal itu, bahwa hasil uji normalitas tersebut membuktikan data telah terdistribusi secara normal.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 8. Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.451	.252		1.790	.076
Manfaat	.000	.007	-.007	-.088	.930
Kepercayaan	.000	.019	-.007	-.045	.965
Kemudahan Penggunaan	-.006	.019	-.048	-.316	.753

a. *Dependent Variable: RES2*

Sumber : Data SPSS 16 (Data diolah tahun 2020)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel diatas, diketahui nilai signifikan (X1) yaitu variabel manfaat $0,930 > 0,05$, nilai signifikan (X2) variabel kepercayaan $0,965 > 0,05$, dan nilai

signifikan (X3) variabel kemudahan penggunaan $0,753 > 0,05$, sehingga layak diteliti dan penelitian terbebas dari gejala heterokedastisitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 9. Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Manfaat (X1)	0.1000	1.000	Tidak terjadi multikolinearitas
Kepercayaan (X2)	0.305	3.282	Tidak terjadi multikolinearitas
Kemudahan Penggunaan (X3)	0.305	3.282	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber : Data SPSS 16 (Data diolah tahun 2020)

Hasil perhitungan pada tabel tersebut menunjukkan nilai VIF dari setiap variabel independen lebih kecil dari 10, kemudian untuk nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1, sehingga bisa

ditarik kesimpulannya tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Analisis Regresi Berganda

Tabel 10. Uji Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.364	.373		-.978	.330
Manfaat	.012	.010	.022	1.138	.257
Kepercayaan	.730	.029	.889	25.426	.000
Kemudahan penggunaan	.079	.028	.098	2.810	.006
a. Dependent Variable: Y					

Berdasarkan hasil pada tabel 4 di atas sehingga bisa dibuat persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$\text{Minat nasabah} = -364 + 0.012 X_1 + 0.730 X_2 + 0.079 X_3 + e$$

Dimana:

Y = Variabel dependen (minat nasabah)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X1 = Manfaat

X2 = Kepercayaan

X3 = Kemudahan penggunaan

e = Error term (faktor gangguan).

Berdasarkan tabel tersebut di dapatkan hasil persamaan regresi linier berganda di sini memberikan asumsi bahwa:

a. Nilai konstan sebesar -364 yang artinya dalam hal ini setiap satu unit variabel manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan, maka minat nasabah tetap sebesar -364.

Artinya apabila nilai konstan sebesar -364 jika setiap satu unit nilai X1, X2, dan X3 akan berkurang, nilai konstan tetap sebesar -364.

- b. Nilai koefisien regresi manfaat sebesar 0.012, yang berarti apabila manfaat terhadap minat nasabah naik sebanyak satu satuan, maka minat nasabah akan menambah 0.012 dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan dan konstan.
- c. Nilai koefisien regresi kepercayaan sebesar 0.730, yang berarti apabila kepercayaan terhadap minat nasabah naik sebanyak satu satuan maka minat nasabah akan menambah 0.730 dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan konstan.
- d. Nilai koefisien regresi kemudahan penggunaan sebesar 0.079, yang berarti jika kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah naik sebanyak satu satuan, maka minat nasabah akan menambah 0.079 dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan konstan.

Uji Hipotesis
Uji T

Tabel 11. Hasil Uji Parsial (Uji T)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.364	.373		-.978	.330
Manfaat X1	.012	.010	.022	1.138	.257
KepercayaanX2	.730	.029	.889	25.426	.000
Kemudahan Penggunaan X3	.079	.028	.098	2.810	.006

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel 11 di atas, bisa dilihat pengaruh variabel bebas yang mempengaruhi minat nasabah adalah:

1. Hipotesis (H1)

Diperoleh hipotesis 1 variabel manfaat (X1) terhadap minat nasabah (Y) diperoleh nilai koefisien regresi manfaat sebesar $1.138 < 1.655$, artinya variabel manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah, berarti H_a di tolak dan H_o di terima.

2. Hipotesis (H2)

Diperoleh hipotesis 2 variabel kepercayaan (X2) terhadap minat nasabah (Y) diperoleh nilai koefisien regresi kepercayaan sebesar $25.426 > 1.655$, artinya variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah, berarti H_a diterima dan H_o ditolak.

3. Hipotesis (H3)

Diperoleh hipotesis 3 variabel kemudahan penggunaan (X3) terhadap minat nasabah (Y) diperoleh nilai koefisien regresi kemudahan penggunaan sebesar $2.810 > 1.655$, artinya variabel kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah, berarti H_a diterima dan H_o ditolak.

Pembahasan

Pengaruh Manfaat terhadap Minat Nasabah pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Koto Baru, Dharmasraya

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan dari nilai T hitung manfaat $1.138 <$ dari nilai T tabel yaitu 1.655 dan nilai sig $> 0,05$, hipotesis ditolak. Dengan demikian, dinyatakan manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Koto Baru, Dharmasraya, maka dengan demikian hipotesis (H1) ditolak.

Berdasarkan penelitian Himawati (2018) persepsi manfaat tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*. Hal ini muncul sebab nasabah Bank BTN Syariah Solo banyak yang belum tahu serta paham bagaimana memakai *mobile banking*.

Alasan hipotesis ditolak karena masih banyak nasabah yang tidak mengetahui dari produk *mobile banking* ini sehingga nasabah tidak tahu manfaat dari produk tersebut guna bertransaksi yang lebih cepat serta bisa dilakukan dimanapun.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Koto Baru, Dharmasraya

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat yang diperoleh dari nilai T hitung kepercayaan $25.426 >$ dari nilai T tabel yakni 1.655 serta nilai sig $< 0,05$, hipotesis diterima. Dengan demikian, dinyatakan kepercayaan memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* pada PT.

Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Koto Baru, Dharmasraya. Maka dengan demikian hipotesis kedua (H2) diterima.

Menurut penelitian Kholid (2018) hipotesis 4 dengan variabel kepercayaan secara persial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang dinyatakan diterima.

Alasan hipotesis diterima karena nasabah percaya bahwa perusahaan bisa memberi kejujuran kepada nasabah yang menggunakan *mobile banking* maka dapat membuat transaksinya lebih mudah dan efisien.

Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Nasabah pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Koto Baru, Dharmasraya

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat dari nilai T hitung kemudahan penggunaan 2.810 > dari nilai T tabel yaitu 1.655 dan nilai sig < 0,05, hipotesis diterima. Dengan demikian, dinyatakan kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Koto Baru, Dharmasraya. Maka dengan demikian hipotesis ketiga (H3) diterima.

Berdasarkan penelitian Giga Bawa Laksana (2015) yakni persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh signifikan pada minat menggunakan *mobile banking*.

Alasan hipotesis diterima karena nasabah mengetahui cara penggunaan dari produk *mobile banking* ini sehingga untuk menggunakan *mobile banking* ini mudah dipelajari dan mudah digunakan.

Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner juga dilaksanakan uji reliabel guna mengetahui jawaban responden terhadap pernyataan konsisten dari masa ke masa. Dan dijalankan selanjutnya

pengujian validitas dengan tujuan mengukur sahnya kuesioner. Hasil keduanya menyatakan semua pernyataan di setiap variabel reliabel dan valid.

Dalam uji asumsi klasik yang meliputi uji Normalitas, uji Heteroskedastisitas, dan uji Multikolinearitas memberi bukti yakni dalam model regresi tidak terjadi korelasi antar variabel bebas dan tidak terjadi heteroskedastisitas serta disebutkan berdistribusi normal.

Sesuai pembahasan yang diuraikan, bisa diambil kesimpulannya:

1. Variabel manfaat (X1) secara hipotesis tidak memiliki pengaruh positif serta signifikan pada minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*. Dengan nilai t-hitung sebesar $(1.138 < 1.665)$.
2. Variabel kepercayaan (X2) secara hipotesis memiliki pengaruh positif serta signifikan pada minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*. Dengan nilai t-hitung sebesar $(25.426 > 1.655)$.
3. Variabel kemudahan penggunaan (X3) secara hipotesis memiliki pengaruh positif serta signifikan pada minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*. Dengan nilai t-hitung sebesar $2.810 > 1.655$.

Ucapan Terimakasih

Penulis ucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, atas berbagai limpahan karunia serta rahmatNya dan sholawat kepada Baginda Nabi Muhammad SAW. terselesaikannya tulisan ini, tidak lepas dari dukungan dan masukan serta berbagi dorongan moral, motivasi, hingga spiritual. Untuk itulah, penulis haturkan rasa terimakasih kepada:

1. Ibu Aminar Sutra Dewi., S.E, M.Si selaku Ketua STIE "KBP" Padang
2. Bapak Maizul Rahmizal., S.E, M.Sc selaku Wakil Ketua STIE "KBP" Padang
3. Ibu Febsri Susanti, S.EI., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. Bapak Jhon Fernos, S.E, M.M selaku dosen pembimbing dan penulis banyak terima kasih

atas kesabaran, kepedulian dan kesempatan yang sudah diberikan, penulis berharap kebaikan Bapak bisa dibalas oleh Tuhan Yang Maha Esa.

5. Kepada semua bagian yang banyak memberikan kontribusi, tidak mampu penulis untuk ucapkan terimakasih satu persatu.

Daftar Pustaka

- Afghani, Moh. Faqih. 2016. "Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, Serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi *e-Banking* Di Bank BRI Surabaya." *Journal of Business and Banking* 6 (1): 113–28. <https://doi.org/10.14414/jbb.v6i1>
- Fadhli, Muhammad. 2016. "Pengaruh Persepsi Nasabah Atas Risiko, Kepercayaan, Manfaat, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan *Internet Banking* (Studi Empiris Pada Nasabah Bank Umum Di Kota Banda Aceh)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)* 1 (2): 264–76.
- Fian, Junai Al. 2016. "Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 5 (6): 2461–0593.
- Giga Bawa Laksana. 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 S1 Universitas Brawijaya* 26 (2): 86309.
- Handri, Muhammad Husni, and Jhon Fernos. n.d. "Pengaruh Suasana Toko Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Mini Market Xmart Ulak Karang Padang Muhammad." Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP.
- Himawati, Rezza Resita, Fakultas Ekonomi, and D A N Bisnis. 2018. "Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*."
- Kholid, Fernanda Idham. 2018. "Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah Dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan *E-Banking* Pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang." *Jurnal Sains Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 8 (2): 49–57. <http://journal2.um.ac.id/index.php/ekobis/article/view/2164>
- Kurniawati, Hanif Astika. 2017. "Analisis Minat Penggunaan *Mobile Banking* Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) Yang Telah Dimodifikasi (Analysis)." *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi* 4 (1): 24–29. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v4i1.4563>
- Marlius, Doni. 2016. "Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Nagari Cabang Muaralabuh." *Jurmak* 3 (1): 12–22.
- Meiranto, Wahyu. 2012. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Dan Penggunaan Teknologi Pembayaran Elektronik Bergerak Dengan Menggunakan Model Utaut. (Studi Kasus Pada Teknologi M-Dinar *Payment System*)." *JURNAL AKUNTANSI* 1 (1): 50–60.
- Nasution, Mislal Hayati. 2015. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap *Internet Banking Factors Affecting The Interests Of Customers Of Internet Banking*." *Jurnal Nisbah* 1 (1): 62–73.
- Ni Made Ari Puspita Dewi. 2016. "Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan *Mobile Banking*." *E-Jurnal Manajemen Unud* 5 (4): 2606–36.
- Rahayu, Imam Sugih. 2015. "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): 150. [https://doi.org/10.21927/jesi.2015.5\(2\).137-150](https://doi.org/10.21927/jesi.2015.5(2).137-150)
- Rahman, Abdul. 2017. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Kemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Minat Menggunakan Situs Jual Beli Online ' (Studi Kasus Pada Pengguna Situs Jual Beli ' Z ')." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 52 (1).
- Rizal, Syamsul. 2017. "Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Menggunakan *Mobile Banking* (*M-Banking*) Pada Bank BCA Cabang Banda Aceh." *Jurnal Ekonomi Dan*

- Manajemen Teknologi (EMT) 1 (2): 68–78.*
- Rizky, Nina. 2018. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan *E-Banking* Dalam Bertransaksi Pada Umkm Di Kecamatan Buleleng.” *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha 9 (2): 191–202.*
- Romadloniyah, Alifatul Laily. 2018. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *E-Money* Pada Bank BRI Lamongan.” *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi 3 (2): 699.* [https://doi.org/10.30736/jpensi.v3i3.163.](https://doi.org/10.30736/jpensi.v3i3.163)
- Romdhoni, Abdul Haris. 2018. “Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, Dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan Produk Simpanan Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam 4 (02): 136–47.*
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis. Edited by Sofia Yustiani Suryandari.* Bandung: Alfabeta.
- Setiawan, Heri. 2016. “Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Nilai Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna Layanan *Mobile Banking*.” *Jurnal Keuangan.*