

Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja

Andarias Buttu Kayang¹, Helba Rundupadang², Jens Batara Marewa³

^{1,2,3}Universitas Kristen Indonesia Toraja

E-mail: Andariasbuttukayang@gmail.com¹, helba.rundupadang@gmail.com², jenskeren@gmail.com³

Article History:

Received: 20 Juli 2024

Revised: 22 Agustus 2024

Accepted: 24 Agustus 2024

Keywords: *Ease of Use, Service Quality, Perceived Security, Mobile Banking, Students.*

Andarias The research objectives Namely to determine the simultaneous influence of ease of use, Service quality and security perceptions on mobile usage decisions banking for UKI Toraja economics faculty students. Type of research used in this research is quantitative research. The research results are (1) ease of use influences the decision to use. (2) Service quality influences usage decisions. (3) perception security influences usage decisions

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang pesat mempengaruhi sektor perbankan, Bank menciptakan teknologi yang dapat memudahkan kegiatan nasabah dan akses informasi. Nasabah dapat dengan mudah melakukan berbagai jenis transaksi via internet. Saat ini perkembangan pelayanan perbankan berbasis teknologi (*electronic banking*) dapat berupa internet banking, mobile banking dan sms banking. Layanan mobile banking saat ini menjadi perhatian dari pihak perbankan untuk dapat menarik minat nasabah dan meningkatkan nilai perusahaan.

Mobile banking merupakan fasilitas transaksi perbankan dengan kemudahan akses maupun kecepatan memperoleh informasi terkini dan transaksi secara *real time*. Mobile banking dapat diakses oleh nasabah melalui telepon seluler (ponsel). Layanan mobile banking merupakan salah satu saluran distribusi bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui ponsel atau *smartphone*. Mobile banking juga memberikan manfaat keamanan dan kenyamanan bertransaksi kapanpun dan di manapun, dan memberikan kemudahan bertransaksi layaknya seperti menggunakan ATM (Anjungan Tunai Mandiri).

Mobile banking (*m-banking*) juga telah menjadi fenomena yang sudah berkembang pesat di Indonesia, termasuk di kalangan mahasiswa karena kemudahan dan kepraktisan yang di tawarkan mobile banking menjadi daya tarik utama bagi para pengguna mobile banking khususnya bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja. Namun dibalik kemudahan tersebut masih ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan mobile banking seperti kemudahan penggunaan, kualitas pelayanan dan persepsi keamanan.

Penggunaan mobile banking terus meningkat karena kemudahan yang diberikan oleh layanan tersebut. Adanya aplikasi mobile banking di *handphone* tentu dapat memberikan kemudahan bertransaksi dimana saja dan kapan saja contohnya seperti mahasiswa yang tidak perlu lagi datang ke bank (mengantri) untuk melakukan transaksi, transfer dan melihat info saldo, isi ulang pulsa serta melakukan pembayaran online lainnya. Kegiatan transaksi online tidak hanya

dapat dilakukan melalui via mobile banking namun juga dapat dilakukan melalui *e-money* dan *e-wallet* yang juga berkembang saat ini. Terdapat banyak metode transaksi online yang berkembang dikalangan mahasiswa seperti penggunaan *e-money* dan *e-wallet*. Dengan adanya aplikasi mobile banking maupun *e-money* dan *e-wallet* kini mahasiswa mulai meninggalkan metode pembayaran konvensional dan beralih ke pembayaran online.

LANDASAN TEORI

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen saat ini telah banyak dipahami oleh kalangan sebagai suatu proses yang melibatkan kegiatan seseorang dalam melakukan suatu pencarian informasi, menentukan pilihan, melakukan kegiatan pembelian, menggunakan, mengevaluasi dan mengelolah produk atau layanan dalam menenuhi kebutuhan dan keinginan. Umumnya implikasi dari proses ini dapat terjadi karena adanya rasa ingin tahu individu maupun kelompok serta organisasi dalam mencari produk dengan kesesuaian kriteria yang mereka inginkan (Surdiman, dkk., 2020).

Mobile Banking

Mobile Banking adalah platform yang memungkinkan pelanggan untuk mengakses layanan perbankan melalui perangkat seluler mereka (Junghyun Kim & Seog-Jin Kim, 2017). Ini mencakup berbagai fungsi, seperti transfer dana, pembayaran tagihan, pengecekan saldo dan lainnya, yang dapat diakses dan dikelola oleh nasabah secara mobile.

Selain itu, mobile banking adalah layanan keuangan yang disediakan melalui perangkat mobile, mencakup aplikasi perbankan, layanan pesan teks dan platform mobile lainnya (Mobile Money for the Unbanked). Ini memberikan akses ke layanan keuangan kepada mereka yang sebelumnya tidak memiliki akses melalui perbankan tradisional.

Kemudahan

Kemudahan penggunaan adalah interaksi individu dengan sistem yang jelas dan mudah dimengerti, tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan system tersebut, dan mudah mengoperasikan system sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan (Latief & Dirwan, 2020). Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan bank adalah dengan memperhatikan kemudahan penggunaan yang dapat dimengerti dengan mudah sehingga nasabah tidak mengalami kesulitan ketika mengoperasikan sistem layanan mobile banking. (Dirwan, 2018).

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah merujuk pada semua ciri dan karakteristik sebuah produk atau jasa yang mampu memenuhi kevtuhan yang telah di tentukan atau bersifat laten. Dengan kata lain, kualitas layanan mencakup berbagai faktor seperti fitur produk, kehandalan jasa, kualitas pelayanan, ketersediaan produk atau jasa dan lain sebagainya (Lupiyoadia, 2016).

Persepsi Keamanan

Persepsi keamanan adalah sebagai keyakinan induvidu terhadap privasi dan keamanan informasi pribadi mereka. Dalam padangan induvidual, teknologi dianggap aman jika mereka percaya bahwa informasi mereka hanya dapat di akses oleh diri mereka sendiri, serta telah tersimpan dengan aman dan tidak dapat di manapulasi oleh orang lain (Kartika, 2018). Jaminan keamanan berperan penting dalam membentuk kepercayaan dengan mengurangi perhatian konsumen tentang penyalah gunanaan data pribadi dan transaksi data yang mudah rusak. Ketika

level jaminan keamanan dapat di terima dan bertemu dengan harapan konsemen, maka konsumen mungkin akan bersedia membuka informasi pribadinya dan akan membeli atau memutuskan menggunakan aplikasi dengan perasaan aman (Wibisono, 2020).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian ini menguji hubungan antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Penelitian deskriptif kuantitatif menekan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data statistik. Penelitian ini menggunakan data deduktif yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan (Wijayanti, 2015). Penelitian ini dengan demikian dapat digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu dan serta bertujuan untuk menggambarkan pengaruh hipotesis yang telah dijabarkan dan menjelaskan pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonmi Uki Toraja.

Lokasi penelitian ini bertempat di Universitas Kristen Indonesia Kampus 1 Makale JL.Jenderal Surdirman No.9, Bombongan, Kec.Makale, Kabupaten Tana Toraja, Sulawesi Selatan 9111 Dan Kampus 2 Rantepao Sa'dan JL. Poros Rantepao-Palopo, Tallunglipu Matalo, Kec.Talluglipu, Kabupaten Tana Toraja.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dimana data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian untuk memperoleh jawaban masalah penelitian (Sugiyono, 2019).

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh penelitian untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 2020-2023 yang aktif di Fakultas Ekonomi UKI Toraja yang menggunakan mobile banking jumlah sebanyak 250 mahasiswa. Berikut rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10% (Sugiono, 2019) yang digunakan untuk menentukan sampel.

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

$$n = \frac{250}{1 + 250 (0,1)^2}$$

$$n = 71$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel yang dicari

N : Jumlah Populasi

e : Tingkat Kesalahan (Sampling error) 10% atau 0,01

Berdasarkan jumlah populasi yang diperoleh dari hasil perhitungan menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 10% maka jumlah yang didapatkan yaitu 71 sampel mahasiswa Fakultas Ekonomi.

Dalam analisis data, penelitian ini menggunakan Software Statistical Package For Social Sciences (SPSS). Hasil penelitian diharapkan memberikan pemahaman lebih mendalam tentang pengaruh kemudahan penggunaan, kualitas pelayanan dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan mobile banking bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Hasil Uji
Kemudahan Penggunaan (X1)	Pernyataan 1	0,816	0,2335	Valid
	Pernyataan 2	0,838	0,2335	Valid
	Pernyataan 3	0,872	0,2335	Valid
	Pernyataan 4	0,864	0,2335	Valid
	Pernyataan 5	0,860	0,2335	Valid
	Pernyataan 6	0,872	0,2335	Valid
	Pernyataan 7	0,864	0,2335	Valid
	Pernyataan 8	0,816	0,2335	Valid
	Pernyataan 9	0,838	0,2335	Valid
	Pernyataan 10	0,872	0,2335	Valid
	Pernyataan 11	0,864	0,2335	Valid
	Pernyataan 12	0,860	0,2335	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	Pernyataan 1	0,818	0,2335	Valid
	Pernyataan 2	0,833	0,2335	Valid
	Pernyataan 3	0,900	0,2335	Valid
	Pernyataan 4	0,828	0,2335	Valid
	Pernyataan 5	0,857	0,2335	Valid
	Pernyataan6	0,900	0,2335	Valid
	Pernyataan7	0,818	0,2335	Valid
	Pernyataan8	0,818	0,2335	Valid
	Pernyataan9	0,833	0,2335	Valid
	Pernyataan10	0,900	0,2335	Valid
	Pernyataan11	0,828	0,2335	Valid
	Pernyataan12	0,857	0,2335	Valid
	Pernyataan13	0,900	0,2335	Valid
	Pernyataan14	0,833	0,2335	Valid
	Pernyataan15	0,900	0,2335	Valid
	Pernyataan16	0,828	0,2335	Valid
	Pernyataan17	0,857	0,2335	Valid
	Pernyataan 18	0,900	0,2335	Valid
Persepsi Keamanan (X3)	Pernyataan 1	0,749	0,2335	Valid
	Pernyataan 2	0,772	0,2335	Valid
	Pernyataan 3	0,869	0,2335	Valid
	Pernyataan 4	0,835	0,2335	Valid
	Pernyataan 5	0,790	0,2335	Valid
	Pernyataan 5	0,669	0,2335	Valid
	Pernyataan7	0,749	0,2335	Valid
	Pernyataan8	0,777	0,2335	Valid
	Pernyataan9	0,869	0,2335	Valid
	Pernyataan10	0,835	0,2335	Valid
	Pernyataan11	0,790	0,2335	Valid
	Pernyataan12	0,669	0,2335	Valid
	Pernyataan13	0,749	0,2335	Valid
	Pernyataan14	0,772	0,2335	Valid
	Pernyataan15	0,869	0,2335	Valid
	Pernyataan16	0,835	0,2335	Valid
	Pernyataan17	0,749	0,2335	Valid
	Pernyataan18	0,772	0,2335	Valid
	Pernyataan19	0,869	0,2335	Valid
	Pernyataan20	0,835	0,2335	Valid

	Pernyataan 21	0,790	0,2335	Valid
Keputusan Penggunaan (Y)	Pernyataan 1	0,627	0,2335	Valid
	Pernyataan 2	0,571	0,2335	Valid
	Pernyataan 3	0,597	0,2335	Valid
	Pernyataan 4	0,688	0,2335	Valid
	Pernyataan 5	0,573	0,2335	Valid
	Pernyataan 5	0,762	0,2335	Valid
	Pernyataan7	0,713	0,2335	Valid
	Pernyataan8	0,646	0,2335	Valid
	Pernyataan9	0,623	0,2335	Valid

Berdasarkan data pada Tabel 1 menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dinyatakan valid karena nilai r hitung setiap item pernyataan lebih besar dari r tabel = 0,2335.

Uji Realiabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbachs Alpha	Keterangan
Kemudahan Penggunaan (X1)	0,794	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,877	Reliabel
Persepsi Keamanan (X3)	0,897	Reliabel
Keputusan Penggunaan (Y)	0,789	Reliabel

Hasil pengujian pada Tabel 2 menunjukkan bahwa ketiga variabel memiliki nilai Cronbach Alpha $> 0,6$ maka dapat dikatakan bahwa semua variabel dalam penelitian ini reliable.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		71
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,78535213
Most Extreme Differences	Absolute	,110
	Positive	,062
	Negative	-,110
Test Statistic		,110
Asymp. Sig. (2-tailed)		,064 ^c

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikan yang diperoleh yaitu sebesar $0,64 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa uji Normalitas terdistribusi secara normal dan memenuhi syarat.

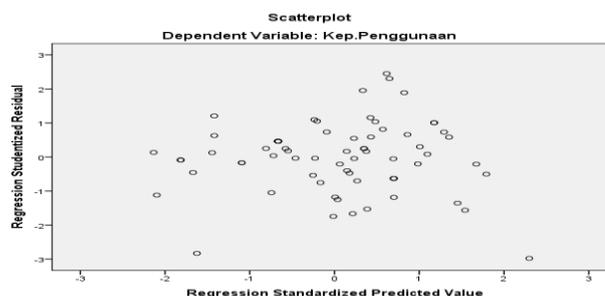
2. Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	2,125	2,376		,894	,374			
Kem. Penggunaan	2,992	,282	4,185	10,618	,000	,014	2,434	
Kualitas Pelayanan	1,940	,191	4,003	10,142	,000	,014	2,629	
Persepsi Keamanan	,341	,021	,759	16,045	,000	,958	1,044	

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai VIF dari masing-masing variabel independen yaitu Kemudahan Penggunaan 2,434, Kualitas Pelayanan 2,629, Persepsi Keamanan 1,044 dimana angka-angka tersebut lebih kecil dari nilai VIF (Variance Inflation Faktor < 10) dengan nilai Tolerance yaitu Kemudahan Penggunaan 0,014, Kualitas Pelayanan, 0,014 dan Persepsi Keamnan 0,958 dimana nilai Tolerance lebih besar dari 0,01 (Tolerance > 0,01) maka dapat disimpulkan bahwa uji Multikolineritas terpenuhi dan terbebas dari gejala Multikolineritas.

3. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1. Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik pada uji Heteroskedastisitas menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak menimbulkan pola yang jelas maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,125	2,376		,894	,374
Kem. Penggunaan	2,992	,282	4,185	10,618	,000
Kualitas Pelayanan	1,940	,191	4,003	10,142	,000
Persepsi Keamanan	,341	,021	,759	16,045	,000

Berdasarkan hasil uji persamaan regresi linier berganda diatas didapatkan hasil:

$$Y = 2,125 + 2,992 X_1 + 1,940 X_2 + 0,341 X_3 + e$$

Dari persamaan tersebut dapat diketahui:

- 1 Nilai Konstanta (a) yaitu sebesar 2,125 dapat diartikan bahwa jika tidak ada penambahan dari keempat variabel independen yaitu Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Keamanan maka variabel dependen yaitu Keputusan Penggunaan akan konstan berada di angka sebesar 2,125

2. Dari nilai koefisien Kemudahan Penggunaan (b) yaitu sebesar 2,992, dapat diartikan bahwa jika variabel Kemudahan Penggunaan (X_1) mengalami peningkatan 1% Keputusan Penggunaan (Y) akan mengalami Peningkatan sebesar 2,992. Sebaliknya jika variabel Kemudahan Penggunaan (X_1) mengalami penurunan 1% maka variabel Keputusan Penggunaan (Y) akan mengalami penurunan sebesar 2,992.
3. Dari nilai koefisien Kualitas Pelayanan (c) yaitu sebesar 1,940, dapat diartikan bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan (X_2) mengalami peningkatan 1% maka variabel Keputusan Penggunaan (Y) akan mengalami peningkatan yaitu sebesar 1,940. Sebaliknya jika variabel Kualitas Pelayanan (X_2) mengalami penurunan 1% maka variabel Keputusan Penggunaan (Y) akan mengalami penurunan sebesar 1,940.
4. Dari nilai koefisien Persepsi Keamanan (d) yaitu sebesar 0,341, dapat diartikan bahwa jika variabel Persepsi Keamanan (X_2) mengalami peningkatan 1% maka variabel Keputusan Penggunaan (Y) akan mengalami peningkatan yaitu sebesar 0,341. Sebaliknya jika variabel Persepsi Keamanan (X_2) mengalami penurunan 1% maka variabel Keputusan Penggunaan (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,341.

Pengujian Parsial (uji t)

Tabel 6. Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	2,125	2,376		,894	,374
Kem. Penggunaan	2,992	,282	4,185	10,618	,000
Kualitas Pelayanan	1,940	,191	4,003	10,142	,000
Persepsi Keamanan	,341	,021	,759	16,045	,000

a. Dependent Variable: Kep.Penggunaan

Dalam uji t ini dilakukan pada derajat kebebasan (n-k), dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel. Untuk tingkat keyakinan yang digunakan adalah $\alpha = 5\%$. Dengan perhitungan sebagai berikut:

Sampel : 71

Variabel : 4

Jadi derajat kebebasannya(df): $71-4=67$, maka t tabel yang diperoleh berada pada baris ke 67 yaitu: 1,99601. Berdasarkan hasil output diatas didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Kemudahan Penggunaan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan (Y) berdasarkan hasil uji t, dimana nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 10,618 > t_{tabel} 1,9960$, yang artinya H1 diterima
2. Variabel Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan (Y) berdasarkan hasil uji t, dimana nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 10,142 > t_{tabel} 1,9960$, yang artinya H2 diterima
3. Variabel Persepsi Keamanan (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan (Y) berdasarkan hasil uji t, dimana nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 16,045 > t_{tabel} 1,9960$, yang artinya H3 diterima.

Pengujian Simultan (uji F)

Tabel 7. Hasil Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1329,524	3	443,175	133,077	,000 ^b
Residual	223,124	67	3,330		
Total	1552,648	70			

a. Dependent Variable: Kep.Penggunaan

b. Predictors: (Constant), Persepsi Keamanan, Kem. Penggunaan, Kualitas Pelayanan

Nilai F tabel didapatkan dengan menentukan $df_1(N_1)$ dan $df_2(N_2)$ dimana k adalah jumlah variabel bebas dan terikat dengan perhitungan sebagai berikut:

$$df_1 = k - 1 = 4 - 1 = 3$$

$$df_2 = n - k = 71 - 4 = 67$$

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa dari hasil uji F didapatkan nilai F hitung 133,077 lebih besar dari F tabel (133,077 > 2,74) dan nilai signifikansi F 0,000 lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Artinya secara bersama-sama variabel bebas yang terdiri dari Kemudahan Penggunaan (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Persepsi Keamanan (X3) signifikan dan simultan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan (Y).

Uji Koefisien Korelasi

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Korelasi

Model	R	R Square	Model Summary ^b	
			Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,925 ^a	,856	,850	1,825

a. Predictors: (Constant), Persepsi Keamanan, kem.penggunaan, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kep.Penggunaan

Berdasarkan tabel di atas nilai R sebesar 0,925. Hasil ini memperlihatkan adanya korelasi yang sedang antara variabel X (Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Keamanan) dengan variabel Y (Keputusan Penggunaan).

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 9. Hasil Uji Determinasi R²

Model	R	R Square	Model Summary ^b	
			Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,925 ^a	,856	,850	1,825

a. Predictors: (Constant), Persepsi Keamanan, kem.penggunaan, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kep.Penggunaan

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai Adjusted R Square (Koefisien Determinasi) menunjukkan nilai sebesar 0,850. Hal ini menunjukkan bahwa 85% Indeks Harga Saham Gabungan dipengaruhi secara kuat oleh variabel Kemudahan Penggunaan (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Persepsi Keamanan (X3), dan sisanya 15%, Keputusan Penggunaan (Y) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Hasil dari analisa data yang digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh dari Kemudahan Penggunaan (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) dan Persepsi Keamanan (X_3) terhadap Keputusan Penggunaan (Y) Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja pada Mobile Banking. Adapun penjelasan hipotesis masing-masing variabel sebagai berikut :

1. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja

Dari hasil uji t pada Kemudahan Penggunaan diperoleh 10,618 dengan nilai signifikansi yaitu sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa inflasi berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan. **Hipotesis Diterima.**

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Aviv Patul Kholifah (2023) yang menunjukkan hasil bahwa Kemudahan Penggunaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja

Dari hasil uji t pada Kualitas Pelayanan diperoleh 10,142 dengan nilai signifikansi yaitu sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa i berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan. **Hipotesis Diterima.**

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian (Keamanan et al., 2023) hasil penelitian dibuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan.

3. Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja

Dari hasil uji t pada Kualitas Pelayanan diperoleh 16,045 dengan nilai signifikansi yaitu sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa i berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan. **Hipotesis Diterima.**

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Pranoto, M. O., & Setianegara, R. G. (2020). yang menunjukkan hasil bahwa keamanan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap Keputusan Penggunaan. Serta penelitian yang dilakukan Aviv Patul Kholifah (2023) yang menunjukkan hasil bahwa keamanan berpengaruh secara simultan maupun parsial terhadap keputusan penggunaan.

4. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja

Dari hasil uji F untuk variabel Keputusan Penggunaan diperoleh nilai F_{hitung} yaitu sebesar 133,077 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 5% ($0,000 < 0,05$). Dari hasil uji F tersebut dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama (Simultan) variabel Inflasi (X_1), Kemudahan Penggunaan (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3), berpengaruh secara signifikan dan simultan terhadap Keputusan Penggunaan. **Hipotesis Diterima.**

Jika Kemudahan Penggunaan Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Keamanan sangat memengaruhi Keputusan Penggunaan Mobile Banking dikarenakan konsumen cenderung memanfaatkan teknologi perbankan sehingga mudah digunakan, efisien dan memuaskan. Pengalaman yang positif dan sistem yang mudah digunakan dapat meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan, membuat konsumen lebih cenderung melakukan transaksi kembali. Mahasiswa sebagai pengguna aktif teknologi, juga cenderung memberikan nilai tinggi pada kemudahan penggunaan dan kualitas pengalaman dalam berbelanja bertransaksi. Untuk dapat meningkatkan transaksi ulang pada Mobile banking, pihak

perbankan dapat meningkatkan kualitas pelayanan, menerima saran dan keluhan pelanggan sehingga konsumen cenderung melakukan transaksi kembali.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wibisono (2020) dengan judul “pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan persepsi keamanan terhadap minat penggunaan e-wallet” yang menyatakan bahwa variabel kemudahan penggunaan, persepsi keamanan berpengaruh secara simultan terhadap Minat Penggunaan E-Wallet” dan Mandiri & Metekohy (2021) dengan judul “pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan BRI Mobile (BRImo)” yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Penggunaan BRI Mobile.

KESIMPULAN

Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka peneliti mencapai kesimpulan bahwa:

1. Secara parsial variabel Kemudahan Penggunaan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan (Y) Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Kristen Indonesia Toraja. Hal ini pada uji t sebesar 0,000 yang berarti nilai signifikan lebih besar dari alpha 0,05.
2. Secara parsial variabel Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan (Y) Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Kristen Indonesia Toraja. Hal ini pada uji t sebesar 0,000 yang berarti nilai signifikan lebih kecil dari alpha 0,05.
3. Secara parsial variabel Kepercayaan (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan (Y) Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Kristen Indonesia Toraja. Hal ini pada uji t sebesar 0,000 yang berarti nilai signifikan lebih kecil dari alpha 0,05.
4. Secara simultan variabel Kemudahan Penggunaan (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Persepsi Keamanan (X_3) berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan (Y) Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Kristen Indonesia Toraja. Hal ini ditunjukkan pada uji f sebesar 0,000 yang berarti nilai signifikannya lebih kecil dari 0,05.

Adapun saran dalam penelitian ini adalah:

1. Perlunya pihak Bank Rakyat Indonesia membangun *customer experience* yang baik dengan memberikan pemahaman dan informasi mengenai Mobile Banking, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan *customer experience* terhadap pengguna Mobile Banking.
2. Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan perlu di tingkatkan kembali.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya, berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti, penelitian ini masih banyak kekurangan sehingga perlu diperhatikan bagi peneliti selanjutnya.

DAFTAR REFERENSI

- Amanullah, B., & Sutopo, S. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking (Survey Pada Nasabah Bank Bca Semarang) (Doctoral Dissertation, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis).
- Dirwan, S., Sondang, Y., & Et Al. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Asuransi Jiwa Manulife Indonesia-Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–12..
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program Ibm Spss 23*. Edisi 8. Semarang: Badan

- Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kartika, A. (2018). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money (Studi Pada Pengguna Go-Pay Di Kota Malang) (Doctoral Dissertation, Universitas Brawijaya).
- Kotler, Phillip Dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: Pt. Indeks.
- Lindgreen, A. Et Al (2016) *Market Orientation : Transforming Food And Agribusiness Around The Customer*. Usa: Routledge.
- Laudon, Kenneth C & Traver, Carol Guercio. 2014. *E-Commerce 2014 : Business, Technology, Society, Tenth Edition, 3rd Penyunt*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lupiyoadi (2016). *Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Djawi Lanbistro Coffee And Resto Surabaya*. Buku Pendidikan Tata Niaga (Jptn), 3(3).
- Malau, Harman. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Oghuma, A. P., Libaque-Saenz, C. F., Wong, S. F., & Chang, Y. (2016). An Expectation-Confirmation Model Of Continuance Intention To Use Mobile Instant Messaging. *Telematics And Informatics*, 33(1), 34–47. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2015.05.006>
- Oriando, A. (2021). *Sosialisasi Nilai-Nilai Demokrasi Menggunakan Media Audio Visual Bermuatan Kontroversial Dengan Modifikasi Strategi Think Pair And Share Kolaborasi Debate Active Untuk Meningkatkan Critical Thinking Pada Santri Kelas X Ipa Ii Sma Walisongo Karangmalang Sr*. 28.Persada.
- Purba, D. S., Tarigan, W. J., Sinaga, M., & Tarigan, V. (2021). *Pelatihan Penggunaan Software Spss Dalam Pengolahan Regressi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid 19*. *Jurnal Karya Abadi*, 5, 5–24.
- Setiawan, A. (2017). *Analisis Pengaruh Tingkat Kesehatan Bank Terhadap Return On Asset*. *Jurnal Analisa Akuntansi Dan Perpajakan*, 1(2), 130-152.
- Sudirman, A., Halim, F. And Pinem, R. J. (2020) `Kepercayaan Sebagai Pemediiasi Dampak Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Gojek`.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Alfabeta.
- Supriadi, Siagian & Free, A.S., (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Intervening Kepuasan Pelanggan Pada Online Travel Agent (Ota) Agoda (Survei Pada Pengguna Agoda). *Journal Of Global Business And Management Review*, Vol. 5(2), Pp, 78-87. Doi: <https://doi.org/10.37253/jgbmr.v5i2.8665>
- Supriadi, Siagian & Merry, Moy Mita. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Wisata Pamah View, Kabupaten Langkat. Toba: *Journal Of Tourism, Hospitality And Destination*, Vol. 1(2), Pp, 82-88.
- Supriadi, Siagian. (2023). Pengaruh Pelatihan Dan Pembelajaran Terhadap Kinerja Karyawan Ptpn Vii Lampung. *Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan (Jimbik)*, Vol. 1(1), Pp, 27-35.
- Wibisiono, S. I. (2020). Pengaruh Perspepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Serta Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet.