

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

STIE GICI Business School mulanya merupakan Lembaga Pendidikan Bisnis yang bernama *Global Institute Of Commerce and Industry* (GICI) yang berdiri sejak tahun 1998 untuk wilayah Sijori (Singapore-Johor-Riau) dan saat ini berada di kepulauan Riau di Kota Batam. GICI berafiliasi dengan pendidikan luar negeri seperti Columbus Univercity, West Cost Univercity dan lain sebagainya. Dulunya berupa sebuah Yayasan yang bernama Nusa Dharma, lalu berubah nama menjadi STIE GICI BUSINESS SCHOOL. Setelah GICI Business School Jakarta mengambil alih salah satu Perguruan Tinggi NUSA DHARMA, surat keputusan dari kopertis IV tanggal 11 Juli 2005 Nomor Surat 0854/004/KL/2005 yang ditanda tangani oleh Koordinator Perguruan Tinggi Swasta Wilayah IV, Tresna Dermawan Kunaefi, telah di setujui perubahan nama dari STIE Nusa Dharma menjadi STIE GICI Depok.

Perubahan tersebut menandai mulai beroperasi nya sistem Pendidikan Tinggi yang berorientasi pada konsep sukses dan *Survival* seperti yang selama ini menjadi ciri khas STIE GICI Business School. Pihak manajemen STIE GICI Business School memfokuskan diri pada pendidikan yang konsepnya berbasis *Competency* yang berkombinasikan pola kuliah sambil bekerja (*Learning By Doing System/LBD System*). Kini STIE GICI Business School lebih dikenal dengan nama GICI Business School saja atau disingkat dengan GBS.

4.1.2 Visi, Misi GICI Business School

1. Visi GICI Business School

Menghasilkan Lulusan Entrepreneur dan Profesional yang Berkarakter Unggul

2. Misi GICI Business School

- a. Menghasilkan lulusan yang mandiri.
- b. Lulusannya mampu memenangkan persaingan kerja dan/ persaingan bisnis (Kompetitif).
- c. Mampu meletakkan dasar-dasar kepemimpinan yang efektif.
- d. Mampu melaksanakan Tridarma Perguruan Tinggi secara seimbang.

3. Program Studi

STIE GICI (GICI Business School) membuka Program Studi Jenjang Strata Satu (

S1) jurusan :

1. D3- Manajemen Pemasaran
2. S1- Manajemen
3. S1- Akuntansi
4. S2- Magister Manajemen

4. Metode Perkuliahan

1. Jumlah mahasiswa dalam kelas berkisar antara 25 – 35 dengan formasi *U – Shape* sehingga memudahkan terjadinya interaksi antara dosen dan mahasiswa.
2. Hubungan antara dosen pengajar & mahasiswa adalah hubungan seperti *Consultant – Client*.
 - a. **Kelas Malam**, dosen wajib berasal dari kalangan praktisi dengan jabatan minimum Manager, sehingga mampu mengkombinasikan kualifikasi

akademik dengan dunia kerja / bisnis.

- b. **Kelas Pagi**, dosen adalah para pengajar profesional di bidangnya yang mampu menjembatani antara aspek teoritis dengan aspek pragmatis di lapangan.

5. Kemahasiswaan

Sikap mental yang harus selalu berfikir positif menjadikan unit kegiatan kemahasiswaan yang berada di bawah binaan kampus lebih berorientasi pada pengembangan spiritual yang dikombinasikan dengan aktifitas keorganisasian & kemahasiswaan. Antara lain :

1. Student House :
 - a. Aktivitas Bisnis,
 - b. Aktivitas Sosial,
 - c. Aktivitas Olah raga,
 - d. Aktivitas Seni,
2. LDK (Lembaga Dakwah Kemahasiswaan-Muslim),
3. Mesbah (organisasi kerohanian nasrani,
4. Training,
5. Koperasi,
6. Inkubator bisnis

6. Prospek Karir

1. Wirausahawan Handal
2. Business owner
3. Professional di bidang keuangan & manufaktur
4. Konsultan bisnis dan manajemen
5. Profesional *employee*

6. Management trainer
7. Government entrepreneur
8. Melanjutkan pendidikan ke tingkat Pasca Sarjana

7. Fasilitas

1. Ruang kuliah yang nyaman, bersih dilengkapi dengan AC
2. Tata kelas „U-Shape“
3. Scan Finger
4. LCD setiap kelas.
5. Ruang Lab. Komputer yang dilengkapi dengan komputer net working & internet dalam bentuk Notebook.

8. Jadwal Kuliah

1. *Week Day Class 1*
2. Senin, Rabu Jumat. Pukul 19.00 – 21.00 WIB (kelas malam)
3. *Week Day Class 2* (khusus Shiftclass)
4. Selasa, Kamis. Pukul 19.00 -21.00 WIB (kelas Malam)
5. Sabtu, Pukul 16.00 – 18.00 WIB (kelas sore)
6. Selasa, Kamis, Sabtu Pukul 09.00 - 11.00 WIB dan 14.00 – 16.00 kelas pagi/siang

9. Standar Sukses STIE GICI

1. Mengikuti *Life Skill Training* yang diselenggarakan oleh STIE GICI
2. Lulus training kemampuan presentation skill & life skill untuk membangun networking
3. Lulus program *Success Person Monitoring & Business Net Work*
4. Lulus *Training Personality Developnent Program & Interview*
5. Lulus Program 8 (delapan) Certifikat

6. Seminar Bisnis dan Motivasi

7. Program Kompetensi lain

4.1.3 Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini untuk melihat demografi responden berdasarkan jenis kelamin, usia, jurusan, dan alasan kuliah dengan mengetahui demografi responden maka akan mengetahui karakteristik responden dalam hal ini mahasiswa STIE GICI.

Tabel 4.1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Keterangan	Jumlah Responden	(%)
Program Studi	S1- Akuntansi	53	38,97
	S1- Manajemen	83	61,03
	Jumlah	136	100
Jenis Kelamin	Laki-Laki	38	27,94
	Perempuan	98	72,06
	Jumlah	136	100
Usia	18 – 25 Tahun	131	96,32
	26 – 35 Tahun	5	3,676
	Jumlah	136	100
Pekerjaan	Mahasiswa/Pelajar	81	59,56
	Karyawan Swasta	50	36,76
	Wirausaha	5	3,676
	Profesional	0	0
	Ibu Rumah Tangga	0	0
	Jumlah	136	100
Penghasilan/Bulan	Rp. < 1 Juta	21	15,44
	Rp. 1-3 Juta	82	60,29
	Rp. > 3 Juta	33	24,26
	Jumlah	136	100
Jenis Mobile Banking	BCA M-Banking	45	33,09
	Livin ^o by Mandiri	38	27,94
	Brimo BRI	16	11,76
	BNI Mobile Banking	20	14,71
	Jenius	6	4,412
	Lainnya	11	8,088

Karakteristik	Keterangan	Jumlah Responden	(%)
	Jumlah	136	100

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas tentang karakteristik responden dapat dijelaskan sebagai berikut:

Mayoritas responden adalah mahasiswa dari Program Studi S1 Manajemen, sebanyak 61,03%, sementara sisanya, 38,97%, adalah mahasiswa dari Program Studi S1 Akuntansi. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berasal dari Program Studi S1 Manajemen, dan perbandingan antara jumlah responden dari kedua program studi ini cukup signifikan.

Sebagian besar responden adalah perempuan (72,06%) dibandingkan dengan laki-laki (27,94%). Informasi ini memberikan gambaran bahwa populasi responden mayoritas adalah perempuan.

Sebagian besar responden (96,32%) berada dalam rentang usia 18-25 tahun, sementara hanya sejumlah kecil (3,68%) berusia 26-35 tahun. Data ini mencerminkan bahwa mayoritas responden adalah mahasiswa atau individu muda yang lebih cenderung menggunakan layanan mobile banking.

Mayoritas responden (59,56%) adalah mahasiswa/pelajar, diikuti oleh karyawan swasta (36,76%) dan wirausaha (3,68%). Tidak ada responden yang merupakan profesional atau ibu rumah tangga dalam sampel ini.

Sebagian besar responden (60,29%) memiliki penghasilan bulanan antara Rp. 1-3 juta, diikuti oleh yang memiliki penghasilan di bawah Rp. 1 juta (15,44%) dan di atas Rp. 3 juta (24,26%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki penghasilan dalam kisaran menengah.

Mayoritas responden menggunakan BCA M-Banking (33,09%) dan Livin' by Mandiri (27,94%), sementara persentase pengguna lainnya lebih kecil. Jenis *mobile banking* "Lainnya" memiliki kontribusi 8,09%, menunjukkan keragaman preferensi pengguna mobile banking.

Responden mayoritas berasal dari Program Studi S1 Manajemen dan memiliki usia 18-25 tahun. Mayoritas responden adalah perempuan dengan mayoritas berasal dari kalangan mahasiswa/pelajar. Sebagian besar responden memiliki penghasilan bulanan antara Rp. 1-3 juta. BCA M-Banking dan Livin' by Mandiri adalah dua jenis *mobile banking* yang paling banyak digunakan oleh responden.

4.1.4. Tanggapan Responden

Dalam sebuah penelitian, tanggapan respon yang merupakan jawaban atas apa yang ada dalam benak pikiran responden menjadi hal sangat penting. Ini karena apa yang mereka sampaikan merupakan data awal yang akan digunakan untuk berbagai uji nantinya. Oleh sebab itu proses pengumpulan data yang dilakukan khususnya lewat kuesioner harus benar-benar diperhatikan ke absahannya. Tujuannya agar data yang didapatkan tersebut mampu mewakili persepsi yang ada pada diri masing-masing responden bukan sekedar asal isi saja.

Berdasarkan hasil penelitian yang melibatkan 136 responden yaitu mahasiswa STIE GICI, di bawah ini disajikan deskripsi tanggapan responden yang berhubungan dengan masing-masing variabel bebas yang diteliti sebagai berikut:

1. Manfaat yang dirasakan

Berdasarkan hasil penelitian, di bawah ini penulis sajikan tanggapan responden mengenai item pernyataan variabel manfaat yang dirasakan sebagai berikut:

Tabel 4.2. Tanggapan Responden Atas Variabel Manfaat yang Dirasakan

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Kategori
Saya merasakan layanan di <i>Mobile banking</i> memperlancar proses transaksi keuangan	136	2	5	3,52	Setuju
Saya mendapatkan informasi keuangan yang dibutuhkan melalui <i>mobile banking</i> dengan cepat	136	2	5	3,54	Setuju
Saya melakukan transaksi di <i>mobile banking</i> dengan praktis	136	2	5	3,51	Setuju
Saya merasa transaksi di <i>mobile banking</i> menghemat waktu	136	2	4	3,41	Setuju
Saya merasa transaksi di <i>mobile banking</i> menghemat biaya	136	2	4	3,38	Cukup Setuju
Saya merasa layanan di <i>mobile banking</i> sangat menghemat tenaga	136	3	4	3,46	Setuju
			Rataan	3,47	Setuju

Sumber: HasiL: Data diolah, 2024

Tabel 4.2. di atas menunjukkan tanggapan responden atas variabel manfaat yang dirasakan. Pada tabel *descriptive statistics* di atas, kita dapat melihat hasil dari survei yang mengukur persepsi responden terhadap layanan mobile banking dalam beberapa aspek tertentu. Berikut adalah pembahasan dan kesimpulan berdasarkan rata-rata dan kategori pada masing-masing pernyataan:

Saya merasakan layanan di *mobile banking* memperlancar proses transaksi keuangan (Rataan: 3,52, Kategori: Setuju). Hasil rata-rata di atas 3,5 menunjukkan mayoritas responden setuju bahwa layanan mobile banking dapat memperlancar proses transaksi keuangan. Hal ini menandakan bahwa pengguna menganggap layanan tersebut memberikan kontribusi positif terhadap kelancaran proses transaksi keuangan mereka.

Saya mendapatkan informasi keuangan yang dibutuhkan melalui mobile banking dengan cepat (Rataan: 3,54, Kategori: Setuju). Rataan di atas 3,5

menunjukkan persepsi positif dari responden terhadap kecepatan dalam mendapatkan informasi keuangan melalui mobile banking. Hal ini mengindikasikan bahwa layanan tersebut dianggap efisien dalam menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh pengguna.

Saya melakukan transaksi di *mobile banking* dengan praktis (Rataan: 3,51, Kategori: Setuju). Dengan rataannya di atas 3,5, responden cenderung setuju bahwa proses transaksi di mobile banking dianggap praktis. Kemudahan dalam melakukan transaksi dianggap sebagai salah satu keunggulan layanan tersebut.

Saya merasa transaksi di *mobile banking* menghemat waktu (Rataan: 3,41, Kategori: Setuju). Walaupun rataannya sedikit di bawah 3,5, mayoritas responden masih setuju bahwa transaksi di mobile banking dapat menghemat waktu. Hal ini menunjukkan bahwa, meskipun tidak sekuat pernyataan sebelumnya, waktu tetap menjadi faktor yang dianggap berpengaruh positif.

Saya merasa transaksi di mobile banking menghemat biaya (Rataan: 3,38, Kategori: Cukup Setuju). Rataannya di atas 3 namun di bawah 3,5 menunjukkan bahwa sebagian besar responden cukup setuju bahwa transaksi di mobile banking dapat menghemat biaya. Meskipun pandangan ini positif, tingkat persetujuan tidak sekuat aspek lainnya.

Saya merasa layanan di *mobile banking* sangat menghemat tenaga (Rataan: 3,46, Kategori: Setuju). Dengan rataannya di atas 3,5, responden cenderung setuju bahwa layanan di mobile banking dianggap menghemat tenaga. Pengguna merasa bahwa menggunakan layanan ini memberikan efisiensi dan mengurangi kelelahan.

Secara umum, responden menunjukkan persepsi positif terhadap layanan mobile banking dengan rataannya di atas 3 untuk semua pernyataan. Aspek-aspek seperti kelancaran transaksi, kecepatan informasi, dan praktisitas mendapat persepsi positif

yang kuat. Walaupun beberapa aspek mendapat tingkat persetujuan lebih rendah, namun mayoritas responden masih cenderung setuju. Penilaian ini dapat menjadi dasar bagi penyedia layanan mobile banking untuk lebih memahami kekuatan dan potensi peningkatan dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pengguna.

2. Kemudahan yang Dirasakan

Berdasarkan hasil penelitian, di bawah ini penulis sajikan tanggapan responden mengenai item pernyataan variabel kemudahan yang dirasakan sebagai berikut:

Tabel 4.3. Tanggapan Responden Atas Variabel Kemudahan yang Dirasakan

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Kategori
Saya tidak mengalami kesulitan dalam mengakses <i>Mobile banking</i>	136	2	5	3,75	Setuju
Saya belajar menggunakan <i>Mobile banking</i> dengan cepat.	136	2	5	3,92	Setuju
Saya merasa terganggu dan kesulitan saat menggunakan <i>Mobile Banking</i> karena antarmuka yang rumit	136	2	5	3,91	Setuju
Saya mudah mengingat bagaimana menggunakan <i>Mobile banking</i>	136	3	5	3,92	Setuju
Saya mudah mendapatkan yang saya cari di <i>Mobile banking</i>	136	2	5	3,94	Setuju
Instruksi di <i>Mobile banking</i> jelas dan dapat dimengerti.	136	3	5	4,01	Setuju
Saya merasa interaksi di <i>Mobile banking</i> bersifat fleksibel.	136	3	5	3,96	Setuju
Semakin saya sering mengakses <i>Mobile banking</i> akan menjadi semakin mahir dalam menggunakan.	136	2	5	3,87	Setuju
			Rataan	3,91	Setuju

Sumber: Data diolah, 2024

Tabel 4.3. di atas menunjukkan tanggapan responden atas variabel kemudahan yang dirasakan. Saya tidak mengalami kesulitan dalam mengakses *mobile banking* (Rataan: 3,75, Kategori: Setuju). Rataan di atas 3,5 menunjukkan bahwa sebagian

besar responden setuju bahwa mereka tidak mengalami kesulitan dalam mengakses layanan mobile banking. Ini menggambarkan pengalaman pengguna yang relatif lancar dalam masuk ke platform tersebut.

Saya belajar menggunakan *mobile banking* dengan cepat (Rataan: 3,92, Kategori: Setuju). Dengan rataan mendekati 4, responden cenderung setuju bahwa mereka dapat belajar menggunakan *mobile banking* dengan cepat. Hal ini menunjukkan tingkat adaptabilitas pengguna terhadap platform tersebut.

Saya merasa terganggu dan kesulitan saat menggunakan Mobile Banking karena antarmuka yang rumit (Rataan: 3,91, Kategori: Setuju). Meskipun rataan di atas 3,5, responden setuju bahwa antarmuka *mobile banking* terkadang membuat mereka merasa terganggu dan kesulitan. Ini menunjukkan adanya potensi untuk perbaikan dalam desain antarmuka agar lebih *user-friendly*.

Saya mudah mengingat bagaimana menggunakan *mobile banking* (Rataan: 3,92, Kategori: Setuju). Rataan yang tinggi menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju bahwa mereka mudah mengingat cara menggunakan *mobile banking*. Ini mencerminkan tingkat kenyamanan dan kefamiliaran pengguna terhadap fungsi platform.

Saya mudah mendapatkan yang saya cari di *mobile banking* (Rataan: 3,94, Kategori: Setuju). Dengan rataan hampir mencapai 4, responden cenderung setuju bahwa mereka dapat dengan mudah menemukan informasi yang dicari di mobile banking. Ini menunjukkan efektivitas platform dalam menyajikan informasi dengan jelas.

Instruksi di *mobile banking* jelas dan dapat dimengerti (Rataan: 4,01, Kategori: Setuju). Rataan di atas 4 menunjukkan tingkat persetujuan yang tinggi terhadap kejelasan dan keberterimaan instruksi di *mobile banking*. Pengguna merasa bahwa

petunjuk yang diberikan mudah dimengerti.

Saya merasa interaksi di *mobile banking* bersifat fleksibel (Rataan: 3,96, Kategori: Setuju). Dengan rataannya di atas 3,5, responden cenderung setuju bahwa mereka merasa interaksi di *mobile banking* bersifat fleksibel. Ini menggambarkan persepsi positif terhadap kemampuan *platform* untuk menyesuaikan diri dengan kebutuhan pengguna.

Semakin saya sering mengakses *mobile banking* akan menjadi semakin mahir dalam menggunakan (Rataan: 3,87, Kategori: Setuju). Rataan di atas 3,5 menunjukkan persepsi positif bahwa semakin sering pengguna mengakses *mobile banking*, mereka akan semakin mahir dalam menggunakan *platform* tersebut.

Secara umum, responden menunjukkan persepsi positif terhadap penggunaan *mobile banking* dengan rataannya di atas 3,5 untuk semua pernyataan.

Instruksi yang jelas dan *user-friendly*, kemudahan dalam menemukan informasi, serta fleksibilitas interaksi menjadi poin positif.

Meskipun mayoritas setuju bahwa mereka belajar dengan cepat dan semakin mahir seiring waktu, beberapa responden merasakan kesulitan terkait dengan antarmuka yang rumit. Penyedia layanan *mobile banking* dapat menggunakan hasil ini untuk terus meningkatkan antarmuka dan pengalaman pengguna, serta memberikan lebih banyak instruksi yang jelas untuk meminimalkan kesulitan yang mungkin dialami oleh pengguna.

3. Kepercayaan

Berdasarkan hasil penelitian, di bawah ini penulis sajikan tanggapan responden mengenai item pernyataan variabel kepercayaan sebagai berikut:

Tabel 4.4. Tanggapan Responden Atas Variabel Kepercayaan

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Kategori
Saya merasa bahwa <i>Mobile banking</i> memiliki kemampuan yang baik dalam mengamankan transaksi.	136	2	4	3,01	Cukup Setuju
Saya merasa bahwa <i>Mobile banking</i> telah diakui eksistensinya oleh pihak-pihak lain seperti mahasiswa atau wirausaha	136	2	4	2,99	Cukup Setuju
Saya meragukan bahwa <i>Mobile banking</i> dapat memberikan hasil yang sesuai dengan diharapkan	136	2	4	3,32	Cukup Setuju
Saya merasa bahwa <i>Mobile banking</i> memiliki perhatian untuk memberikan pelayanan terbaik bagi penggunaanya	136	3	4	3,15	Cukup Setuju
Saya merasa bahwa <i>Mobile banking</i> memiliki kemauan untuk memberikan keuntungan bagi penggunaanya	136	3	4	3,29	Cukup Setuju
Saya merasa bahwa <i>Mobile banking</i> memiliki itikad baik untuk memberikan kepuasan kepada penggunaanya	136	3	4	3,17	Cukup Setuju
Saya merasa bahwa <i>Mobile banking</i> akan memenuhi apa yang diharapkan oleh pelanggannya.	136	2	4	3,05	Cukup Setuju
Saya merasa bahwa <i>Mobile banking</i> tidak akan menyembunyikan informasi yang penting bagi pelanggannya.	136	2	4	3,38	Cukup Setuju
Saya merasa bahwa <i>Mobile banking</i> akan selalu menjaga reputasinya.	136	2	4	3,38	Cukup Setuju
			Rataan	3,19	Cukup Setuju

Sumber: Data diolah, 2024

Tabel 4.4. di atas menunjukkan tanggapan responden atas variabel kepercayaan. Saya merasa bahwa *mobile banking* memiliki kemampuan yang baik dalam mengamankan transaksi (Rataan: 3,01, Kategori: Cukup Setuju). Rataan yang sedikit di atas 3 menunjukkan tingkat persetujuan yang cukup terhadap kemampuan

mobile banking dalam mengamankan transaksi. Meskipun mayoritas setuju, ada potensi untuk perbaikan guna meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap aspek keamanan.

Saya merasa bahwa *mobile banking* telah diakui eksistensinya oleh pihak-pihak lain seperti mahasiswa atau wirausaha (Rataan: 2,99, Kategori: Cukup Setuju). Rataan yang mendekati 3 menunjukkan persepsi bahwa mobile banking telah diakui oleh pihak lain seperti mahasiswa atau wirausaha. Meskipun cukup setuju, tingkat persetujuan tidak mencapai tingkat tinggi.

Saya meragukan bahwa *mobile banking* dapat memberikan hasil yang sesuai dengan diharapkan (Rataan: 3,32, Kategori: Cukup Setuju). Rataan di atas 3 menunjukkan adanya keraguan terhadap kemampuan *mobile banking* untuk memberikan hasil yang sesuai dengan harapan. Hal ini dapat dijadikan sinyal untuk penyedia layanan untuk meningkatkan transparansi dan kinerja layanan.

Saya merasa bahwa Mobile banking memiliki perhatian untuk memberikan pelayanan terbaik bagi penggunanya (Rataan: 3,15, Kategori: Cukup Setuju). Rataan yang cukup setuju menunjukkan persepsi positif terhadap perhatian mobile banking terhadap pelayanan terbaik bagi pengguna. Namun, masih ada ruang untuk peningkatan.

Saya merasa bahwa *mobile banking* memiliki kemauan untuk memberikan keuntungan bagi penggunanya (Rataan: 3,29, Kategori: Cukup Setuju). Rataan yang cukup setuju mengindikasikan keyakinan bahwa *mobile banking* memiliki kemauan untuk memberikan keuntungan bagi pengguna. Ini mencerminkan persepsi positif terhadap manfaat yang diberikan.

Responden secara umum memiliki persepsi positif terhadap *mobile banking*, dengan rataan di atas 3 untuk setiap pernyataan. Meskipun terdapat cukup persetujuan

terhadap kemampuan keamanan, diakui oleh pihak lain, dan kemauan memberikan keuntungan, beberapa responden masih meragukan kemampuan *mobile banking* untuk memberikan hasil yang sesuai dengan harapan. Persepsi positif terhadap pelayanan terbaik, kemauan memberikan keuntungan, dan itikad baik untuk memberikan kepuasan kepada pengguna menciptakan dasar yang baik untuk kepercayaan pelanggan. Penyedia layanan dapat memanfaatkan informasi ini untuk meningkatkan kepercayaan, transparansi, dan fokus pada kepuasan pelanggan guna memperkuat posisi *mobile banking* dalam pasar.

4. Minat Menggunakan

Berdasarkan hasil penelitian, di bawah ini penulis sajikan tanggapan responden mengenai item pernyataan variabel minat menggunakan sebagai berikut:

Tabel 4.5. Tanggapan Responden Atas Variabel Minat Menggunakan

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Kategori
Saya berniat menggunakan <i>Mobile banking</i> untuk transaksi keuangan	136	2	5	3,65	Setuju
Saya akan sering menggunakan <i>Mobile banking</i> untuk keperluan transaksi sehari-hari	136	3	5	3,60	Setuju
Saya bersedia mereferensikan <i>Mobile banking</i> kepada orang lain	136	3	5	3,68	Setuju
Saya merasa yakin bahwa orang lain akan mendapatkan manfaat dari menggunakan <i>Mobile banking</i>	136	3	5	3,65	Setuju
Saya akan lebih banyak menggunakan <i>Mobile banking</i> dibandingkan platform lainnya	136	2	5	3,34	Cukup Setuju
Saya cenderung memilih <i>Mobile banking</i> sebagai pilihan utama untuk kebutuhan saya	136	3	5	3,68	Setuju
Saya akan menggunakan <i>Mobile banking</i> dimasa yang akan datang	136	2	5	3,60	Setuju
Saya tertarik untuk menjelajahi berbagai fitur dan fungsi <i>Mobile banking</i>	136	3	5	3,60	Setuju
			Rataan	3,60	Setuju

Sumber: Hasil Data diolah, 2024

Tabel 4.5. di atas menunjukkan tanggapan responden atas variabel minat

menggunakan. Saya berniat menggunakan *mobile banking* untuk transaksi keuangan (Rataan: 3,65, Kategori: Setuju). Rataan di atas 3,5 menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki niat untuk menggunakan *mobile banking* untuk transaksi keuangan. Ini mencerminkan minat positif terhadap penggunaan *platform* ini untuk keperluan keuangan.

Saya akan sering menggunakan *mobile banking* untuk keperluan transaksi sehari-hari (Rataan: 3,60, Kategori: Setuju). Dengan rataan yang cukup tinggi, responden menunjukkan kecenderungan untuk sering menggunakan *mobile banking* dalam keperluan transaksi sehari-hari. Hal ini menggambarkan potensi *platform* menjadi bagian integral dari aktivitas keuangan sehari-hari pengguna.

Saya bersedia mereferensikan *mobile banking* kepada orang lain (Rataan: 3,68, Kategori: Setuju). Rataan di atas 3,5 menunjukkan bahwa responden bersedia merekomendasikan *mobile banking* kepada orang lain. Ini mencerminkan tingkat kepercayaan dan kepuasan yang cukup tinggi terhadap *platform* ini.

Saya merasa yakin bahwa orang lain akan mendapatkan manfaat dari menggunakan *mobile banking* (Rataan: 3,65, Kategori: Setuju). Dengan rataan yang cukup tinggi, responden merasa yakin bahwa orang lain akan mendapatkan manfaat dari menggunakan *mobile banking*. Ini mencerminkan keyakinan terhadap nilai dan keuntungan yang dapat diperoleh oleh pengguna lain.

Rataan di atas 3,5 untuk setiap pernyataan menunjukkan adanya sikap positif dan minat yang kuat dari responden terhadap penggunaan *mobile banking*. Tingkat niat untuk menggunakan *platform* ini untuk transaksi keuangan, kecenderungan untuk sering menggunakannya dalam aktivitas sehari-hari, dan kesiapan untuk merekomendasikannya kepada orang lain menciptakan dasar yang solid untuk pertumbuhan penggunaan *mobile banking*. Penyedia layanan dapat memanfaatkan

informasi ini untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, fokus pada kelebihan dan manfaat yang diberikan, serta memperkuat kepercayaan pelanggan untuk menjadikan mobile banking sebagai pilihan utama dalam kebutuhan transaksi dan aktivitas keuangan mereka.

4.1.5. Uji Kualitas Data

Langkah selanjutnya yang dilakukan setelah mengetahui berbagai tanggapan atas responden adalah melakukan uji kualitas data. Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah berbagai item pernyataan atau indikator yang digunakan tersebut valid atau tidak serta reliabel atau tidak. Hal ini penting karena salah satu syarat bahwa sebuah data dapat dilakukan uji hipotesis adalah harus valid dan reliabel. Dibawah ini disajikan hasil uji kualitas data berupa uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk melihat sejauh mana suatu alat pengukur itu bisa mengukur apa yang ingin diukur. Guna melihat valid atau tidaknya sebuah data maka kolom yang dilihat adalah kolom *Corrected Item-Total Correlation*. Dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, dengan $\alpha = 0,05$. dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau N oleh karena itu $N = 136$, maka derajat bebasnya adalah $n-2 = 134$. Nilai r tabel pada $df = 134$ dan $\alpha = 0,05$ adalah 0.16. Untuk melihat tingkat validitas semua item pernyataan untuk setiap variabel dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Variabel Manfaat yang Dirasakan

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Kesimpulan
X21	17.05	4.345	.661	Valid
X22	17.02	4.348	.679	Valid
X23	17.04	4.265	.700	Valid
X24	17.15	4.289	.767	Valid
X25	17.18	4.551	.701	Valid
X26	17.09	4.866	.515	Valid

Sumber: Data diolah, 2024

Data pada tabel 4.6 di atas terlihat bahwa semua item pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0.16 sehingga pernyataan tentang variabel manfaat yang dirasakan dinyatakan valid.

Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan yang Dirasakan

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Kesimpulan
X11	27.43	7.907	.216	Valid
X12	27.29	7.391	.383	Valid
X13	27.28	7.299	.394	Valid
X14	27.26	8.104	.271	Valid
X15	27.24	7.470	.386	Valid
X16	27.17	8.008	.285	Valid
X17	27.21	7.799	.372	Valid
X18	27.31	8.200	.212	Valid

Sumber: Data diolah, 2024

Data pada tabel 4.7 di atas terlihat bahwa semua item pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0.16 sehingga pernyataan tentang variabel kemudahan yang dirasakan dinyatakan valid.

Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Kesimpulan
X31	25.63	3.716	.391	Valid
X32	25.67	3.764	.380	Valid
X33	25.33	2.830	.406	Valid
X34	25.51	2.918	.690	Valid
X35	25.36	2.988	.424	Valid
X36	25.50	2.844	.741	Valid
X37	25.62	3.838	.327	Valid
X38	25.29	2.725	.517	Valid
X39	25.27	2.792	.488	Valid

Sumber: Data diolah, 2024

Data pada tabel 4.8 di atas terlihat bahwa semua item pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0.16 sehingga pernyataan tentang variabel kepercayaan dinyatakan valid.

Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Menggunakan

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Kesimpulan
Y11	25.14	5.751	.619	Valid
Y12	25.19	6.156	.549	Valid
Y13	25.11	5.951	.569	Valid
Y14	25.13	6.219	.542	Valid
Y15	25.45	6.679	.378	Valid
Y16	25.11	6.691	.324	Valid
Y17	25.19	6.541	.430	Valid
Y18	25.18	6.655	.358	Valid

Sumber: Data diolah, 2024

Data pada tabel 4.9 di atas terlihat bahwa semua item pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0.16 sehingga pernyataan tentang variabel minat menggunakan dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk melihat sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan bila alat pengukur tersebut digunakan berkali-kali untuk mengukur gejala yang sama. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang atas pertanyaan yang disampaikan konsisten dari waktu ke waktu. Dikatakan handal (*reliabel*) jika memiliki koefisien keandalan atau *cronbach's alpha* sebesar 0,60 atau lebih. Di bawah ini penulis sajikan daftar *Cronbach Alpha* untuk semua variabel penelitian yang ada baik variabel bebas maupun variabel terikatnya atas dasar perhitungan dengan menggunakan SPSS.

Tabel 4.10. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach α	Simpulan	Keterangan
1	Manfaat	.870	Reliabel	Karena Cronbach $\alpha > 0,60$
2	Kemudahan	.872	Reliabel	Karena Cronbach $\alpha > 0,60$
3	Kepercayaan	.718	Reliabel	Karena Cronbach $\alpha > 0,60$
4	Minat Menggunakan	.771	Reliabel	Karena Cronbach $\alpha > 0,60$

Sumber: Data diolah, 2024

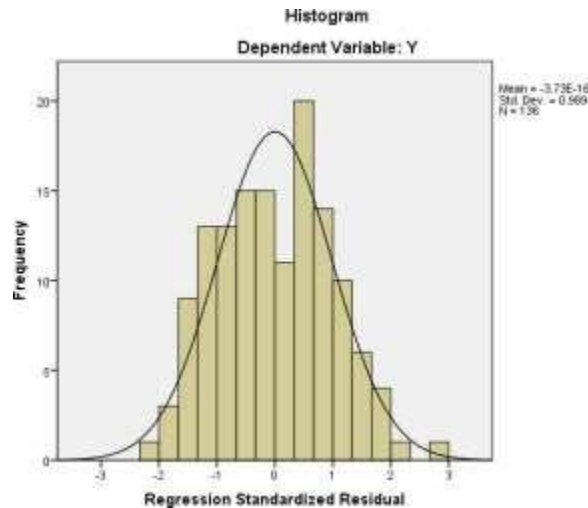
Data pada tabel 4.10 di atas menunjukkan bahwa semua nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini dinyatakan reliabel atau handal.

4.1.5 Uji Asumsi Klasik

Setelah melakukan uji kualitas data dan semua data yang dihasilkan layak untuk digunakan dalam uji selanjutnya, maka yang perlu dilakukan adalah uji asumsi klasik. Uji ini perlu dilakukan sebelum melakukan analisis regresi linier berganda. Adapun uji klasik yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi: (1) uji normalitas, (2) uji multikolinieritas dan (3) uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Seperti diketahui bahwa bahwa nilai residual harus mengikuti distribusi normal. Uji ini dapat dilakukan dengan pendekatan histogram, maupun pendekatan uji *Kolmogorv-Smirnov*. Dengan menggunakan analisis *Kolmogorov Smirnov*, data residual dikatakan berdistribusi normal bila nilai Asymp Sig (2-tailed) $>$ taraf nyata ($\alpha = 5\%$). Adapun uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan pendekatan histogram, hasilnya seperti terlihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas Histogram

Pada Gambar 4.1 histogram di atas, terlihat bahwa data residual berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan oleh gambar histogram tidak miring ke kanan maupun ke kiri sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi minat menggunakan *mobile banking*.

Tabel 4.11. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		136
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.17898148
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.058
	Negative	-.078
Kolmogorov-Smirnov Z		.912
Asymp. Sig. (2-tailed)		.376

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Pada tabel 4.11 di atas, hasil uji normalitas dengan pendekatan uji Kolmogorov Smirnov bahwa data residual berdistribusi normal karena nilai Asymp Sig (2-tailed) $0.376 > 0.05$.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk melihat apakah terdapat korelasi antara

variabel bebas atau tidak. Multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Dikatakan tidak terjadi multikolinieritas jika nilai $\text{tolerance} > 0,10$ atau $\text{VIF} < 5$. Di bawah ini disampaikan hasil uji multikolinieritas dengan melihat *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) nya.

Tabel 4.12. Hasil Uji Multikolinieritas

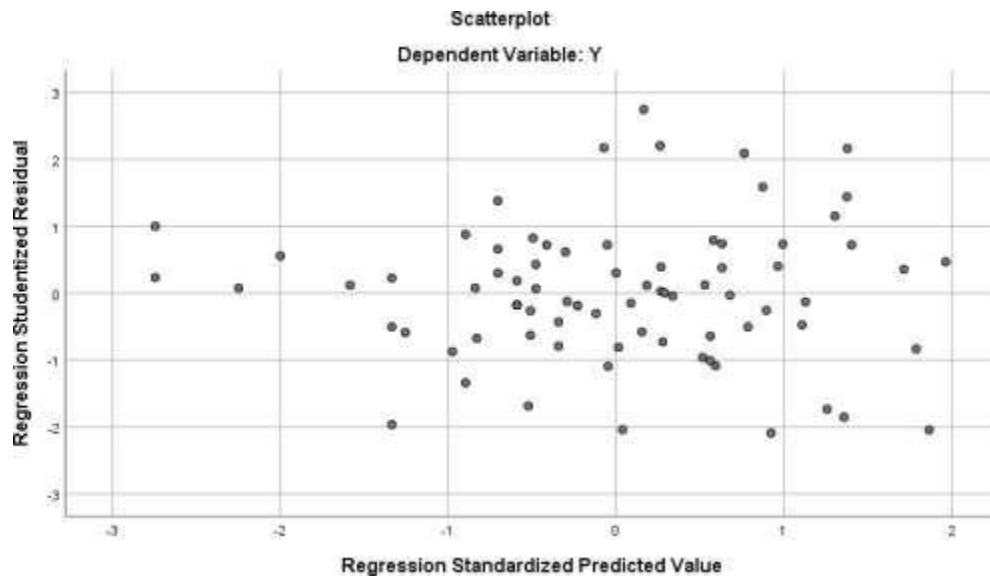
Variabel	COLLINEARITY STATISTICS			
	Tolerance		VIF	
	Hasil	Simpulan	Hasil	Simpulan
Persepsi Kemudahan	.970	$> 0,10$	1.031	< 5
Persepsi Manfaat	.941	$> 0,10$	1.062	< 5
Kepercayaan	.953	$> 0,10$	1.050	< 5

Sumber: Data diolah, 2023

Pada tabel 4.12 di atas, menunjukkan bahwa semua nilai *tolerance* $> 0,10$ serta nilai $\text{VIF} < 5$ yang berarti variabel bebas tidak terjadi masalah multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan pendekatan grafik.



Gambar 4.2. Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot

Grafik Scatterplot di atas memperlihatkan bahwa titik-titik menyebar secara acak tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi kepuasan peanggan berdasarkan masukan variabel independennya.

Tabel 4.13. Hasil Uji Glejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.604	4.022		3.631	.000
	Kemudahan	.246	.075	.270	3.260	.061
	Manfaat	.215	.095	.190	2.255	.076
	Kepercayaan	.245	.120	.170	2.036	.074

a. Dependent Variable: Abs_Res

Dilihat dari tabel 4.13 di atas, nilai signifikansi $> 0,05$ artinya variabel tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4.1.6. Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk menguji apakah variabel manfaat yang dirasakan, kemudahan yang dirasakan dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Adapun hasil pengujian disajikan pada tabel dibawah ini.

1. Persamaan Regresi Linear Berganda

Hasil perhitungan dan pengolahan data dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science (SPSS)*, didapat pada *Coefficients* dari tabel tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Tabel 4.14. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a			
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-11.576	7.863		.143
	Kemudahan	.465	.148	.254	.002
	Manfaat	.448	.186	.197	.017
	Kepercayaan	.477	.235	.165	.044

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Berdasarkan tabel 4.14 di atas, model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$\text{Minat Menggunakan} = -11.576 + 0.465 \text{ KM} + 0.448 \text{ MF} + 0.477 \text{ KP}$$

Keterangan:

KM : Kemudahan yang Dirasakan

MF : Manfaat yang Dirasakan

KP : Kepercayaan

Model persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar -11.862 yang artinya jika variabel manfaat yang dirasakan, kemudahan yang dirasakan dan kepercayaan dianggap nol maka variabel minat menggunakan *mobile banking* sebesar - 11.862.

2. Nilai koefisien variabel kemudahan yang dirasakan sebesar 0,465 yang artinya jika variabel kemudahan yang dirasakan meningkat satu satuan dan variabel manfaat yang dirasakan dan kepercayaan dianggap konstan, maka variabel minat menggunakan akan naik sebesar 0,465.
3. Nilai koefisien variabel manfaat yang dirasakan sebesar 0,448 yang artinya jika variabel manfaat yang dirasakan meningkat satu satuan dan variabel kemudahan yang dirasakan dan kepercayaan dianggap konstan, maka variabel minat menggunakan akan naik sebesar 0,448.
4. Nilai koefisien variabel kepercayaan sebesar 0,477 yang artinya jika variabel kemudahan yang dirasakan meningkat satu satuan dan variabel manfaat yang dirasakan dan kemudahan yang dirasakan dianggap konstan, maka variabel minat menggunakan akan naik sebesar 0,477.

2. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji-F)

Uji hipotesis secara simultan bertujuan untuk menguji apakah variabel manfaat yang dirasakan, kemudahan yang dirasakan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Adapun hasil pengujian disajikan pada tabel Anova dibawah ini.

Tabel 4.15. Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji-F)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	732.433	3	244.144	8.900	.000 ^a
	Residual	3620.950	132	27.431		
	Total	4353.382	135			

a. Predictors: (Constant), Kemudahan, Manfaat, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Berdasarkan tabel 4.15 di atas, menunjukan nilai F_{hitung} sebesar 8.900 dan nilai F_{tabel} sebesar 2.67, dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan

bahwa variabel manfaat yang dirasakan, kemudahan yang dirasakan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk melihat seberapa besar variabel manfaat yang dirasakan, kemudahan yang dirasakan dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*, hasil pengujian disajikan pada tabel model summary di bawah ini.

Tabel 4.16. Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^a				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.410 ^a	.168	.149	5.238

a. Predictors: (Constant), Kemudahan, Manfaat, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Pada tabel 4.16 di atas, menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.149 atau 14,9%. hal ini berarti variabel manfaat yang dirasakan, kemudahan yang dirasakan dan kepercayaan mampu menjelaskan minat menggunakan *mobile banking* sebesar 14.9% dan sisanya sebesar 85,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Berdasarkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,149 atau 14,9%, hasil ini menunjukkan bahwa variabel-variabel yang diteliti, yaitu manfaat yang dirasakan, kemudahan yang dirasakan, dan kepercayaan, hanya mampu menjelaskan sekitar 14,9% dari variabilitas minat menggunakan *mobile banking*. Ini berarti variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan, namun kontribusinya terhadap minat menggunakan *mobile banking* relatif kecil. Sisanya sebesar 85,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini, seperti faktor sosial, promosi, atau kondisi eksternal lainnya yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan *mobile banking*.

Implikasinya adalah penting untuk mempertimbangkan variabel-variabel tambahan dalam penelitian selanjutnya untuk lebih memahami faktor-faktor lain yang mungkin berperan dalam meningkatkan minat menggunakan mobile banking. Misalnya, variabel-variabel seperti kesadaran teknologi, pengalaman pengguna, dukungan layanan pelanggan, serta penawaran khusus atau insentif bisa menjadi bagian dari penelitian mendatang. Penelitian yang lebih luas akan membantu mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai keputusan konsumen dalam menggunakan teknologi perbankan digital.

4. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji-t)

Uji hipotesis secara parsial bertujuan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel manfaat yang dirasakan, kemudahan yang dirasakan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*, berdasarkan hasil pengolahan dapat disajikan pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.17. Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji-t)

Variabel	t		Sig.		Kesimpulan
	t _{hitung}	t _{tabel}	Hasil	$\alpha = 5\%$	
Kemudahan	3.150	1.99	.002	< 0.05	Berpengaruh Signifikan
Manfaat	2.411	1.99	.017	< 0.05	Berpengaruh Signifikan
Kerpercayaan	2.031	1.99	.044	< 0.05	Berpengaruh Signifikan

Pada tabel 4.17 di atas, dapat dijelaskan bahwa variabel kemudahan yang dirasakan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3.150 dan nilai t_{tabel} sebesar 1.99 dengan nilai signifikansi $0.002 < 0.05$, maka dapat disimpulkan variabel kemudahan yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Pada tabel 4.17 di atas, dapat dijelaskan bahwa variabel manfaat yang

dirasakan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2.411 dan nilai t_{tabel} sebesar 1.99 dengan nilai signifikansi $0.017 < 0.05$, maka dapat disimpulkan variabel manfaat yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Pada tabel 4.17 di atas, dapat dijelaskan bahwa variabel kepercayaan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2.031 dan nilai t_{tabel} sebesar 1.99 dengan nilai signifikansi $0.044 < 0.05$, maka dapat disimpulkan variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

5. Pengaruh Dominan

Guna mengetahui variabel bebas mana yang berpengaruh paling dominan terhadap variabel terikat adalah dengan cara melihat nilai *Standardized Coefficients*, berdasarkan hasil perhitungan nilai terbesar terdapat pada variabel kemudahan yang dirasakan yaitu 0.254, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan yang dirasakan merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi minat menggunakan *mobile banking*.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Manfaat yang Dirasakan Terhadap Minat Menggunakan

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel manfaat yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada mahasiswa STIE GICI Kampus Jatiwaringin. Temuan ini mengindikasikan bahwa mahasiswa di institusi tersebut cenderung memiliki persepsi positif terkait manfaat yang mereka rasakan dari penggunaan *mobile banking*, dan hal ini secara positif memengaruhi minat mereka untuk mengadopsi layanan tersebut.

Penting untuk mencermati signifikansi statistik dari pengaruh variabel

manfaat yang dirasakan. Dengan hasil yang signifikan, dapat disimpulkan bahwa manfaat yang dirasakan memiliki kontribusi yang tidak dapat diabaikan terhadap minat pengguna dalam mengadopsi *mobile banking*. Hal ini mungkin mencakup kemudahan akses, efisiensi transaksi, atau keamanan yang dirasakan, yang semuanya dapat menjadi faktor kunci dalam membentuk minat pengguna.

Selain itu, hasil yang positif menggambarkan relevansi *mobile banking* dalam konteks mahasiswa STIE GICI Kampus Jatiwaringin. Kemungkinan adanya kesesuaian antara karakteristik layanan *mobile banking* dan kebutuhan mahasiswa dapat menjadi faktor pendorong minat. Faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan dan manfaat yang diperoleh dari layanan tersebut dapat menjadi pilihan yang menarik bagi mahasiswa, yang sering kali mengutamakan efisiensi dan kenyamanan dalam bertransaksi.

Pentingnya temuan ini tidak hanya memberikan wawasan tentang perilaku pengguna *mobile banking* di kalangan mahasiswa STIE GICI Kampus Jatiwaringin tetapi juga dapat menjadi dasar bagi penyedia layanan untuk meningkatkan strategi pemasaran dan penyajian layanan. Fokus pada komunikasi manfaat yang dirasakan

dapat menjadi kunci dalam meningkatkan adopsi *mobile banking* di kalangan mahasiswa, dan potensinya untuk diterapkan pada kelompok pengguna lainnya.

4.2.2 Pengaruh Kemudahan yang Dirasakan Terhadap Minat Menggunakan

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel kemudahan yang dirasakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada mahasiswa STIE GICI Kampus Jatiwaringin. Temuan ini

memberikan gambaran bahwa mahasiswa di institusi tersebut cenderung memandang kemudahan yang diperoleh dari penggunaan *mobile banking* sebagai faktor penting yang secara positif memengaruhi minat mereka untuk mengadopsi layanan tersebut.

Penting untuk menyoroti signifikansi statistik dari hubungan antara kemudahan yang dirasakan dan minat menggunakan *mobile banking*. Dengan hasil yang signifikan, dapat diartikan bahwa persepsi mahasiswa terhadap tingkat kemudahan penggunaan *mobile banking* berdampak secara nyata pada minat mereka untuk mengadopsi layanan tersebut. Hal ini dapat mencakup aspek navigasi antarmuka, proses transaksi yang sederhana, atau dukungan layanan pelanggan yang efektif yang semuanya memberikan kontribusi positif terhadap minat pengguna.

Selain itu, hasil positif ini juga mencerminkan relevansi layanan *mobile banking* dengan preferensi dan kebutuhan mahasiswa di STIE GICI Kampus Jatiwaringin. Mahasiswa mungkin menghargai layanan yang menyediakan kemudahan dalam melaksanakan aktivitas keuangan mereka tanpa menghadapi kompleksitas yang tidak perlu. Kemampuan *mobile banking* untuk menyediakan solusi yang mudah diakses dan digunakan dapat menjadi poin penjualan yang kuat dikalangan mahasiswa yang mengutamakan efisiensi.

Dengan mengetahui bahwa kemudahan yang dirasakan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan *mobile banking*, penyedia layanan dapat merancang strategi yang lebih baik untuk meningkatkan adopsi layanan. Fokus pada peningkatan kemudahan penggunaan dan pemahaman antarmuka dapat menjadi langkah yang efektif untuk mendapatkan kepercayaan

dan minat mahasiswa, yang pada gilirannya dapat meningkatkan tingkat adopsi *mobile banking* di kalangan mereka.

4.2.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada mahasiswa STIE GICI Kampus Jatiwaringin. Temuan ini memberikan indikasi bahwa kepercayaan yang diperoleh mahasiswa terhadap layanan *mobile banking* secara positif memengaruhi minat mereka untuk mengadopsi dan menggunakan layanan tersebut.

Signifikansi statistik dari hubungan antara kepercayaan dan minat menggunakan *mobile banking* menunjukkan bahwa faktor kepercayaan memiliki peran kunci dalam membentuk preferensi mahasiswa terhadap layanan tersebut. Kepercayaan ini mungkin melibatkan aspek keamanan transaksi, kehandalan layanan, atau integritas informasi keuangan, yang semuanya secara bersama-sama memberikan dampak positif terhadap minat pengguna.

Pentingnya temuan ini adalah bahwa kepercayaan memainkan peran sentral dalam meningkatkan minat mahasiswa untuk mengadopsi *mobile banking*. Mahasiswa yang merasa yakin terhadap keamanan dan kualitas layanan *mobile banking* lebih mungkin untuk menggunakannya secara aktif. Oleh karena itu, pemahaman dan peningkatan kepercayaan menjadi kunci bagi penyedia layanan untuk mencapai tingkat adopsi yang lebih tinggi di kalangan mahasiswa.

Selain itu, kesimpulan dari hasil uji hipotesis ini juga membuka peluang bagi penyedia layanan untuk memperkuat upaya pemasaran dan edukasi. Dengan

memberikan informasi yang jelas mengenai keamanan dan manfaat layanan, serta mengkomunikasikan keberhasilan layanan dalam menjaga kepercayaan pengguna, dapat meningkatkan minat mahasiswa dan menghilangkan potensi keraguan yang mungkin timbul.

Dengan menyadari bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada mahasiswa, penyedia layanan dapat merancang strategi yang lebih terarah dan membangun citra positif yang mendorong adopsi layanan. Keberhasilan dalam membangun kepercayaan dapat menjadi faktor pembeda yang memperkuat posisi *mobile banking* sebagai pilihan utama di kalangan mahasiswa STIE GICI Kampus Jatiwaringin.