

Analisis *Intention To Use Mobile Banking* Pada Bank Mayora

Novia Sarah Christyana BR Siahaan, Irzameingindra P Radjamin, dan ✉Mintarti Ariani
Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Surabaya, Indonesia

Received: Mei 18, 2022; Published: Agustus 31, 2022
DOI: 10.33005/jedi.v5i2.125

ABSTRAK

Kualitas Layanan, Kualitas Sistem, dan Kepercayaan atas Niat Penggunaan Mobile Banking Bank Mayora di Surabaya. Untuk menghitung sampel, digunakan rumus Slovin. Kuesioner ini telah disalurkan kepada 100 nasabah Bank Mayora Surabaya. Data telah dianalisis menggunakan SPSS 22.0 dalam dua segmen. Pertama, kuesioner diuji dalam hal Reliabilitas dan Validitas menggunakan 30 data dari 100 sampel data. Kemudian, data diuji dalam t-test, f-test dan melakukan tes asumsi klasik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat dampak positif antara kualitas sistem dan Kepercayaan dengan niat menggunakan mobile banking Bank Mayora di Surabaya. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa ada dampak negatif antara Informasi dan Kualitas layanan dengan niat untuk menggunakan mobile banking Bank Mayora.

Kata Kunci: Ketahanan Pangan; Indikator Komposit Ketahanan Pangan; Konsumsi Pangan Rumah Tangga.

ABSTRACT

Service Quality, System Quality, and Trust on Intention to Use of Mayora Bank's Mobile Banking in Surabaya. To calculate the sample, it used Slovin formula. Questionnaires have been distributed among 100 customers of Bank Mayora Surabaya. The data has been analyzed using SPSS 22.0 in two segments. First, the questionnaires were tested in terms of Reliability and Validity using 30 data from 100 data samples. Then, the data were tested in t-test, f-test and did the classic assumption test. The result of this study showed that there was positive impact between System Quality and Trust with Intention to Use Mobile Banking of Mayora Bank in Surabaya. Moreover, this study found out that there was negative impact between Information and service Quality with Intention to Use of Mayora Bank's Mobile Banking.

Keyword: Mobile Banking, Intention to Use, Information Quality, Service Quality, Trust.

How to Cite:

Novia Sarah Christyana BR Siahaan, Irzameingindra P Radjamin, dan Mintarti Ariani(2022). Analisis *Intention To Use Mobile Banking* Pada Bank Mayora. *Journal of Economics Development Issues*, 5(2), 86-96. <https://doi.org/10.33005/jedi.v5i2.125>.

PENDAHULUAN

Saat ini, perkembangan teknologi sudah mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Teknologi telah menjadi kebutuhan masyarakat yang tidak dapat ditawar dan membawa perubahan dalam berbagai dimensi mendapatkan informasi dari jaringan tersebut (Arizona, 2017). Bank Indonesia membagi layanan *e-Banking* menjadi 4 kategori yaitu *internet banking*, *mobile banking*, *phone banking* dan *SMS banking*. Layanan ini telah diterapkan untuk membantu segala transaksi, urusan nasabah bank tersebut. Industri perbankan menyediakan *m-banking* guna teknologi diiringi dengan perkembangan sistem informasi berbasis teknologipun begitu pesat di era modern ini. Salah satu teknologi informasi berbasis teknologi yaitu internet. *Mobile banking* merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau *smartphone*. Layanan *mobile banking* digunakan dengan menggunakan menu yang telah tersedia melalui aplikasi yang dapat diunduh oleh nasabah di ponsel masing-masing.

Dalam kehidupan masyarakat, terdapat alasan utama masyarakat menyukai menggunakan aplikasi *mobile banking* dibandingkan dengan *internet banking*. Selain karena praktis, mudah, cepat, *mobile banking* memudahkan akses dalam bertransaksi, *mobile banking* didukung dengan fitur layanan yang mudah digunakan oleh para penggunanya. Fitur layanan dalam *mobile banking* dibagi menjadi 2 fitur yaitu fitur layanan informasi dan fitur layanan transaksi. Bank Mayora adalah salah satu bank yang sedang berkembang dan tergolong baru dalam layanan *online* yang diawali pada tahun 2017. Karena itu Bank Mayora dipilih sebagai objek penelitian karena ingin mengetahui apakah Bank Mayora dapat memberikan layanan *mobile banking* yang sudah sesuai dengan ekspektasi nasabah-nasabahnya seperti yang diberikan oleh bank bank yang sudah sangat besar seperti BCA.

Fitur layanan merupakan sebuah fitur yang menyediakan informasi – informasi yang hendak diketahui oleh nasabah, sedangkan fitur layanan transaksi adalah suatu fitur dimana digunakan nasabah untuk melakukan transaksi yang berhubungan dengan uang. Contoh dari fitur layanan informasi adalah informasi saldo, mutasi rekening, suku bunga, informasi mengenai *update* dari bank tersebut serta lokasi atm / bank terdekat yang dapat dijangkau oleh nasabah. Sedangkan contoh dari fitur layanan transaksi yaitu seperti transaksi Tarik tunai tanpa kartu, transfer antar bank maupun sesama bank, pembayaran tagihan berupa air, listrik maupun internet, pembelian pulsa serta berbagai transaksi yang berhubungan dengan jual beli.

Layanan *mobile banking* Bank Mayora memiliki fitur untuk melihat informasi rekening, informasi nilai tukar, *transfer*, pembayaran tagihan PLN, PDAM, penerimaan negara, *virtual account* dan BPJS. Selain itu, dalam *mobile banking* Mayora juga bisa digunakan untuk membeli pulsa dan melakukan *block* dan *unblock* kartu. Pemanfaatan *mobile banking* memberikan keuntungan bagi penggunanya. Antara lain penghematan waktu dan tenaga karena transaksi dapat dilakukan di mana saja. Namun, layanan ini juga mempunyai risiko yang dapat menurunkan minat pengguna layanan *mobile banking*. OJK pernah mencatat mengenai kerugian tiga bank besar yang mengalami kerugian atas modus

KAJIAN LITERATUR

1. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan strategi jangka panjang yang membutuhkan komitmen, baik menyangkut dana maupun sumber daya manusia. Secara umum, kepuasan pelanggan diartikan sebagai perbandingan antara layanan atau hasil yang diterima konsumen yang sesuai dengan harapan konsumen. Terdapat 5 cara dalam mengukur kepuasan pelanggan / *customer satisfaction* yaitu: keluhan, internet, survey, *mystery shopper* dan analisis pelanggan hilang. Dalam mencapai

kepuasan pelanggan dalam dunia jasa merupakan suatu tantangan yang besar dan menantang.

Kepuasan yang dirasakan nasabah terhadap layanan yang diberikan oleh suatu bank dapat mempengaruhi keputusan nasabah tersebut untuk sementara waktu atau selamanya. Agar tidak terjadi hal yang seperti itu, bank harus memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabahnya agar nasabah dapat merasa puas dan tetap menjadi nasabah di bank tersebut. Faktor-faktor dalam pelayanan perbankan yang dapat membuat nasabah meninggalkan bank. Faktortersebut adalah:

1. Pelayanan yang tidak memuaskan.

Banyak hal yang menyebabkan nasabah tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh seorang *customer service*. Nasabah merasa tidak dilayani dengan baik, merasa disepelekan atau tidak diperhatikan atau kadang nasabah merasa tersinggung.

2. Produk yang tidak baik.

Kelengkapan produk yang ditawarkan kurang sehingga pilihan yang sesuai dengan keinginan nasabah tidak tersedia. Produk yang ditawarkan tidak memiliki kelebihan atau keunggulan tertentu jika dibandingkan dengan produk yang ditawarkan pesaing.

3. Tidak tepat waktu.

Petugas *customer service* tidak menepati janji misal waktu pelayanan. Begitu juga dengan penyelesaian pekerjaan yang tidak sesuai dengan keinginan nasabah.

4. Biaya yang *relative* mahal.

Biaya yang dibebankan kepada nasabah *relative* mahal jika dibandingkan dari bank pesaing. Hal ini juga menyebabkan nasabah meninggalkan bank yang bersangkutan.

a. *Service Quality*

Kualitas layanan secara tradisional sudah pasti sebagai "kualitas dukungan yang diterima oleh pengguna dari departemen SI dan sistem pendukung IT (Chatterjee & Gupta, 2018) et al. Menekankan pada kualitas layanan sebagai ukuran yang penting dari keefektifan SI untuk memastikan kualitas layanan yang diberikan selain dari produk.

kualitas pelayanan dapat mempengaruhi pengalaman pengguna *m-banking* karena pengguna menikmati sistem berkurang karena sistem yang tidak dapat dibalas dan respons yang lambat.

Dengan demikian, jika layanannya personal tersedia dan dapat memahami, juga mengatasi masalah pengguna, kualitas layanan dapat ditingkatkan dan mungkin menyebabkan kepuasan dalam hal pengalaman seperti interaksi dengan personil layanan dan juga akan secara positif mempengaruhi pelanggan untuk menggunakan *m-banking* jika permasalahan pengguna dapat diatasi dengan satu kali pengaduan.

b. *Information Quality*

Kualitas informasi meliputi karakteristik sistem seperti relevansi, kecukupan, akurasi dan ketepatan waktu ((Chatterjee & Gupta, 2018)., (Sharma, 2017) et al; (Veera Motto, 2018) et al; (Zhou, 2013)) mengamati bahwa kualitas informasi adalah salah satunya kunci penentu yang mempengaruhi sikap di antara pengguna teknologi yang mereka gunakan. Kepuasan pengguna dapat menurun karena tidak dapat memenuhi harapan memiliki informasi yang berkualitas dari penggunaan *m-banking*.

c. *System Quality*

Kualitas informasi meliputi karakteristik sistem seperti relevansi, kecukupan, akurasi dan ketepatan waktu (Chatterjee & Gupta, 2018) et al. Mengamati bahwa kualitas informasi adalah salah satunya kunci penentu yang mempengaruhi sikap di antara pengguna teknologi yang mereka gunakan. Kepuasan pengguna dapat menurun karena tidak dapat memenuhi harapan memiliki informasi yang berkualitas dari penggunaan *m-banking*.

d. *Trust*

Kepercayaan seperti yang dimaksud dalam penelitian ini adalah untuk fokus pada ketergantungan dan privasi dari penyedia aplikasi *m-banking* untuk mengeksekusi kegiatan *m-commerce*. *M-banking* menjadi layanan yang personal dari pengguna umumnya muncul tentang

kerahasiaan dan keamanan data yang disimpan dalam perangkat masing-masing.

Dengan demikian kepercayaan merupakan hal yang penting membangun untuk meningkatkan niat untuk menggunakan dan membawa ketidakpuasan di antara pengguna ponsel untuk melakukan kegiatan *m-commerce* melalui *m-banking*. Kepercayaan seperti yang dimaksud dalam penelitian ini adalah untuk fokus pada ketergantungan dan privasi bagian dari penyedia aplikasi *m-banking* untuk mengeksekusi kegiatan *m-commerce*. *M-banking* menjadi layanan yang sangat personal dari pengguna umumnya muncul tentang kerahasiaan dan keamanan data yang disimpan dalam perangkat masing-masing. Dengan demikian kepercayaan merupakan hal yang penting membangun untuk meningkatkan niat untuk menggunakan dan membawa ketidakpuasan di antara pengguna ponsel untuk melakukan kegiatan *m-commerce* melalui *m-banking*.

e. *Intention to Use*

Intention to use adalah suatu kecenderungan intensi dari pengguna untuk menggunakan teknologi yang diberikan (Tileng, 2016) merupakan sikap atau perilaku yang cenderung ingin menggunakan suatu teknologi (Widyaprabha et al., 2016). Variabel *Information Quality* mempengaruhi *Intention to Use Mobile Banking* karena jika informasi yang ada di *Mobile Banking* mampu untuk memberikan informasi yang komplit maka, nasabah akan semakin sering menggunakan *Mobile Banking* untuk memperoleh informasi yang *terup to date* mengenai produk perbankan yang dimiliki.

Variabel *Intention to use* juga dipengaruhi oleh variabel *Service Quality*. Layanan yang diberikan oleh *call center* akan mempengaruhi nasabah untuk lebih memahami aplikasi *Mobile Banking* sehingga, jika nasabah merasab bahwa *call center* mampu memberikan layanan yang menjawab kesulitan nasabah, nasabah akan mau untuk menggunakan *mobile banking*. Variabel *System Quality*

mempengaruhi *Intention to Use* karena semakin mudah aplikasi *Mobile Banking* dibuat, maka nasabah akan semakin nyaman untuk menggunakan aplikasinya dan akan lebih nyaman untuk bertransaksi melalui *Mobile Banking*.

Kepercayaan yang mampu diberikan bank kepada nasabah mampu mempengaruhi nasabah untuk bertransaksi menggunakan *Mobile Banking*. Semakin bank mampu untuk menawarkan produknya dan membuat nasabah percaya, nasabah tidak akan takut untuk melakukan transaksi di *Mobile Banking* sehingga, variabel trust mempengaruhi *Intention to Use Mobile Banking*.

f. *Mobile Banking Bank Mayora*

PT. Bank Mayora merupakan sebuah perusahaan perbankan swasta di Indonesia yang berdiri sejak 28 Juli 1993. PT. Bank Mayora berstatus bank devisa, dimana bank devisa merupakan badan usaha di bidang keuangan yang bertujuan mengatur peredaran devisa serta alat pembayaran luar negeri. PT. Bank Mayora saat ini berada dalam naungan Mayora Group yang merupakan perusahaan swasta yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman. Mayora Group sampai sekarang sudah memiliki 31 cabang dan 22 anjungan tunai mandiri yang tersebar pada Jakarta, Bogor, Tangerang, Bekasi dan Lampung.

Mobile Banking merupakan fasilitas layanan perbankan yang dimiliki bank untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, industri perbankan juga dituntut untuk semakin membuat teknologi yang memudahkan para nasabah untuk bertransaksi. Teknologi yang dibuat oleh perbankan dalam memudahkan nasabahnya adalah *mobile banking* yang dimana nasabah bias melakukan transaksi melalui *smartphone*. Transaksi perbankan yang dimaksudkan adalah transaksi non tunai melalui ponsel atau *smartphone* secara cepat, mudah dan aman.

Mobile Banking Mayora merupakan

suatu layanan perbankan berbasis *online* yang dikeluarkan oleh PT. Bank Mayora untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi. PT. Bank Mayora memiliki 2 layanan perbankan berbasis online yaitu *Mobile Banking* Mayora dan *Klik Mayora*. Aplikasi ini dapat dioperasikan pada semua *type* handphone dengan semua jaringan operator baik GSM maupun CDMA.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Untuk pendekatan penelitian dalam skripsi ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, seperti yang dikemukakan (Sugiyono 2017) bahwa metode penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Variabel-variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *Service Quality*, *Information Quality*, *System Quality*, *Trust* dan *Intention to Use*.

1. Definisi Operasional Variabel

Berikut adalah model struktural yang digunakan untuk menjelaskan variabel apa saja yang terkait dalam penelitian ini. Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018). Ada dua variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2018) variabel bebas (independen) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (dependen), yang disimbolkan dengan simbol (X). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Service Quality* (X1), *Information Quality* (X2), *System Quality* (X3), dan *Trust* (X4).

2. Variabel Dependen

Variabel dependen (variabel terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen atau menjadi variabel akibat, dalam penelitian ini yang berperan sebagai variabel dependen adalah *Intention to Use* (Y).

2. Populasi dan Sampel

Pengertian populasi menurut Sugiyono (2018), adalah sebagai berikut: “*mengartikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.*”.

Populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain, bukan pula jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek/ objek itu. Dengan demikian maka populasi dalam penelitian ini adalah semua nasabah Bank Mayora Surabaya yang berjumlah 1103.

Menurut Sugiyono (2018) mengemukakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Dalam penelitian ini tidak seluruh anggota populasi diambil, melainkan hanya sebagian dari populasi dikarenakan keterbatasan peneliti dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga dan jumlah populasi yang sangat banyak. Oleh karena itu sampel yang diambil harus betul-betul representatif (benar-benar mewakili). Sampel tersebut diambil dari populasi dengan menggunakan persentase *margin error* sebesar 10%. Penentuan ukuran sampel responden menggunakan rumus Slovin, yang ditunjukkan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e = *Margin Error*

Penelitian ini menggunakan *margin error* sebesar 10%. Populasi (N) = 1103 orang. Dengan asumsi *margin error* (e) sebesar 10% maka besar sampel untuk penelitian ini dapat dihitung sbb:

$$n=1103+1103 (0,1)^2$$

Dari perhitungan rumus Slovin, didapatkan sampel sebesar 65. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan metode penyebaran kuesioner. Penyebaran kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk jawabnya. Kuesioner akan dibagikan kepada nasabah dari Bank Mayora Surabaya.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dipakaipada penelitian berikut yaitu:

- Uji Validitas
- Uji Reliabilitas
- Uji Normalitas
- Uji Heterokedastisitas
- Uji Multikolinearitas

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen

Untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen, menggunakan analisis SPSS. Ada dua cara untuk menilai validitas instrumen kuisioner. Cara yang pertama adalah dengan melihat nilai Sig.(2 tailed). Untuk menguji Validitas dan Reliabilitas pada penelitian ini menggunakan *Software SPSS* dengan jumlah kuesioner sebanyak 30 responden.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item perny ataan	R- Hitung	R- Tabel	Sig.(2 Tailed)	Keterangan
<i>Service Quality</i> (X1)	X1.1	0,762	0,1638	0,000	Valid
	X1.2	0,855	0,1638	0,000	Valid
	X1.3	0,906	0,1638	0,000	Valid
<i>Information Quality</i> (X2)	X2.1	0,956	0,1638	0,000	Valid
	X2.2	0,965	0,1638	0,000	Valid
	X2.3	0,937	0,1638	0,000	Valid
<i>System Quality</i> (X3)	X3.1	0,951	0,1638	0,000	Valid
	X3.2	0,922	0,1638	0,000	Valid
	X3.3	0,924	0,1638	0,000	Valid
<i>Trust</i> (X4)	X4.1	0,883	0,1638	0,000	Valid
	X4.2	0,882	0,1638	0,000	Valid
	X4.3	0,910	0,1638	0,000	Valid
<i>Intention to Use</i> (Y)	Y1.1	0,919	0,1638	0,000	Valid
	Y1.2	0,871	0,1638	0,000	Valid
	Y1.3	0,917	0,1638	0,000	Valid

Sumber : (Hasil Output SPSS Diolah)

Dari tabel di atas r hitung > dari r Tabel (0,1638) dan bernilai positif sehingga di nyatakan valid. Selanjutnya dilakukan Hasil Uji Realibilitas dapat dilihat pada tabel 2 dibawah ini :

Tabel 2 Hasil Uji Reabilitas dengan SPSS

Variabel	Reliability Coefficient	Cronbach Alpha	Keterangan
<i>Service Quality</i> (X1)	3 Item	0,795	Reliabel
<i>Information Quality</i> (X2)	3 Item	0,949	Reliabel
<i>System Quality</i> (X3)	3 Item	0,926	Reliabel
<i>Trust</i> (X4)	3 Item	0,864	Reliabel
<i>Intention to Use</i> (Y)	3 Item	0,885	Reliabel

Sumber : (Hasil Output SPSS Diolah)

Dari Tabel 2 diketahui bahwa variabel *Service Quality*(X1), *Information Quality* (X2), *System Quality* (X3), *Trust* (X4) dan *Intention to Use* (Y) memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0.7 Dengan demikian, variabel – variabel dalam penelitian ini dapat di katakan reliabel.

2. Analisis Linier Regresi Berganda

a. Koefisien dan Determinasi

Uji koefisien korelasi (R) antara variabel *Service Quality*, *Information Quality*, *System Quality*, *Trust* (X) dengan variabel *Intention to Use* (Y1) didapat R sebesar 0,898. Nilai *R-Square* (koefisien determinasi) didapat dari 0,806 yang menjelaskan bahwa variabel independen mampu mempengaruhi variabel dependen

sebesar 80,6% sedangkan 19,4% sisanya dijelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini (tidak diteliti).

Tabel 3 Uji Koefisien dan Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,898 ^a	0,806	0,798	1,166

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X4, TOTAL_X3, TOTAL_X1, TOTAL_X2

b. Dependent Variable: TOTAL_Y1

Sumber : (Hasil Output SPSS Diolah)

b. Uji Hipotesis Uji t atau Uji Parsial

Tabel 4 Hasil Uji-t Parsial

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	0,282	0,645		0,438	0,662
	<i>Service Quality</i> (X ₁)	0,052	0,084	0,048	0,616	0,540
	<i>Information Quality</i> (X ₂)	0,098	0,081	0,097	1,201	0,233
	<i>System Quality</i> (X ₃)	0,410	0,079	0,441	5,179	0,000
	<i>Trust</i> (X ₄)	0,436	0,090	0,417	4,847	0,000

a. Dependent Variable: *Performance_Y1*

Sumber : (Hasil Output SPSS Diolah)

Hasil analisis regresi diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = (0,282) - 0,052X_1 + 0,098X_2 + 0,410X_3 + 0,436X_4 + e$$

Hasil uji empiris pengaruh *Information Quality* terhadap *Intention to Use* menunjukkan nilai *t*-hitung 0,616 dan *p*-value (Sig.) sebesar 0,540 yang berarti memiliki nilai Sig. di atas alpha 10%. Artinya, terdapat pengaruh yang negatif antara *Information Quality* terhadap

Intention to Use di Kota Surabaya.

Hasil uji empiris pengaruh *Service Quality* terhadap *Intention to Use* menunjukkan nilai *t*-hitung 1,201 dan *p*-value (Sig.) sebesar 0,233 yang berarti memiliki nilai Sig. di atas alpha 10%. Artinya, tidak terdapat pengaruh yang positif antara *Service Quality* terhadap *Intention to Use* di Kota Surabaya. Nilai beta dalam *Unstandardized Coefficients* variabel *Service Quality* menunjukkan angka sebesar 0,098, yang artinya adalah besaran koefisien *Service Quality* terhadap *Intention to Use* adalah sebesar 9,8%.

Hasil uji empiris pengaruh *System Quality* terhadap *Intention to Use* menunjukkan nilai *t*-hitung 5,179 dan *p*-value (Sig.) sebesar 0,000 yang berarti memiliki nilai Sig. di bawah alpha 10%. Artinya, terdapat pengaruh yang positif antara *System Quality* terhadap *Intention to Use* di Kota Surabaya. Nilai beta dalam *Unstandardized Coefficients* variabel *System Quality* menunjukkan angka sebesar 0,410, yang artinya adalah besaran koefisien *System Quality* terhadap *Intention to Use* adalah sebesar 41%.

Hasil uji empiris pengaruh *Trust* terhadap *Intention to Use* menunjukkan nilai *t*-hitung 4,847 dan *p*-value (Sig.) sebesar 0,000 yang berarti memiliki nilai Sig. di bawah alpha 10%. Artinya, terdapat pengaruh yang positif antara *Trust* terhadap *Intention to Use* di Kota Surabaya. Hasil penelitian dapat menerima hipotesis bahwa “Terdapat hubungan yang positif antara *Trust* terhadap *Intention to Use* di Kota Surabaya” Nilai beta dalam *Unstandardized Coefficients* variabel *Trust* menunjukkan angka sebesar 0,436, yang artinya adalah besaran koefisien *System Quality* terhadap *Intention to Use* adalah sebesar 43,6%.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Hasil uji normalitas, bisa dilihat pada hasil pada *test of normality* dengan

menggunakan *Kolmogorov Smirnov*. Jika nilai sig > 0.05, maka data berdistribusi normal. Adapun Uji Normalitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Nilai Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

		RES1
N		44
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,8828
	Std. Deviation	0,42333
	Absolute	0,098
Most Extreme Differences	Positive	0,098
	Negative	-0,060
Test Statistic		0,098
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200 ^c

Sumber : (Hasil Output SPSS Diolah)

Untuk lebih memastikan residual data telah mengikuti asumsi normalitas, maka residual data diuji kembali dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Pada Tabel 4.5, uji *Kolmogorov Smirnov* menunjukkan bahwa residual data yang didapat tersebut mengikuti distribusi normal, berdasarkan hasil output menunjukkan nilai *Kolmogorov-Smirnov* signifikan > 0,1. Dengan demikian, residual data berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas. Hasil pada uji normalitas ini didapatkan dengan mentransformasi data menggunakan *numeric expression SQRT (Standardized Residual)*

b. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi dilakukan dengan melakukan Uji *Run Test* karena hasil menunjukkan terjadinya gejala autokorelasi dengan metode *Durbin-Watson*. Hasil dari Uji Autokorelasi dapat dilihat pada Tabel 4.6 dibawah ini:

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi Menggunakan Metode Run Test

	StandardizedResidual
Test Value ^a	0,90
Cases < Test Value	22
Cases >= Test Value	22
Total Cases	44
Number of Runs	20
Z	-0,763
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,446
a. Median	

Sumber : (Hasil Output SPSS Diolah)

Tabel 6 menunjukkan hasil *output* dari Uji *Run Test*. Dari nilai *Asymp. Sig. (2 Tailed)* sebesar 0,446 dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala atau masalah autokorelasi.

C. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians.

Tabel 7. Hasil Uji Heterokedastisitas

Model		Sig.
1	(Constant)	0,021
	TOTAL_X1	0,812
	TOTAL_X2	0,730
	TOTAL_X3	0,928
	TOTAL_X4	0,804

a. Dependent Variable: RES2
 Sumber : (Hasil Output SPSS Diolah)

Nilai signifikansi untuk variabel *Information Quality* (X1) adalah 0,812. Untuk variabel *Service Quality* (X2), *System Quality* (X3), dan *Trust* (X4) secara berturut-turut adalah 0,730; 0,928; 0,804. Karena nilai signifikansi keempat variabel diatas lebih besar dari 0,1 maka sesuai dengan dasar dalam pengambilan keputusan dalam Uji *Glejser*, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi.

4. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen.

Tabel 8. Nilai Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Constant		
Service Quality (X_1)	0,334	2,997
Information Quality (X_2)	0,314	3,187
System Quality (X_3)	0,325	3,081
Trust (X_4)	0,276	3,617

Sumber : (Hasil Output SPSS Diolah)

Dari hasil pengujian multikolinearitas yang dilakukan diketahui bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kelima variabel lebih kecil dari 10, sehingga bisa diduga bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi. Selain itu, nilai *Tolerance* juga berada diatas 0,1 sehingga diduga tidak ada multikolinearitas antar variabel.

3. ANALISA EKONOMI

Berdasarkan analisis data yang telah diuji dalam penelitian ini, maka dapat dijelaskan bahwa tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan antara *Service Quality* terhadap *Intention to Use* nasabah di wilayah Surabaya. Terbukti dari hasil analisis uji-t yang menunjukkan nilai thitung sebesar 1,201 dan taraf signifikansi sebesar 0,233. *Service quality* adalah kunci determinan dalam mempengaruhi tingkat intensitas penggunaan *mobile banking*. Semakin baik *service quality* yang disediakan, maka semakin tinggi pula intensitas penggunaannya (Sharma, 2019). Sebagai contoh, jika nasabah mengajukan keluhan melalui *call center*, dan keluhan tersebut dapat terselesaikan dengan baik, ini dapat meningkatkan intensitas penggunaan *mobile banking*. Pernyataan tidak sejalan dengan penelitian ini dimana

service quality memiliki hubungan yang negative dengan *intention to use*. Bertolak belakang dengan penelitian Sherma, dalam penelitian ini nasabah tidak mementingkan bahwa *service* yang diterima melalui *call center* dapat mempengaruhi intensitas penggunaan *mobile banking*.

Information Quality adalah sejauh mana kualitas informasi dapat memenuhi ekspektasi penggunaannya. Namun hasil pada penelitian ini *Information Quality* memiliki hubungan yang negative dengan *intention to use*, yaitu nilai thitung sebesar 0,616 dan taraf signifikansi sebesar 0,540. *Information Quality* merupakan salah satu kunci yang mempengaruhi nasabah untuk menggunakan layanan *mobile Banking*. Sebagai contoh, jika informasi yang disediakan selalu *up-to-date*, mudah dimengerti, dan lengkap, hal itu dapat memotivasi nasabah untuk menggunakan *mobile banking* (Veeramootoo dkk, 2018). Penelitian yang dilakukan Sharma pada tahun 2019 menunjukkan hasil bahwa *Information Quality* merupakan factor utama bagi penduduk Omani dalam intensitas penggunaan *mobile banking*. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan yang dilakukan Sharma. Hal ini menunjukkan bahwa *information Quality* yang disediakan oleh Bank Mayora bukan merupakan factor prioritas yang memotivasi penggunaan *mobile banking* oleh nasabah Bank Mayora di Surabaya.

Perilaku pengguna *System Quality* akan mempengaruhi penggunaan teknologi. *System Quality* dapat diukur dengan kemudahan pengguna, kecepatan akses, keandalan sistem, fleksibilitas, dan keamanan. Semakin tinggi *System Quality* dipahami oleh pengguna maka semakin sering mereka menggunakan sistem tersebut dan semakin puas mereka terhadap sistem. Pengguna sistem dalam meningkatkan kinerjanya mengharapkan sebuah sistem yang berkualitas untuk memanfaatkan sistem tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention To Use*. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi kepercayaan yang dimiliki oleh Bank

dalam mengelola unit usaha maka akan meningkatkan *Intention to Use* nasabah, sebab dengan adanya kejujuran yang dimiliki Bank, akan berpengaruh dan menaikkan loyalitas dan kepuasan pelanggan. Dapat dilihat dari thitung 4,487 dan signifikansi 0,000

mengelola unit usaha maka akan meningkatkan *Intention to Use* nasabah, sebab dengan adanya kejujuran yang dimiliki Bank, akan berpengaruh dan menaikkan loyalitas dan kepuasan pelanggan.

SIMPULAN

1. *Service Quality* memiliki hubungan negatif terhadap *Intention to Use Mobile banking* Bank Mayora di Kota Surabaya. *Service quality* adalah kunci determinan dalam mempengaruhi tingkat intensitas penggunaan *mobile banking*. Semakin baik *service quality* yang disediakan, maka semakin tinggi pula intensitas penggunaannya. dalam penelitian ini nasabah tidak mementingkan bahwa service yang diterima melalui *call center* dapat mempengaruhi intensitas penggunaan *mobile banking*.
2. *Information Quality* memiliki hubungan negatif terhadap *Intention To Use Mobile Banking* Bank Mayora di Kota Surabaya. *Information Quality* merupakan salah satu kunci yang mempengaruhi nasabah untuk menggunakan layanan *mobile Banking*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *information Quality* yang disediakan oleh Bank Mayora bukan merupakan factor prioritas yang memotivasi penggunaan *mobile banking* oleh nasabah Bank Mayora di Surabaya.
3. *System Quality* memiliki hubungan Positif terhadap *Intention To Use Mobile Banking* Bank Mayora di Kota Surabaya. *Information Quality* merupakan salah satu kunci yang mempengaruhi nasabah untuk menggunakan layanan *mobile Banking*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *information Quality* yang disediakan oleh Bank Mayora bukan merupakan factor prioritas yang memotivasi penggunaan *mobile banking* oleh nasabah Bank Mayora di Surabaya.
4. Variabel *Trust* memiliki hubungan Positif terhadap *Intention To Use Mobile Banking* Bank Mayora di Kota Surabaya. Semakin tinggi kepercayaan yang dimiliki oleh Bank dalam

DAFTAR PUSTAKA

- Arizona, N. D. (2017). *Aplikasi Pengolahan Data Anggaran Pendapatan dan Belanja pada Kantor Desa Bakau Kecamatan Jawai Berbasis WEB*. Pontianak: Cybernetics.
- Chatterjee, S., Kar, A. K., & Gupta, M. P. (2018). Success of IoT in Smart Cities of India: An empirical analysis. *Government Information Quarterly*.
- Sharma, S. K., & Sharma, M. (2019). Examining the role of trust and quality dimensions in the actual usage of mobile banking services: An empirical investigation. *International Journal of Information Management*.
- Subagiastra, K., Arizonab, I. P., & Mahaputra, I. N. (2016). *Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Keluarha dan Good Corporate Governance terhadap Penghindaran Pajak*. Jurnal Akuntansi dan Manajemen.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabet A.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabet A.
- Veeramootoo, M., Nunkoo, R., & K, D. Y. (2018). What Determines Success of an E-Government Service? Validation of an Integrative Model of E-Filing Continuance Usage. *Government Information Quarterly*.
- Widyaprabha, E., Susanto, T. D., & Herdiyanti, A. (2016).).

- 96| *Siahaan dkk*, Analisis *Intention To Use Mobile Banking* Pada Bank Mayora
Analisis Faktor – Faktor yang
Mempengaruhi Niat Pengguna
untuk Menggunakan Aplikasi
Daftar online Rumah Sakit
(Studi Kasus:RSUD Gambiran
Kediri). *Seminar Nasional
Sistem Informasi*.