

SKRIPSI

PENGARUH TINGKAT AKSEPTASI TERHADAP PENGUNAAN MOBILE BANKING SEBAGAI SISTEM INFORMASI TRANSAKSI KEUANGAN



**ZHALSABILA TAHER
1810321137**

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR
2023**

SKRIPSI

PENGARUH TINGKAT AKSEPTASI TERHADAP PENGUNAAN MOBILE BANKING SEBAGAI SISTEM INFORMASI TRANSAKSI KEUANGAN



Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada
Program Studi S1 Akuntansi

ZHALSABILA TAHER
1810321137

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR
2023**

SKRIPSI

PENGARUH TINGKAT AKSEPTASI TERHADAP PENGUNAAN MOBILE BANKING SEBAGAI SISTEM INFORMASI TRANSAKSI KEUANGAN

disusun dan diajukan oleh

ZHALSABILA TAHER

1810321137

telah diperiksa dan telah diseminarkan

Makassar, 08 Maret 2023

Pembimbing



Muhammad Gafur, S.E., M.Si., CTA., ACPA
NIDN: 0917128302

Ketua Program Studi S1 Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-ilmu Sosial
Universitas Fajar



Yasmi, S.E., M.Si., Ak., CA., CTA., ACPA
NIDN: 0925107801

SKRIPSI

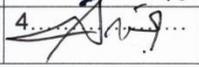
PENGARUH TINGKAT AKSEPTASI TERHADAP PENGUNAAN *MOBILE BANKING* SEBAGAI SISTEM INFORMASI TRANSAKSI KEUANGAN

disusun dan diajukan oleh

ZHALSABILA TAHER
1810321137

telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal **08 Maret 2023** dan
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,
Dewan Penguji

No.	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Muhammad Gafur, S.E., M.Si., CTA., ACPA NIDN:0917128302	Ketua	1..... 
2.	Herawati Dahlan, S.E., M.Ak NIDN:0905077106	Sekretaris	2..... 
3.	Muhammad Cahyadi, S.E., M.Si., AAAIJ., QIP NIDN:0911077502	Anggota	3..... 
4.	Dr. H. Syamsuddin Bidol, M.M NIDN:0901016507	Eksternal	4..... 

**Dekan Fakultas Ekonomi
dan Ilmu-ilmu Sosial
Universitas Fajar**

UNIVERSITAS FAJAR
DEKAN FAKULTAS
Dr. Yusmanizar, S.Sos., M.IKom
NIDN: 0925096902

**Ketua Program Studi S1 Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-ilmu Sosial
Universitas Fajar**

UNIVERSITAS FAJAR
PRODI AKUNTANSI
Yasmi, S.E., M.Si., Ak., CA., CTA., ACPA
NIDN. 0925107801

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Zhalsabila Taher

NIM : 1810321137

Program Studi : Akuntansi S1

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Tingkat Akseptasi Terhadap Penggunaan Mobile Banking Sebagai Sistem Informasi Transaksi Keuangan”** adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, pasal 25 atau 2 dan pasal 70).

Makassar, Mei 2023
Yang membuat pernyataan,



ZHALSABILA TAHER

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, segala puji serta syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat, rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti sanggup menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Tingkat Akseptasi Terhadap Penggunaan Mobile Banking Sebagai Sistem Informasi Transaksi Keuangan” agar dapat selesai. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Akuntansi.

Dalam penulisan ini, peneliti mendapati banyak hambatan, akan tetapi dengan adanya bimbingan serta bantuan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, peneliti menyatakan ungkapan terima kasih sebesar-besarnya kepada kedua orang tua saya yang tidak pernah lelah memberikan semangat, motivasi serta doa kepada peneliti.

Tak lupa peneliti mengucapkan terima kasih kepada Ibu Herawati Dahlan, S.E., M.Ak selaku Dosen Pembimbing Skripsi. Beliau telah banyak memberi arahan, motivasi, serta waktu yang telah diluangkan untuk diskusi bersama dengan peneliti. Peneliti ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Mulyadi Hamid, SE., M.Si selaku Rektor Universitas Fajar.
2. Ibu Dr. Yusmanizar, S.Sos., M.I. Kom selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu-ilmu Sosial Universitas Fajar.
3. Ibu Yasmi, S.E., M.Si., Ak., CA., CTA., ACPA selaku Ketua Prodi S1 Akuntansi Universitas Fajar.
4. Bapak Muhammad Gafur, S.E., M.Si., CTA., ACPA selaku pembimbing skripsi saya.
5. Kepada orang tua saya terima kasih telah memberi semangat dan mensupport saya dalam bentuk kasih sayang dan suntikan dananya hingga bisa sampai di titik ini.

6. Untuk diri saya terima kasih sudah sekuat ini bertahan menyelesaikan skripsi ini.
7. Dan teman-teman terdekat saya beserta semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu selama menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, baik dalam penyusunan tata bahasa maupun dalam penyajian telah mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Hal tersebut karena keterbatasan wawasan dan pengalaman yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kesediaan dari berbagai pihak untuk memberikan kritik dan saran yang membangun.

Apabila terdapat kesalahan dalam skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis. Besar harapan penulis agar kiranya skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

Makassar, 08 Maret 2023

Penulis

ABSTRAK

Pengaruh Tingkat Akseptasi Terhadap Penggunaan Mobile Banking Sebagai Sistem Informasi Transaksi Keuangan

**Zhalsabila Taher
Muhammad Gafur**

Mobile banking adalah alat yang sangat marak digunakan di kalangan masyarakat karena manfaatnya secara praktis. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh tingkat akseptasi *Mobile Banking* terhadap penggunaan *Mobile Banking* sebagai sistem informasi transaksi keuangan. Artikel ini berargumen bahwa terdapat pengaruh tingkat akseptasi mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Universitas Fajar dari segi kemudahan penggunaan, manfaat, keamanan, kemampuan akses dan resiko terhadap tingkat penggunaan *Mobile Banking*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan jumlah responden sebanyak 30 mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Universitas Fajar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan, persepsi kemampuan akses dan persepsi resiko berpengaruh positif terhadap penggunaan mobile banking sehingga kesimpulan dari penelitian ini adalah tingkat akseptasi mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Universitas Fajar berpengaruh positif terhadap penggunaan mobile banking.

Kata Kunci: Akseptasi, Mobile Banking, Keuangan

ABSTRACT

The Effect of Acceptance Rate on the Use of Mobile Banking as a Financial Transaction Information System

**Zhalsabila Taher
Muhammad Gafur**

Mobile banking is a tool that is widely used among the public because of its practical benefits. The purpose of this study was to determine the effect of Mobile Banking acceptance rates on the use of Mobile Banking as a financial transaction information system. This article argues that there is an influence on the acceptance rate of undergraduate students majoring in Accounting at Fajar University in terms of ease of use, benefits, security, access capabilities and risks on the level of use of Mobile Banking. This study used a descriptive quantitative method with a total of 30 respondents, undergraduate students majoring in Accounting at Fajar University.

The results showed that there were perceived benefits, perceived ease of use, perceived security, perceived accessibility and perceived risk had a positive effect on the use of mobile banking so that the conclusion of this study was that the acceptance level of S1 students majoring in Accounting at Fajar University had a positive effect on the use of mobile banking.

Keyword: *Acceptance, Mobile Banking, Finance*

DAFTAR ISI

HALAMN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Kegunaan Penelitian	7
1.4.1 Kegunaan Teoretis	7
1.4.2 Kegunaan Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. <i>E-Commerce</i>	8
2.2. <i>Mobile Banking (M-Banking)</i>	11
2.2.1 Persepsi Kemudahan	12
2.2.2 Persepsi Manfaat.....	13
2.2.3 Persepsi Resiko.....	14
2.2.4 Persepsi Keamanan	15
2.2.5 Persepsi Kemampuan Akses.....	26
2.3. Kerangka Pemikiran	18
2.4. Definisi Operasional	18
2.5. Hipotesis Penelitian	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1. Rancangan Penelitian	23
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian	23

3.3. Populasi dan Sampel	23
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	24
3.5. Teknik Pengumpulan Data	24
3.6. Pengukuran Variabel.....	25
3.7. Instrumen Penelitian.....	25
3.8. Analisis Data	26
3.8.1 Analisis Dskriptif	26
3.8.2 Analisis Inferensial.....	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29
4.1. Hasil Penelitian	29
4.2. Pembahasan	36
BAB V PENUTUP	44
5.1. Kesimpulan	44
5.2. Saran.....	44
DAFTAR PUSTAKA.....	45

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia sekarang mampu menghasilkan lebih banyak pengetahuan teknologi dan ilmiah berkat globalisasi. Perkembangan teknologi mutakhir oleh manusia berpotensi untuk memperluas pengetahuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Revolusi Industri 4.0 merupakan era baru yang muncul sebagai akibat dari globalisasi. Menurut Klaus Revolusi Industri Keempat, dunia telah melalui empat tahap revolusi: 1) Mesin uap ditemukan pada abad ke-18, yang menyebabkan Revolusi Industri 1.0; 2) Tenaga listrik digunakan pada abad ke-19 dan ke-20 untuk menurunkan biaya produksi; 3) Komputerisasi digunakan pada tahun 1970-an untuk memulai Revolusi Industri 3.0; dan 4) Rekayasa intelijen dan internet of things menjadi fondasi pergerakan dan konektivitas manusia dan mesin di tahun 2010-an.

Teknologi informasi yang sederhana ini sekarang banyak digunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia, salah satunya adalah informasi tentang urusan belanja atau pemenuhan kebutuhan melalui internet. Orang-orang yang memenuhi kebutuhan mereka sekarang tersedia melalui belanja online. Konsumen dapat dengan mudah mencari dan memilih apa yang mereka butuhkan melalui situs belanja online tanpa harus pergi ke toko/mall, menghemat waktu dan tenaga. Namun dalam berbelanja online terdapat beberapa resiko yang harus diperhitungkan,

seperti resiko barang yang dipajang di toko online mungkin berbeda dengan spesifikasi barang yang dikirim dan resiko penipuan dalam pembelian anda jika anda kurang teliti. saat memilih item. Toko dengan ulasan/reputasi buruk. Oleh karena itu, sebagai konsumen, kita harus bijak memilih toko online yang memiliki reputasi baik agar terhindar dari penipuan.

Informasi tentang belanja atau pertemuan kebutuhan online hanyalah salah satu contoh bagaimana teknologi informasi langsung ini sekarang banyak digunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Belanja online sekarang memungkinkan orang menemukan orang yang mereka butuhkan. Situs belanja online memudahkan pelanggan untuk mencari dan memilih apa yang mereka butuhkan, menghemat waktu dan tenaga daripada pergi ke toko atau mal. Namun, ada beberapa risiko yang terkait dengan belanja online yang perlu diperhatikan, seperti kemungkinan penipuan dalam pembelian Anda jika Anda tidak berhati-hati dan kemungkinan barang yang ditampilkan di toko online tidak sesuai dengan spesifikasinya. dari yang dikirim. saat memilih produk. Toko dengan audit/kemasyhuran yang buruk. Alhasil, untuk menghindari penipuan, sebagai konsumen kita perlu berhati-hati dalam memilih toko online dengan reputasi yang baik.

Selain itu, banyak orang lebih suka berbelanja online bahkan lebih daripada yang mereka lakukan secara langsung. Belum lagi dengan semakin banyaknya kemudahan yang ditawarkan oleh belanja online, seperti kemudahan transfer uang melalui Mobile Banking (M-Banking)

tanpa harus mengunjungi anjungan tunai mandiri (ATM). Demikian dari situs kantor berita politik RMOL.ID yang memuat data kebiasaan belanja online masyarakat Indonesia. Selain itu, UCWeb menyajikan hasil menarik dari survei bulan Maret terkait kebiasaan belanja online pengguna Indonesia di konferensi IESE. Berdasarkan temuan survei yang dilakukan terhadap 2.829 pengguna internet seluler, 76% dari seluruh responden menunjukkan bahwa mereka berbelanja online setidaknya sekali per bulan dan membelanjakan rata-rata Rp100.000 per bulan.

Temuan terbaru disebutkan di halaman berita CNN Indonesia, yang menyebutkan bahwa NielsenIQ memperkirakan 32 juta orang Indonesia akan menggunakan e-commerce untuk berbelanja online pada tahun 2021. Ini meningkat 88% dari tahun 2020, sehingga total menjadi hanya 17 juta. Rusdy Sumantri, Direktur Nielsen Indonesia, menyatakan jumlah orang yang berbelanja online meningkat seiring dengan peningkatan 32% pengguna internet di Indonesia, dari 3 juta menjadi 5 juta pada tahun ini.

Generasi muda, termasuk pelajar dan mahasiswa, semakin banyak yang menggunakan internet. Pelajar adalah bagian dari masyarakat dan sangat peduli terhadap akses informasi dan internet. Ini bukan hanya karena siswa terus mencari informasi baru karena persyaratan ilmiah, tetapi juga karena mereka memperhatikan sejumlah kebutuhan dasar manusia di zaman sekarang ini. Perspektif segar tentang belanja disediakan oleh berbagai layanan internet.

Menurut survei Populix tahun 2020 terhadap 6.285 orang Indonesia, kelompok usia yang paling banyak berbelanja online adalah

mereka yang berusia antara 18 dan 21 tahun, diikuti oleh mereka yang berusia antara 22 dan 18 tahun, dengan masing-masing 35% dan 33% suara koresponden. Usia produktif adalah rentang usia ini. Pelajar dan karyawan (mereka yang sudah bekerja dan mencari nafkah) merupakan mayoritas dari mereka yang berada dalam rentang usia di atas.

Hasil oleh Afifah (2017) menyatakan bahwa terdapat pengaruh variabel manfaat, kemudahan, kepercayaan dan ketersediaan terhadap penggunaan *Mobile Banking (M-Banking)* Bank Syariah. Disini dapat dilihat bahwa variabel-variabel yang disebutkan adalah variabel dari tingkat akseptasi. Akseptasi adalah pernyataan kesanggupan bank pengaksep untuk melakukan pembayaran atas suatu wesel berjangka yang diterbitkan eksportir, pada saat jatuh tempo wesel dimaksud.

Hasil penelitian lain oleh Wongso dan Ramadania (2021) menunjukkan bahwa self-efficacy, perceived usefulness, dan perceived ease of use memiliki pengaruh positif terhadap intention to use, sedangkan perceived risk memiliki pengaruh negative terhadap intention to use. Hal ini sejalan dengan hasil-hasil penelitian sebelumnya yang juga menguji dampak penerimaan teknologi perbankan oleh nasabah perbankan.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan penulis pada 27 Mei - 31 Mei 2022 dengan mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Universitas Fajar, mengatakan bahwa alasan penggunaan *Mobile Banking (M-Banking)* adalah karena tidak perlu datang ke ATM atau Bank hanya untuk melakukan transaksi. Namun, hal ini membuat pengeluaran semakin

besar dikarenakan lebih mudah dalam berbelanja online. Narasumber lain juga menanggapi bahwa dalam melakukan transaksi belanja online lebih sulit karena kendala aplikasi atau internet. Hasil observasi tersebut menjelaskan bahwa *Mobile Banking (M-Banking)* mempunyai persepsi manfaat, kemudahan dan keamanan serta minat dari para penggunanya.

Berdasarkan uraian-uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Tingkat Akseptasi Terhadap Penggunaan Mobile Banking Sebagai Sistem Informasi Transaksi Keuangan”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut.

- a. Bagaimana pengaruh tingkat akseptasi mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Universitas Fajar dari segi persepsi kemudahan terhadap tingkat penggunaan *Mobile Banking*?
- b. Bagaimana pengaruh tingkat akseptasi mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Universitas Fajar dari segi manfaat terhadap tingkat penggunaan *Mobile Banking* ?
- c. Bagaimana pengaruh tingkat akseptasi mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Universitas Fajar dari segi keamanan terhadap tingkat penggunaan *Mobile Banking* ?
- d. Bagaimana pengaruh tingkat akseptasi mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Universitas Fajar dari segi kemampuan akses terhadap tingkat penggunaan *Mobile Banking* ?

- e. Bagaimana pengaruh tingkat akseptasi mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Universitas Fajar dari segi resiko terhadap tingkat penggunaan *Mobile Banking* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Untuk mengetahui pengaruh tingkat akseptasi mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Universitas Fajar dari segi persepsi kemudahan terhadap tingkat penggunaan *Mobile Banking*?
- b. Untuk mengetahui pengaruh tingkat akseptasi mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Universitas Fajar dari segi manfaat terhadap tingkat penggunaan *Mobile Banking* ?
- c. Untuk mengetahui pengaruh tingkat akseptasi mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Universitas Fajar dari segi keamanan terhadap tingkat penggunaan *Mobile Banking* ?
- d. Untuk mengetahui pengaruh tingkat akseptasi mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Universitas Fajar dari segi kemampuan akses terhadap tingkat penggunaan *Mobile Banking* ?
- e. Untuk mengetahui pengaruh tingkat akseptasi mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Universitas Fajar dari segi resiko terhadap tingkat penggunaan *Mobile Banking* ?

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dalam penelitian ini terbagi atas dua yaitu kegunaan teoretis dan kegunaan praktis. Kegunaan teoretis berfungsi untuk

menjelaskan apakah teori yang digunakan masih relevan dengan penelitian atau tidak. Sedangkan kegunaan praktis adalah kegunaan yang akan dirasakan beberapa pihak dalam penelitian ini.

1.4.1. Kegunaan Teoretis

Secara teoretis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu:

- a. Memperluas dan memperdalam pengetahuan penulis mengenai tingkat akseptasi *M-Banking*
- b. Memberikan informasi tentang tingkat akseptasi *M-Banking* mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Universitas Fajar yang digunakan sebagai sistem informasi transaksi keuangan

1.4.2. Kegunaan Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu:

- a. Sebagai bahan referensi dalam mengetahui pengaruh *mobile banking* yang mempengaruhi tingkat akseptasi m-banking mahasiswa
- b. Sebagai rujukan untuk peneliti selanjutnya untuk menjadi bahan perbandingan untuk kasus-kasus yang serupa
- c. Sebagai sumbangan ilmu bagi peneliti-peneliti lain di Universitas Fajar

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. E-Commerce

E-Commerce atau dikenal juga dengan belanja online adalah proses pertukaran barang atau jasa melalui situs jual beli online atau jejaring sosial yang berfungsi sebagai perantara. Beberapa orang sekarang membiasakan berbelanja online karena kemudahannya. Banyak orang percaya bahwa berbelanja online adalah cara untuk menemukan hal-hal seperti persediaan waktu, kebutuhan sehari-hari, dan kebutuhan lainnya. Pelanggan yang ingin membelanjakan uang untuk sesuatu dari toko online juga dipahami terlibat dalam belanja online. Ini dapat dicapai dengan melakukan pemesanan online untuk produk yang diinginkan dari produsen, dealer, atau pemasok. Setelah itu, bayar melalui transfer bank, e-banking, atau cash on delivery (COD) (Harahap, 2018).

Secara umum, merujuk pemaparan yang dilakukan Prihatna dalam (Harahap, 2018), setidaknya terdapat 3 model alur atau tahapan belanja online yaitu:

1. *State Diagram* : Proses belanja online dibagi menjadi tiga fase menurut model State Diagram. Tahap pertama adalah "stimulus" untuk mengunjungi toko online, diikuti oleh "proses belanja" hingga meninggalkan toko, dan terakhir, tahap "layanan pelanggan setelah pembelian".
2. *CBMG Diagram* : Salah satu aspek terpenting dari Diagram Grafik Model Perilaku Pelanggan, atau model CBMG, adalah mengumpulkan

data tentang pembeli online. Toko online yang dapat memantau perilaku pelanggan ditekankan dalam model CBMG.

3. *CSID Diagram* : Model Diagram Interaksi Klien/Server (CSID) memberi penekanan kuat pada interaksi pelanggan dengan toko online.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam (Harahap, 2018), beberapa faktor yang mempengaruhi pembelian barang melalui sarana internet, yaitu:

1. Kenyamanan: konsumen tidak harus bersusah payah dengan lalu lintas, tidak perlu mencari-cari parkir dan jalan kaki ke toko.
2. Kelengkapan Informasi: konsumen dapat berinteraksi dengan situs web penjual untuk menemukan informasi, produk, atau layanan yang benar-benar diinginkan konsumen, kemudian memesan atau mengunduh informasi tersebut di sana.
3. Waktu: konsumen dapat memeriksa harga dan memesan sepanjang waktu, di mana pun mereka berada.
4. Kepercayaan konsumen: dampak keluhan dan kekecewaan pengadaan pada penilaian keputusan politik berikutnya, peristiwa dan aktivitas pelanggan yang memulai perilaku pembelian asli, keamanan alat angkut, keamanan informasi data individu, termasuk penggunaan Mastercard.

Perkembangan e-commerce yang cukup baik di Indonesia tidak lain dari para pelaku e-commerce itu sendiri, terutama yang membeli produk-produk yang termasuk dalam program e-commerce. Hasil studi kolaborasi antara Google dan GfK menunjukkan bahwa di Indonesia, ada empat jenis

profil pengguna atau pembeli online:

1. *Innovator* : Orang yang menghasilkan banyak uang, berbelanja online dengan banyak perangkat, memperhatikan jaminan produk, lebih suka membayar dengan internet banking, dan lebih memilih toko online dengan pilihan pembayaran yang beragam, termasuk pilihan yang beragam. tersedia kartu kredit. Selain itu, tipe profil Inovator adalah mereka yang secara signifikan lebih suka berbelanja di aplikasi smartphone daripada jalur situs desktop dan seluler lainnya.
2. *Early Adopter* : Early Adopter adalah tipe pengguna atau pembelanja online di Indonesia. Kelompok ini biasanya berpenghasilan rendah, bekerja online dengan banyak perangkat, menggunakan mesin telusur seperti Google untuk mencari informasi terkait produk, dan lebih sering menggunakan laptop untuk mengakses toko online yang dimaksud. Selain itu, orang yang lebih suka menggunakan internet banking atau transfer ATM dianggap sebagai Early Adopter. Selain itu, riset yang dilakukan oleh Google dan GfK mengungkapkan bahwa kelompok ini senang mencari diskon di toko online yang tersebar di internet.
3. *Gaptek (Gap-Tech)* : Merupakan salah satu sub tipe Gaptek atau disebut juga Gap-Tech yang dicirikan oleh individu yang jauh dari teknologi. Masyarakat yang masuk kategori ini biasanya memiliki pendapatan yang tinggi, hanya menggunakan satu perangkat untuk mengakses internet, lebih memilih membayar menggunakan metode transfer ATM, dan lebih memilih mengakses situs web (M-Site) versi mobile daripada versi aplikasi atau desktop. . Tipe Gaptek, seperti tipe

Early Adopter, juga mencari promo di toko online yang tersebar. Menarik untuk dicatat bahwa orang-orang tipe Gaptex lebih suka mendapatkan informasi tentang suatu produk yang ingin mereka beli dari brand atau merek produk itu sendiri daripada dari sumber luar.

4. *Late Bloomers* : Orang dengan tipe Late Bloomers cenderung berpenghasilan rendah, hanya menggunakan satu perangkat untuk berbelanja online, dan mereka menggunakan semua channel toko online—desktop, mobile, dan aplikasi—dan tidak terlalu peduli dengan toko online. Orang yang termasuk dalam kategori ini akan membeli barang yang mereka inginkan segera setelah tersedia. Sudah menjadi rahasia umum bahwa Late Bloomers lebih menyukai cash-on-delivery (COD), juga dikenal sebagai pembayaran langsung untuk pembelian mereka.

Berdasarkan pemaparan di atas maka dapat disimpulkan bahwa belanja online adalah kegiatan transaksi secara elektronik yang dilakukan oleh konsumen melalui toko-toko yang ada tersedia secara online menggunakan suatu alat yang terkoneksi dengan jaringan internet.

2.2. Mobile Banking (M-Banking)

Salah satu layanan perbankan berbasis teknologi informasi adalah mobile banking. Layanan ini memberikan peluang bagi bank untuk memberikan nilai tambah kepada nasabah. Mobile banking, juga dikenal sebagai m-Banking, adalah layanan perbankan yang ditawarkan oleh bank untuk membuat perbankan menjadi sederhana dan mudah. Nasabah tidak akan dapat menggunakan M-banking secara efektif dan efisien jika

tidak didukung oleh handphone dan internet. Perangkat ini memudahkan siapa pun yang memiliki ponsel untuk melakukan transaksi keuangan kapan pun dan dari lokasi mana pun. Diharapkan nasabah akan merasa puas ketika memanfaatkan berbagai layanan perbankan dengan menyediakan utilitas untuk layanan tersebut (Hadi & Novi, 2015).

Menurut Bank Indonesia, Mobile Banking pada dasarnya adalah versi baru dari Phone Banking yang memungkinkan pelanggan menggunakan perintah SMS untuk melakukan bisnis di perangkat seluler mereka. Informasi tentang saldo rekening, transfer antar rekening, pembayaran (untuk listrik, telepon, dan kartu kredit), dan pembelian kupon adalah fitur-fitur transaksi yang mungkin. Pertukaran yang berbeda juga dimungkinkan, namun bergantung pada pintu masuk dan batasan yang dapat diberikan bank (Ferils & Kamarudin, 2022).

2.2.1. Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan penggunaan sistem menunjukkan bahwa sistem dirancang untuk memudahkan pengguna menyelesaikan pekerjaan mereka daripada mempersulit mereka. Dengan kata lain, lebih mudah bagi mereka yang menggunakan sistem daripada mereka yang melakukannya secara manual. Karena layanan mobile banking bank mudah dipahami dan digunakan, nasabah dapat dengan cepat mempelajari prosedur mobile banking. Pengakuan kerangka kerja juga dipengaruhi oleh kegunaan kerangka kerja. Mentalitas pengguna untuk lebih terbuka pada sesuatu yang bisa dimengerti tercermin dari hal ini. Seseorang dapat termotivasi untuk menerima dan menggunakan sistem dengan

kenyamanan ini (Hadi & Novi, 2015).

Sejauh mana seseorang mengantisipasi bahwa menggunakan teknologi akan sederhana adalah definisi lain dari kemudahan penggunaan. Dari definisi ini cenderung terlihat bahwa kemudahan penggunaan merupakan keyakinan tunggal tentang interaksi yang dinamis. Nasabah akan menggunakan sistem informasi bank jika mereka senang dengan kemudahan penggunaannya. Di sisi lain, nasabah tidak akan menggunakan Mobile Banking jika menurut mereka sistem informasi tidak sulit untuk digunakan. Seen usability adalah seberapa besar seseorang menerima bahwa memanfaatkan inovasi tidak membutuhkan banyak usaha (seberapa banyak individu merasa bahwa memanfaatkan inovasi itu mudah) (Ferils & Kamarudin, 2022).

2.2.2. Persepsi Manfaat

Jika layanan ini mudah dipahami dan berinteraksi, layanan mobile banking akan bermanfaat. Cek saldo, transfer antar rekening, informasi nilai tukar, dan layanan lainnya disediakan oleh bank. di bidang mobile banking, dengan maksud untuk memudahkan transaksi nasabahnya. Pelanggan dapat menghemat waktu dan uang (biaya perjalanan) dengan menggunakan mobile banking. Karena mobile banking menyediakan layanan ini 24 jam sehari, nasabah dapat melakukan transaksi kapan saja, di mana saja, bahkan saat bepergian ke kantor pusat bank. tertutup. Jika seseorang yakin bahwa mobile banking dapat menguntungkan pekerjaannya dan meningkatkan kinerja profesional, mereka akan menggunakannya. Saat menggunakan mobile banking untuk tugas rutin

dan aktivitas setelah jam kerja, nasabah mengantisipasi untuk menerima manfaat. Jumlah waktu yang dihabiskan untuk menggunakan aplikasi merupakan indikator yang baik dari kegunaannya. Akibatnya, perasaan pelanggan tentang sistem akan berubah sebagai akibat dari penggunaan layanan mobile banking mereka. Penyederhanaan pekerjaan, peningkatan produktivitas, efisiensi, dan kinerja adalah beberapa keuntungan bagi pelanggan. Pemanfaatan teknologi akan dipengaruhi oleh keuntungan dari peningkatan kinerja (Hadi & Novi, 2015).

Davis mendefinisikan Sejauh mana seorang individu yakin bahwa memanfaatkan sistem teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaan individu ini dikenal sebagai kegunaan yang dirasakan. Manfaat sistem bagi pengguna dalam hal produktivitas, kinerja tugas, efisiensi, kepentingan tugas, dan kegunaan keseluruhan diuraikan dalam konsep ini. Davis mendukung definisi ini: manfaat yang dirasakan seseorang adalah sejauh mana mereka percaya menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerja pekerjaan mereka. Sejauh mana seseorang percaya bahwa memanfaatkan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya disebut sebagai kegunaan yang dirasakan (Ferils & Kamarudin, 2022).

2.2.3. Persepsi Risiko

Persepsi klien tentang ketidakpastian dan hasil potensial dari aktivitas tertentu adalah apa yang dimaksud dengan risiko. risiko yang terkait dengan sistem keamanan untuk mobile banking. Pelanggan mungkin enggan untuk memberikan nomor rekening dan informasi penting lainnya melalui sistem mobile banking jika sistem keamanan terganggu,

menyebabkan mereka merasa cemas. Pelanggan cenderung tidak menggunakan layanan mobile banking karena mereka khawatir orang lain dapat mengetahui keamanan PIN mereka tanpa sepengetahuan mereka (Hadi & Novi, 2015).

2.2.4. Persepsi Keamanan

Sejauh mana seseorang dapat diandalkan untuk memberikan keamanan, kapasitas sistem untuk melindungi informasi data pribadi, dan keselamatan pengguna semuanya dianggap sebagai komponen keamanan yang dirasakan. Dimensi yang digunakan adalah: 1) Keamanan yang terjamin; 2) Keamanan data, dengan langkah-langkah sebagai berikut: 1) Keengganan untuk mengungkapkan informasi; 2) Kepuasan terhadap keamanan informasi; dan 3) Kepuasan atas jaminan keamanan uang perangkat elektronik saat bertransaksi 1) Keamanan; 2) kemungkinan data kecil atau kehilangan data; 3) kemungkinan pencurian kecil; dan 4) keamanan yang terjamin (Ferils & Kamarudin, 2022).

Saat menggunakan mobile banking, keamanan data merupakan pertimbangan penting. Keandalan dan kegunaan keduanya dipengaruhi oleh kemungkinan pelanggaran privasi selama transaksi online. Pelanggan sangat memperhatikan privasi data pribadi mereka saat melakukan bisnis online, menurut berbagai survei. Kurangnya kontrol atas privasi informasi yang berujung pada penyalahgunaan data pribadi menjadi perhatian utama nasabah mobile banking. Keamanan data nasabah harus menjadi jaminan bagi penyedia layanan mobile banking. Bank harus menyediakan inovasi keamanan informasi yang dinormalisasi,

sehingga informasi klien tidak dapat diambil dan disalahgunakan oleh individu yang tidak dapat dipercaya. Untuk keamanan yang optimal, sistem dan jaringan mobile banking digunakan. Sejalan dengan kemajuan teknologi dan ancaman yang ada, status keamanan mobile banking juga terus dipantau dan ditingkatkan. Pelanggan akan lebih cenderung menggunakan layanan mobile banking dan mengembangkan rasa percaya pada bank jika menawarkan jaminan keamanan. Penggunaan layanan mobile banking ditingkatkan dengan keamanan. Implikasinya, konsumen akan kehilangan kepercayaan jika menganggap saluran pembayaran mobile banking tidak aman. Akibatnya, mereka menghindari melakukan perbankan online mereka. Jika bank dapat meyakinkan nasabah bahwa keamanan data nasabah terjamin, mereka akan mendapatkan kepercayaannya. Kondisi ini menjadi insentif bagi calon nasabah untuk menggunakan perangkat mobile banking jika nasabah yakin bahwa saluran pembayaran internet aman dan bank tidak akan menjual atau mengungkapkan informasi rahasia pribadinya tanpa terlebih dahulu berkonsultasi dengannya (Hadi & Novi, 2015).

2.2.5. Persepsi Kemampuan Akses

Nasabah saat ini semakin mementingkan aksesibilitas fasilitas, kecepatan akses, keamanan, kemudahan penggunaan, dan kepraktisan transaksi bank Anda karena teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih. Banyak bank terus berupaya untuk meningkatkan layanan perbankan transaksi mereka sehubungan dengan tren yang berkembang ini. Keterbukaan menggabungkan akses aktual (kerangka

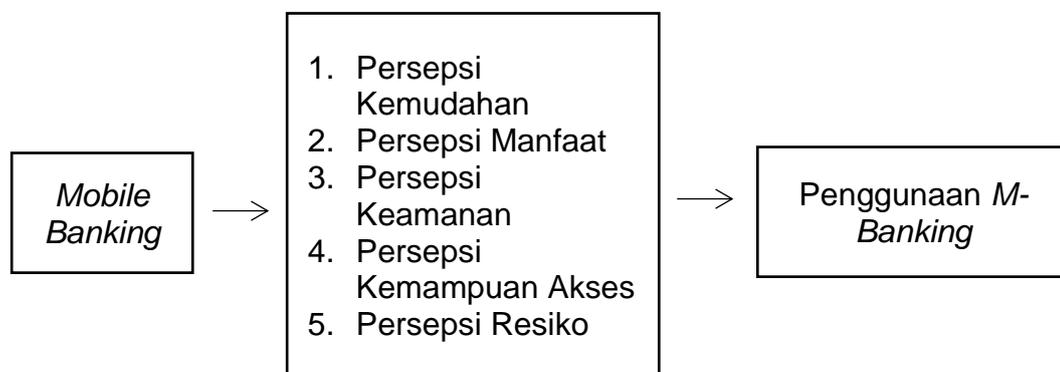
kerja) dan kemudahan penggunaan kerangka kerja. Sistem akan lebih mudah digunakan jika informasinya lebih mudah ditemukan. Aksesibilitas mengacu pada kemampuan pelanggan untuk menggunakan sistem serta kemampuan aktual mereka untuk mengakses Internet dan ponsel dalam konteks mobile banking. Aplikasi internet dan mobile marketing, seperti mobile banking, akan lebih mudah dicapai dengan infrastruktur teknologi yang tepat. Adopsi mobile banking menjadi lebih mudah dengan aksesibilitas dan kemampuannya, yang mendorong pengguna untuk menjadi lebih paham teknologi (Hadi & Novi, 2015).

2.3. Kerangka Pemikiran

Ada dua cara untuk melakukan kegiatan konsumsi yaitu dengan cara konvensional (berbelanja langsung) dan dengan cara *online* (melalui internet). Dalam hal ini, peneliti melakukan penelitian mengenai persepsi mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi UNIFA dalam penggunaan *mobile banking*, khususnya ketika berbelanja online. Dalam belanja online terdapat 3 metode pembayaran yang dapat dilakukan yaitu online processing *credit card*, *money transfer*, *cash on delivery*. Dalam penelitian ini peneliti mengambil metode pembayaran dengan cara *money transfer*. *Money transfer* adalah cara pembayaran belanja online dengan cara transfer melalui bank. Metode ini adalah metode yang paling umum ditawarkan oleh hampir semua online shop yang ada. Salah satu pembayaran transfer ini bisa dilakukan melalui aplikasi *mobile banking*.

Transaksi keuangan yang dikenal sebagai "mobile banking"

melibatkan penggunaan perangkat seluler, biasanya smartphone atau ponsel, untuk melakukan transaksi. Tabungan nasabah digunakan sebagai sumber pendanaan untuk transaksi. Transaksi transfer untuk pembayaran belanja online adalah salah satu contoh bagaimana fasilitas m-banking dapat digunakan oleh siapa saja dengan smartphone, sehingga memudahkan transaksi kapan saja dan dari mana saja. Pembayaran transfer untuk belanja online menjadi lebih mudah dengan m-banking, sehingga tidak perlu lagi mengunjungi ATM atau cabang bank. Davis mengatakan bahwa ada empat hal yang memberi tahu Anda betapa mudahnya menggunakan mobile banking: mudah dipahami, fleksibel, dapat mengontrol pekerjaan, dan mudah digunakan. Hal lain saat melibatkan m-banking adalah adanya keamanan tersendiri bagi klien dalam menyisihkan uang.



Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran

2.4. Definisi Operasional

1. Penggunaan *Mobile Banking*

Penggunaan mobile banking adalah suatu aktivitas yang dilakukan oleh nasabah untuk memudahkan dirinya dalam bertransaksi, yang mana

media untuk memudahkannya adalah *mobile banking*.

2. Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan adalah tingkat penerimaan penggunaan *Mobile Banking* ditinjau dari kemudahannya dalam digunakan atau diterapkan atau dalam memudahkan suatu aktivitas penggunanya.

3. Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat adalah tingkat penerimaan penggunaan *Mobile Banking* ditinjau dari manfaatnya dalam kehidupan penggunanya.

4. Persepsi Keamanan

Persepsi keamanan adalah tingkat penerimaan penggunaan *Mobile Banking* ditinjau dari kepercayaan pengguna dalam menyimpan dan menggunakan *Mobile Banking*.

5. Persepsi Kemampuan Akses

Persepsi kemampuan akses adalah tingkat penerimaan penggunaan *Mobile Banking* ditinjau dari proses pengaksesannya, apakah lebih sulit atau mudah digunakan oleh seluruh kalangan usia.

6. Persepsi Resiko

Persepsi manfaat adalah tingkat penerimaan penggunaan *Mobile Banking* ditinjau dari dampak jangka pendek maupun dampak jangka panjang bagi nasabah ketika menggunakan *Mobile Banking*.

2.5. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian sesuai dengan rumusan masalah. Pada penelitian ini peneliti akan mengajukan hipotesis atau dugaan sementara yaitu:

Ho₁ = Tidak terdapat pengaruh tingkat akseptasi mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Universitas Fajar dari segi persepsi manfaat terhadap tingkat penggunaan *Mobile Banking*

Ho₂ = Tidak terdapat pengaruh tingkat akseptasi mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Universitas Fajar dari segi persepsi keamanan terhadap tingkat penggunaan *Mobile Banking*

Ho₃ = Tidak terdapat pengaruh tingkat akseptasi mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Universitas Fajar dari segi persepsi kemampuan akses terhadap tingkat penggunaan *Mobile Banking*

Ho₄ = Tidak terdapat pengaruh tingkat akseptasi mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Universitas Fajar dari segi persepsi resiko terhadap tingkat penggunaan *Mobile Banking*

Ha₁ = Terdapat pengaruh tingkat akseptasi mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Universitas Fajar dari segi manfaat terhadap tingkat penggunaan *Mobile Banking*

Ha₂ = Terdapat pengaruh tingkat akseptasi mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Universitas Fajar dari segi keamanan terhadap tingkat penggunaan *Mobile Banking*

Ha₃ = Terdapat pengaruh tingkat akseptasi mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Universitas Fajar dari segi kemampuan akses terhadap tingkat penggunaan *Mobile Banking*

Ha₄ = Terdapat pengaruh tingkat akseptasi mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Universitas Fajar dari segi resiko terhadap tingkat penggunaan *Mobile Banking*

Pengambilan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) ini berdasarkan pada:

- a. Desfayani (2021) yang menyatakan Perilaku konsumtif pengguna Shopee di Universitas Negeri Padang berkorelasi positif dengan kemudahan penggunaan mobile banking. Artinya, semakin tinggi tingkat usability mobile banking, maka semakin tinggi pula tingkat perilaku tidak wajar mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri Padang yang menggunakan shopee, begitu pula sebaliknya.
- b. Harahap dan Dita (2018) menyatakan bahwa sejumlah penelitian tentang perilaku belanja online menunjukkan bahwa pelanggan lebih menyukai sistem belanja online daripada offline. sehingga akan berpengaruh pada toko online yang menjual produk atau jasa untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Untuk membuat pelanggan kembali ke toko fisik mereka, pengecer online harus fleksibel dan dapat beradaptasi dalam menjalankan operasinya. Sementara itu, pelanggan biasanya memiliki banyak pilihan saat berbelanja online di toko online untuk memenuhi kebutuhan mereka.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif, yang mana metode ini menggunakan grafik yang berasal dari metode kualitatif untuk dipadupadakan sebagai pelengkap.

3.2 Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Universitas Fajar tepatnya Jurusan S1 Akuntansi pada bulan Oktober 2022.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Universitas Fajar angkatan 2019-2021 yang berjumlah 258 orang. Sedangkan untuk teknik pengambilan sampel penelitian dilakukan dengan teknik *Nonprobability Sampling* dimana teknik pengambilan sampel ini tidak memberikan peluang yang sama pada setiap anggota populasi. Dalam hal ini, peneliti mengambil teknik tipe *Purposive Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Kriteria penelitian yang ada adalah mahasiswa aktif S1 Jurusan Akuntansi Universitas Fajar yang menggunakan *Mobile Banking* dalam Berbelanja *Online*.

Dengan menggunakan teknik tersebut diperoleh 36 mahasiswa yang mengisi angket tingkat akseptasi mahasiswa terhadap *M-Banking*,

namun pada akhirnya hanya digunakan 30 mahasiswa karena 6 mahasiswa tidak memenuhi kriteria penelitian yaitu menggunakan *Mobile Banking*. Adapun 30 mahasiswa tersebut dapat dipetakan sebagai berikut.

Tabel 3.1. Rincian Responden

Angkatan	Jumlah
2019	9 mahasiswa
2020	12 mahasiswa
2021	7 mahasiswa
2022	2 mahasiswa
Total	30 mahasiswa

3.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data subyektif berupa perasaan atau gejala konsumen selama melakukan belanja online menggunakan *Mobile Banking* dan data dokumenter berupa dokumentasi peneliti ketika melakukan penelitian.

Sementara itu, sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah berupa sumber data primer. Data primer diperoleh dari pengisian instrumen yang diberikan oleh penulis terhadap sampel penelitian.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dapat diuraikan sebagai berikut.

1. Peneliti melakukan observasi awal terkait masalah atau gejala permasalahan yang terjadi di lapangan.
2. Peneliti membuat kuesioner tingkat perilaku konsumtif dan lalu menyebar kuesioner tersebut ke mahasiswa yang akan dijadikan sampel penelitian.

3. Peneliti menganalisis hasil kuesioner yang telah dijawab oleh responden

3.6 Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan skala ordinal untuk instrumen non tes berupa kuesioner tingkat akseptasi mahasiswa terhadap *m-banking*. Namun sebelum disebar kepada responden, terlebih dahulu dilakukan uji validitas untuk menentukan kelayakan instrumen penelitian terkait variabel yang diteliti.

3.7 Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner tingkat akseptasi mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Universitas Fajar yang menggunakan *Mobile Banking* dalam berbelanja online. Kuesioner ini akan dibagikan secara online sehingga memudahkan bagi responden dalam mengisi atau menjawabnya. Skala yang akan digunakan dalam kuesioner adalah skala ordinal, yaitu sebagai berikut.

Tabel 3.2. Skala Ordinal

Skala	Pernyataan
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Netral (N)
4	Setuju (S)
5	Sangat Setuju (SS)

3.8 Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Data yang diperoleh berupa data kuantitatif yang dianalisis menggunakan statistik deskriptif dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25. Analisis ini akan memberikan deskripsi tentang tingkat akseptasi mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Universitas Fajar dalam berbelanja online menggunakan *Mobile Banking*. Hasil analisis ini ditampilkan dalam bentuk skor tertinggi, skor terendah, skor rata-rata, standar deviasi, dan varians.

Untuk mencari rata-rata digunakan persamaan:

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n} \quad (3.3)$$

Variansi dapat ditentukan dengan menggunakan persamaan:

$$s^2 = \frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n - 1} \quad (3.4)$$

Sedangkan standar deviasi ditentukan dengan:

$$s = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n - 1}} \quad (3.5)$$

Keterangan:

\bar{x} = rata-rata

$\sum x_i$ = jumlah seluruh data

n = banyaknya data

s^2 = variansi

s = standar deviasi

Setelah menghitung persentase yang diperoleh mahasiswa dalam mengisi kuesioner, ditentukanlah tingkat akseptasi *m-banking* seperti pada tabel berikut.

Tabel 3.3. Tingkat Akseptasi *M-Banking*

Kriteria Interval Skor	Kategori
$Mi + 1.5 Si < X \leq Mi + 3Si$	Sangat Tinggi
$Mi + 0.5 Si < X \leq Mi + 1.5 Si$	Tinggi
$Mi - 0.5 Si < X \leq Mi + 0.5 Si$	Sedang
$Mi - 1.5 Si < X \leq Mi - 0.5 Si$	Rendah
$Mi - 3Si \leq X \leq Mi - 1.5 Si$	Sangat Rendah

Keterangan :

Mi = Rata-rata ideal (mean) = $1/2$ (skor maksimal ideal + skor minimal ideal)

Si = Simpangan baku ideal atau standar deviasi ideal = $1/6$ (skor maksimal ideal - skor minimal ideal)

3.8.2 Analisis Inferensial

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan variabel terikat dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Pemanfaatan Normal P-P Plot untuk menguji sebaran data merupakan salah satu cara untuk menentukan normalitas data. Data dikatakan normal jika sebaran data pada grafik mengikuti pola garis lurus. Jika uji coba tabel biasa menghasilkan nilai sig Kolmogorov-Smirnov $> 0,05$, maka, pada saat itu, informasi biasanya disesuaikan. Uji normalitas dilakukan dengan bantuan SPSS versi 25.

2. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Uji multikolinearitas hanya dapat dilakukan jika terdapat lebih dari satu variabel independen dalam model regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam

model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam pengamatan ini untuk mendeteksi keberadaan heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara melihat Scatterplots SPSS.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk melihat apakah dalam regresi ada korelasi antarkesalahan pengganggu (residual) pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Uji autokorelasi dilakukan dengan bantuan SPSS versi 25.

5. Uji Regresi Linear Berganda

Uji ini didasari pada hubungan fungsional maupun kausal dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Dalam pengujian ini terdapat uji F simultan dan uji koefisien determinasi untuk melihat pengaruh antar dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Analisis Deskriptif

Bagian ini berisi analisis deskriptif yang menunjukkan deskripsi tentang skor tingkat akseptasi mahasiswa S1 jurusan akuntansi terhadap *Mobile Banking (M-Banking)*. Penelitian ini dilakukan menggunakan instrumen nontes berupa kuesioner tingkat akseptasi mahasiswa S1 jurusan akuntansi UNIFA terhadap *M-Banking*. Adapun rangkuman hasil analisis deskriptif dari data skor tingkat akseptasi mahasiswa dapat dilihat pada Tabel 4.1 sebagai berikut.

a. Deskripsi Skor Tingkat Akseptasi Mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Universitas Fajar

Deskripsi skor tingkat akseptasi mahasiswa S1 jurusan akuntansi UNIFA terhadap *M-Banking* ditinjau secara umum adalah sebagai berikut.

Tabel 4.1. Statistik Skor Tingkat Akseptasi Mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Universitas Fajar Terhadap *M-Banking*

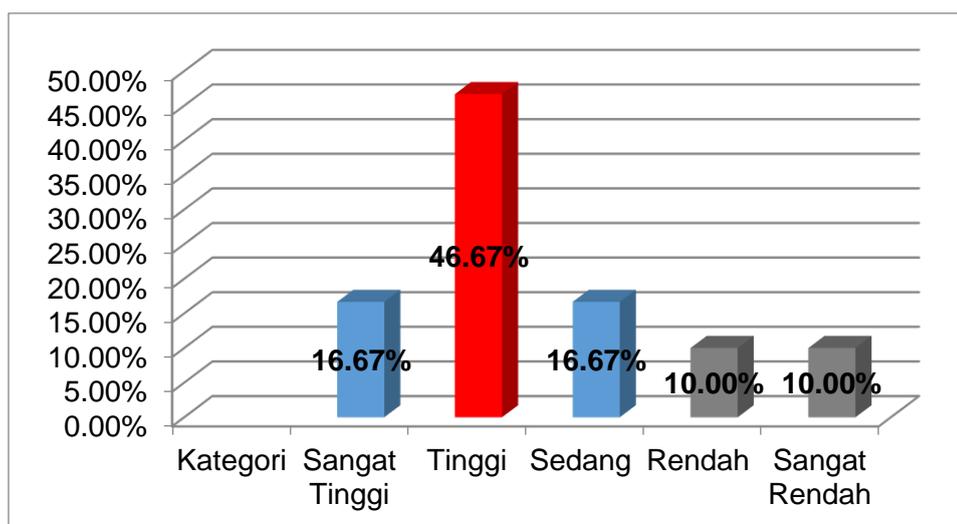
Statistik	Skor
Ukuran Sampel	30
Skor Ideal	140
Skor Terendah	0
Skor tertinggi yang diperoleh	140
Skor terendah yang diperoleh	81
Rentang skor	59
Skor Rata-rata	115,27
Standar Deviasi	14,42
Varians	207,93

Data statistik yang disajikan pada **Tabel 4.1** skor rata-rata tingkat akseptasi mahasiswa S1 jurusan akuntansi adalah 115,27 yang masuk dalam kategori sedang.

Tabel 4.2. Distribusi Frekuensi Pengkategorian Skor Tingkat Akseptasi Mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Universitas Fajar Terhadap *M-Banking*

Rentang Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
$125,25 < X \leq 140,00$	Sangat Tinggi	5	16,67
$115,42 < X \leq 125,25$	Tinggi	14	46,67
$105,58 < X \leq 115,42$	Sedang	5	16,67
$95,75 < X \leq 105,58$	Rendah	3	10,00
$81,00 < X \leq 95,75$	Sangat Rendah	3	10,00
Jumlah		30	100

Berdasarkan **Tabel 4.2** diperoleh bahwa berpikir analisis siswa didominasi oleh kategori tinggi dengan persentase 46,67%. Adapun gambaran tentang persentase skor tingkat akseptasi mahasiswa S1 jurusan akuntansi Universitas Fajar ditampilkan pada diagram batang berikut:



Gambar 4.1. Diagram Batang Persentase Skor Tingkat Akseptasi Mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Universitas Fajar Terhadap *M-Banking*

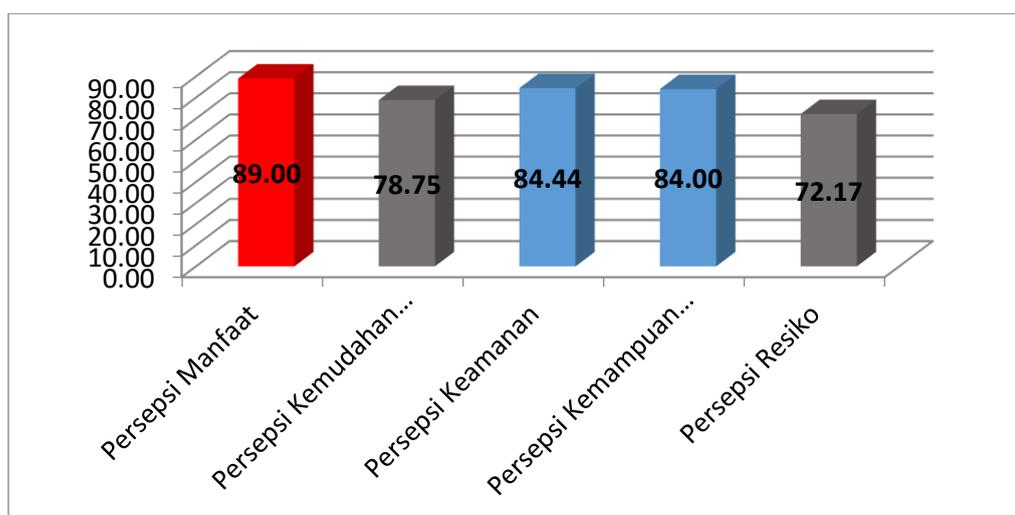
b. Analisis Skor Tingkat Akseptasi Mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Universitas Fajar Terhadap *M-Banking* Untuk Setiap Aspek

Deskripsi skor tingkat akseptasi mahasiswa S1 dalam mengisi kuesioner terkait *M-Banking* jika ditinjau dari setiap aspek akseptasi adalah sebagai berikut.

Tabel 4.3. Skor Tingkat Akseptasi Mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Universitas Fajar Terhadap *M-Banking* Untuk Setiap Aspek

Aspek Akseptasi	Skor Rata-rata	Skor Ideal	Persentase (%)
Persepsi Manfaat	35,6	40	89,00
Persepsi Kemudahan Penggunaan	31,5	40	78,75
Persepsi Keamanan	25,33	30	84,44
Persepsi Kemampuan Akses	8,4	10	84,00
Persepsi Resiko	14,43	20	72,17

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa persentase tertinggi di antara kelima aspek akseptasi adalah aspek persepsi manfaat yakni 89,00% dan persentase terendah adalah aspek persepsi resiko yakni 72,17%. Berikut gambaran dalam bentuk diagram batang.



Gambar 4.2. Diagram Batang Persentase Skor Tingkat Akseptasi Mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Universitas Fajar Terhadap *M-Banking* Untuk Setiap Aspek

2. Analisis Inferensial

a. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dengan SPSS disini menggunakan uji Shapiro Wilk karena jumlah sampel penelitian yang lebih kecil atau sama dengan 30 sampel penelitian ($n \leq 30$). Untuk hasil uji normalitasnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.4. Hasil Uji Normalitas

	Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.
VAR00001	.902	30	.009

Berdasarkan Tabel 4.4 diperoleh nilai signifikansi yaitu 0,009 yang mana lebih besar dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Hasil pengujian multikolinearitas menggunakan SPSS adalah sebagai berikut.

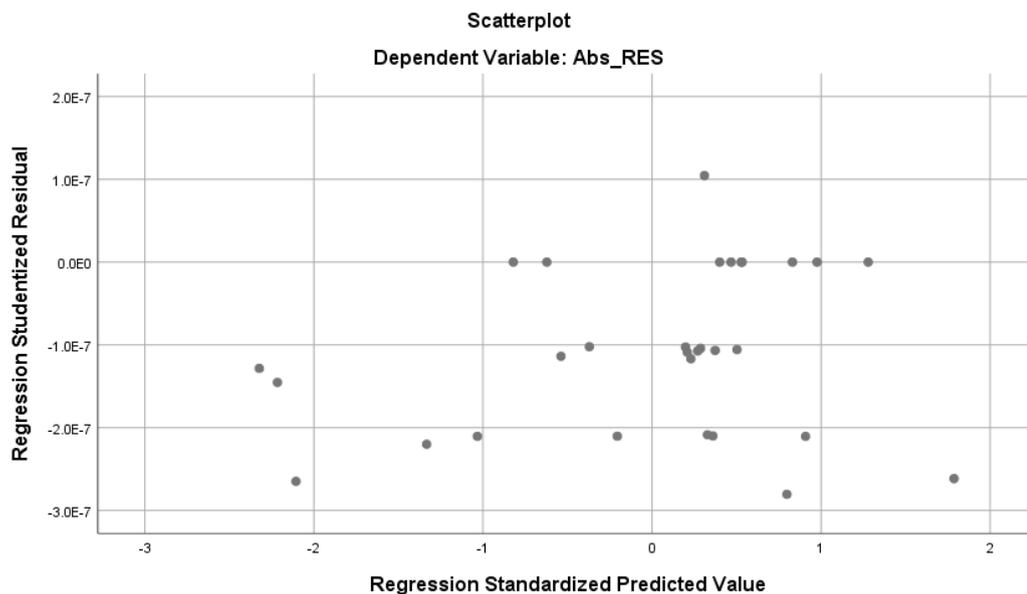
Tabel 4.5. Hasil Uji Multikolinearitas

	Tolerance	VIF
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0.432	2.315
Persepsi Keamanan	0.593	1.686
Persepsi Kemampuan Akses	0.486	2.056
Persepsi Resiko	0.571	1.751
Persepsi Manfaat	0.477	2.097

Dilihat dari nilai VIF pada hasil pengujian di atas, nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF jauh lebih kecil dari 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model yang diajukan dalam penelitian tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Scatterplots SPSS berikut ini.



Gambar 4.3. Scatterplots Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Scatterplots di atas terlihat bahwa:

1. Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0.
2. Titik-titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
3. Penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
4. Penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, hingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

d. Uji Autokorelasi

Hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.6. Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.437 ^a	0.191	0.022	0.342	1.254

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai DW adalah sebesar 1,254. Nilai DU pada tabel Durbin Watson diperoleh 0,9256. Nilai $4 - DU = 2,746$. Sehingga terjadi kategori $4 - DW > DU < DW$ atau $2,746 > 0,9256 < 1,254$. Dengan demikian model yang diajukan dalam penelitian tidak terjadi autokorelasi.

e. Uji Regresi Linear Berganda

Berikut hasil pengaruh penggunaan M-Banking terhadap tingkat akseptasi yang terdiri dari lima aspek menggunakan uji regresi linear berganda.

Tabel 4.6. Hasil Uji Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2.707	.860		3.147
	Persepsi Manfaat	.000	.016	.007	.025
	Persepsi Kemudahan Penggunaan	-.010	.017	-.170	-.609

	Persepsi Keamanan	-.055	.026	-.509	-2.136
	Persepsi Kemampuan Akses	.003	.064	.012	.045
	Persepsi Resiko	.007	.030	.055	.226

Berdasarkan tabel 4.6 diperoleh perhitungan regresi linear berganda dengan hasil sebagai berikut.

$$Y = 2,707 - 0,010X_2 - 0,055X_3 + 0,003X_4 + 0,007X_5 + e$$

Interpretasi persamaan di atas adalah konstanta 2,707 yang artinya jika tidak ada variabel dependen yang mempengaruhi penggunaan *Mobile Banking* oleh mahasiswa sebesar 2,707 satuan. Untuk nilai $b_1 = 0,000$ artinya jika variabel manfaat meningkat maka variabel penggunaan *Mobile Banking* tidak akan meningkat sama sekali. Selanjutnya nilai $b_2 = -0,010$ artinya jika variabel kemudahan pengguna meningkat maka variabel penggunaan *Mobile Banking* akan menurun sebesar 0,010. Nilai $b_3 = -0,055$ artinya jika variabel keamanan meningkat maka variabel penggunaan *Mobile Banking* akan menurun sebesar 0,055. Untuk $b_4 = -0,003$ artinya jika variabel kemudahan pengguna meningkat maka variabel penggunaan *Mobile Banking* akan meningkat sebesar 0,003. Nilai $b_5 = -0,007$ artinya jika variabel kemudahan pengguna meningkat maka variabel penggunaan *Mobile Banking* akan meningkat sebesar 0,007.

Tabel 4.7. Hasil Uji F Simultan
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.662	5	.132	1.132	.000 ^b
	Residual	2.805	24	.117		
	Total	3.467	29			

a. Dependent Variable: Pengguna

b. Predictors: (Constant), Persepsi Resiko, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Keamanan, Persepsi Kemampuan Akses, Persepsi Manfaat

Tabel 4.8. Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.437 ^a	.191	.022	.342

Dari tabel hasil uji F dan koefisien determinasi diketahui bahwa nilai F sebesar 1.132 dan probabilitas sebesar 0,000. Karena sig F hitung <5% (0,000<9,05), maka disimpulkan bahwa uji model F pada aspek tingkat akseptasi mahasiswa S1 terhadap *Mobile Banking* yang berjumlah lima aspek secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *Mobile Banking*. Sedangkan pada tabel 4.8 menunjukkan besarnya koefisien determinasi sebesar 0,022, artinya variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel tidak bebas sebesar 2,2%.

B. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *Mobile Banking* terhadap tingkat akseptasi *Mobile Banking* sebagai sistem informasi transaksi keuangan ditinjau secara umum dan ditinjau berdasarkan aspek tingkat akseptasi mahasiswa terhadap *Mobile*

Banking. Penelitian ini dilakukan secara online dengan membagikan kuesioner menggunakan *google form*. Jumlah mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi yang mengisi kuesioner *google form* adalah 36 mahasiswa tetapi 6 mahasiswa terhitung tidak menggunakan *Mobile Banking* yang mana tidak sesuai dengan kriteria sampel penelitian sehingga jumlah sampel yang digunakan adalah 30 mahasiswa. Hasil dari pengambilan data diperoleh skor rata-rata tingkat akseptasi sebesar 110,17 dari skor maksimal ideal 140.

Pada penelitian ini pernyataan dalam kuesioner yang diterapkan kepada mahasiswa merupakan pernyataan yang memuat lima aspek tingkat akseptasi mahasiswa terhadap *Mobile Banking* yang diharapkan mampu mengetahui pengaruh penggunaan *Mobile Banking* terhadap tingkat akseptasi *Mobile Banking* sebagai sistem informasi transaksi keuangan. Dengan demikian instrumen nontes yang digunakan untuk melihat pengaruh penggunaan *Mobile Banking* terhadap tingkat akseptasi *Mobile Banking* sebagai sistem informasi transaksi keuangan mencakup aspek persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan, persepsi kemampuan akses dan persepsi resiko pada pernyataan kuesioner sebanyak 28 nomor dengan skor maksimal dari tiap soal yang diperoleh adalah lima poin berdasarkan skala ordinal yang diterapkan.

Berdasarkan hasil tes diperoleh data tingkat akseptasi mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi terhadap *Mobila Banking* secara keseluruhan

berada pada kategori sedang. Sementara ditinjau dari aspek-aspek tingkat akseptasi diperoleh data persepsi manfaat sebesar 89,00%, persepsi kemudahan penggunaan sebesar 78,75%, persepsi keamanan sebesar 84,44%, persepsi kemampuan akses sebesar 84,00% dan persepsi resiko sebesar 72,17%. Untuk pembahasan lebih detailnya dapat dilihat sebagai berikut.

1. Persepsi Manfaat

Hasil ini bertolakbelakang dengan Hadi dan Novi (2015) yang menyatakan bahwa nilai persepsi keuntungan (X_2) sebesar 0,017 dan signifikansi sebesar 0,809 atau 80,9%. Dari angka tersebut dapat disimpulkan bahwa manfaat yang dirasakan tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*.

Seseorang akan menggunakan layanan jika dia merasakan keuntungannya, dan kebalikannya juga benar. Berdasarkan efek samping dari tinjauan ini, informasi yang diperoleh sesuai dengan alasan ini. Pelanggan yang memberikan mobile banking penilaian yang sangat tinggi untuk manfaat yang dirasakan menunjukkan bahwa mobile banking sangat menguntungkan. Rata-rata tersebut juga menunjukkan bahwa hampir semua responden menganggap mobile banking sangat bermanfaat, dan hampir tidak ada responden yang menganggapnya sia-sia.

Hasil penelitian ini juga tidak sejalan dengan hasil penelitian Rahadianto (2009), namun sejalan dengan hasil penelitian Rosita (2011)

Dikatakan bahwa semakin pelanggan merasakan manfaat dari sistem, semakin tertarik mereka untuk menggunakannya. Perbedaan hasil ini disebabkan oleh perbedaan proxy.

2. Persepsi Kemudahan Penggunaan

Berdasarkan data yang diperoleh dapat diketahui bahwa kemudahan penggunaan *mobile banking* sangatlah berpengaruh yang ditunjukkan dengan angka 78,75%. Kenyamanan *mobile banking* sering menjadi pertanyaan nasabah yang merupakan hal yang wajar, karena saat ini nasabah atau nasabah lebih banyak digunakan oleh orang tuanya. Mereka sulit memahami teknologi, ponsel, dan komputer. Mereka berpikir bahwa menggunakan *mobile banking* mudah digunakan karena teknologi meningkat setiap tahun, tetapi sulit untuk dioperasikan.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Auliani (2008), yang memiliki signifikan sebesar 19,8%, Amalia (2009) 26,5%, Rahmawati (2010) 53,3%. Data peneliti menunjukkan bahwa tingkat kepentingan (kurang berpengaruh) semakin menurun setiap tahunnya. Semakin tinggi nilai probabilitas signifikansi suatu variabel, maka semakin kecil signifikansi variabel tersebut. Masyarakat umum atau nasabah bank kini semakin "tahu" tentang teknologi *mobile banking*. Alasan lain mengapa tidak menjadi masalah adalah sebagian besar pengguna *mobile banking* telah menggunakannya minimal 1 (satu) tahun, sehingga nasabah sudah terbiasa (tidak lagi merasa kesulitan) untuk menggunakan *mobile banking*. Kemudahan atau kesulitan yang

ditawarkan oleh layanan mobile banking tidak akan mengurangi penggunaan mobile banking. Artinya, kemudahan penggunaan mobile banking tidak akan menghalangi pengguna untuk menggunakan sistem tersebut.

3. Persepsi Keamanan

Data yang diperoleh menunjukkan bahwa keamanan mobile banking memiliki dampak yang signifikan, terbukti dengan angka sebesar 84,44%. Keinginan nasabah untuk menggunakan layanan mobile banking berkorelasi dengan persepsi mereka terhadap keamanan, terbukti dengan korelasi positif antara keamanan dan penggunaan layanan. Semakin yakin pelanggan terhadap privasi dan keamanan data pribadi dan transaksi mobile banking mereka, semakin besar kemungkinan mereka untuk menggunakan layanan ini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan dilakukan Maharsi dan Fenny (2006). Penelitian ini tidak sejalan dengan Herna (2009) yang menyatakan bahwa Keamanan berbanding terbalik dengan keinginan nasabah untuk menggunakan mobile banking. Semakin banyak keamanan yang disediakan bank, semakin sedikit pelanggan yang ingin menggunakan mobile banking.

4. Persepsi Kemampuan Akses

Data yang diperoleh menunjukkan bahwa kemampuan akses mobile banking berpengaruh terhadap penggunaan mobile banking, dengan nilai sebesar 84,00%. Namun, bank tidak memiliki akses ke

variabel ini, sehingga bersifat eksogen bagi mereka. Namun, bank tidak dapat mengabaikan masalah ini karena mereka menjual layanan yang sudah ada sebelumnya. Pelanggan lebih cenderung menggunakan layanan jika kualitasnya tinggi. sebagai alternatif, bank tidak dapat menjual layanan bank kepada pelanggan jika layanan tersebut di bawah standar. Kualitas jaringan, kualitas layanan dalam dan luar ruangan, konektivitas tanpa gangguan, biaya akses dan penggunaan jaringan untuk memberikan layanan kepada pelanggan, dan kualitas pertukaran informasi di antara mereka adalah contoh aksesibilitas. operator dan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa sejauh mana pelanggan menganggap layanan itu berguna secara pribadi menentukan kemampuan keseluruhan untuk mengaksesnya.

Temuan penelitian ini konsisten dengan Pribadi (2010) tetapi tidak dengan Negash (2003). Perbedaan hasil ini karena Herna (2009) melihat kekhawatiran tentang keamanan penggunaan mobile banking dan memberikan informasi pribadi selama transaksi, sedangkan penelitian ini melihat kekhawatiran tentang keamanan penggunaan mobile banking dan kepercayaan bank bahwa nasabah privasi harus dilindungi. Perbedaan ini dapat dibenarkan karena Negash (2003) mengarahkan penjelajahannya di AS, tentu saja mengabaikan keterbukaan yang umumnya tinggi. bertentangan dengan keinginan orang Indonesia untuk nilai yang lebih besar dari sistem.

5. Persepsi Resiko

Data yang diperoleh menunjukkan bahwa risiko berpengaruh terhadap penggunaan mobile banking sebesar 72,17 persen. Penelitian ini sejalan dengan temuan Amijaya (2010), namun berbeda dengan temuan Riganalldhy (2009) yang menyatakan bahwa risiko tidak berpengaruh terhadap penggunaan mobile banking. Persepsi pengguna terhadap risiko yang ditimbulkan oleh risiko fisik dan risiko finansial menjadi alasan mengapa hasil penelitian Reganalldhy (2009) berbeda. Sementara itu, fokus ini hanya melirik kesan klien tentang pertaruhan moneter menggunakan kerangka keuangan portabel.

Pelanggan akan cenderung menggunakan mobile banking karena risiko signifikan yang terkait dengannya. Di sisi lain, pelanggan akan lebih cenderung menggunakan layanan sistem jika risikonya rendah. Kondisi ini muncul akibat adanya kekhawatiran pelanggan terhadap penggunaan sistem. Jika sistem memiliki konsekuensi negatif yang signifikan, pelanggan tidak akan mau menggunakannya. Karena transaksi tidak dilakukan secara tatap muka, dapat dikatakan bahwa dunia online penuh dengan bahaya dan taruhan tinggi. Bank harus menyediakan tingkat keamanan sistem mobile banking untuk mengatasi masalah ini dan mendorong nasabah untuk menggunakan mobile banking sebagai hasil dari upaya bank untuk mengurangi risiko.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa tingkat penerimaan mahasiswa S1 akuntansi Universitas Fajar berpengaruh terhadap penggunaan mobile

banking berdasarkan hasil uji signifikansi dan pembahasan sebelumnya.

Oleh karena itu H_0 ditolak.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data maka dapat diidentifikasi bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan, persepsi kemampuan akses dan persepsi resiko berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking* sehingga kesimpulan dari penelitian ini adalah tingkat akseptasi mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Universitas Fajar berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*.

B. Saran

1. Bagi pihak bank agar lebih mensosialisasikan penggunaan *mobile banking* agar penggunaanya lebih mudah dan positif dalam penggunaannya sebagai sistem informasi transaksi keuangan.
2. Bagi masyarakat dan mahasiswa pengguna *mobile banking* agar lebih mencari informasi mengenai layanan *mobile banking* pada bank yang diinginkan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan dan referensi bagi peneliti selanjutnya, khususnya yang ingin melakukan penelitian yang sebanding.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Rizky. (2009). Persepsi Mahasiswa Terhadap Pengguna Mobile banking Di Yogyakarta, Skripsi Sarjana Strata I, tidak diterbitkan, Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII.
- Amijaya, Gilang Rizky. (2010). Pengaruh Faktor-faktor Risiko dan Kepercayaan dalam Penerimaan Nasabah Terhadap Penggunaan Mobile banking di Makassar, Skripsi Sarjana Strata I, tidak diterbitkan, Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII.
- Auliani, Nur. (2008). Analisa Pengaruh Kepercayaan dan Risiko terhadap Minat Nasabah Bank dalam Menggunakan Layanan Mobile banking, Skripsi Sarjana Strata I, tidak diterbitkan, Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII.
- Desfayani, D. (2021). Hubungan Kemudahan Penggunaan M-Banking Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang Pengguna Shopee: The Correlation Of Easy Of Use M-Banking With Consumption Behavior In Students Of State University Of Padang Users Of Shopee. *Jurnal Psikologi Jambi*, 6(01), 11–18. <https://doi.org/10.22437/jpj.v6i01.15125>
- Ferils, M., & Kamarudin, J. (2022). *Analisis Minat Menggunakan Mobile Banking*. 10.
- Hadi, S., & Novi, N. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Optimum: Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 5(1), 55. <https://doi.org/10.12928/optimum.v5i1.7840>
- Harahap, D. A. (2018). Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(2), 193–213. <https://doi.org/10.21009/JRMSI.009.2.02>
- Herna, Kemala. (2009). Pengujian Tingkat Keamanan dan Privasi Individual dan Pengaruhnya terhadap Keinginan untuk Menggunakan Mobile banking, *Skripsi Sarjana Strata I*, tidak diterbitkan, Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII.
- Maharsi, Sri dan Fenny. (2006). “Analisa Faktorfaktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Mobile banking di Surabaya”. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 8 (1), Mei 2006, 35-51.
- Negash. S. et al. (2003). “The impact of quality on Web-based customer

support system effectiveness". *Information & Management* 40, 757–768.

- Pribadi, Angga Arianto. (2010). Analisa Skala Kualitas Layanan Mobile Value-Added Services, *Skripsi Sarjana Strata I* tidak diterbitkan. Jakarta: Fakultas Teknik UI.
- Rahadianto, Henry Aditya. (2009). Pengaruh Faktor Kepercayaan dan Risiko terhadap Pemakaian Teknologi Mobile banking di Bali, *Skripsi Sarjana Strata I*, tidak diterbitkan. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII.
- Rahmawati, Yulia. (2010). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan. Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Pengaplikasian Layanan Mobile banking, *Skripsi Sarjana Strata I*, tidak diterbitkan. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII.
- Riganaldhy, Gerry. (2009). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Trust Pengguna Mobile banking Di Indonesia. *Skripsi Sarjana Strata I*, tidak diterbitkan. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII.
- Rosita, Deviana. (2011). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pertimbangan Nasabah dalam Pengambilan Keputusan untuk Menggunakan Layanan Mobile banking, *Skripsi Sarjana Strata I*, tidak diterbitkan. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII.

LAMPIRAN

Kuesioner Penelitian

KUESIONER TINGKAT AKSEPTASI MAHASISWA S1 JURUSAN AKUNTANSI UNIVERSITAS FAJAR DALAM MOBILE BANKING

I. DATA RESPONDEN

Nama Responden :

Jenis Kelamin :

Usia :

Angkatan :

II. PETUNJUK

Isilah semua pernyataan dalam kuesioner sesuai dengan kenyataan, dengan cara memberikan tanda checklist (√) pada kotak pilihan yang sudah disediakan sesuai dengan keterangan berikut ini.

Skala	Pernyataan
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Netral (N)
4	Setuju (S)
5	Sangat Setuju (SS)

PERSEPSI MANFAAT

NO	PERNYATAAN	1	2	3	4	5
1	Penggunaan layanan <i>mobile banking</i> dapat memperlancar segala macam transaksi					
2	Penggunaan layanan <i>mobile banking</i> meminimalkan kegiatan perbankan terutama dalam bertransaksi					
3	Melalui <i>mobile banking</i> saya mendapatkan informasi yang dibutuhkan					
4	Dengan menggunakan layanan <i>mobile banking</i> dapat melakukan transaksi dengan praktis.					
5	Dengan layanan <i>mobile banking</i> memungkinkan saya lebih cepat dalam bertransaksi					
6	Dengan layanan <i>mobile banking</i> memungkinkan saya lebih mudah dalam melakukan bertransaksi					
7	Manfaat layanan <i>mobile banking</i> dapat menghemat waktu dalam melakukan transaksi					

8	Manfaat layanan <i>mobile banking</i> dapat menghemat biaya dalam melakukan transaksi					
---	---	--	--	--	--	--

PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN

NO	PERNYATAAN	1	2	3	4	5
9	Cara penggunaan layanan <i>mobile banking</i> mudah dipelajari					
10	Susunan menu pada layanan <i>mobile banking</i> mudah dipahami					
11	<i>Mobile banking</i> dapat digunakan dengan mudah di manapun/kapanpun					
12	<i>Mobile banking</i> dapat digunakan dengan mudah diakses dibandingkan <i>internet banking</i>					
13	<i>Mobile banking</i> dapat membantu untuk sering melakukan transaksi					
14	Fitur yang ada pada layanan <i>mobile banking</i> mudah dimengerti					
15	Dengan menggunakan layanan <i>mobile banking</i> dapat meningkatkan keterampilan					
16	Menggunakan layanan <i>mobile banking</i> dapat mengerti penggunaan teknologi dalam transaksi					

PERSEPSI KEAMANAN

NO	PERNYATAAN	1	2	3	4	5
17	Bank memiliki pengendalian cukup baik untuk melindungi data pribadi dan keuangan saya.					
18	Bank memberikan jaminan keamanan saldo saya di rekening.					
19	Adanya jaminan keamanan dari bank bahwa uang yang ditransfer atau dibayar sampai pada tujuan yang tepat.					
20	Kerahasiaan data <i>online banking</i> akan terjaga karena transaksi dilakukan sendiri.					
21	Kerahasiaan data pribadi saya terjamin dalam transaksi <i>online banking</i> .					
22	Saya menggunakan <i>online banking</i> pada bank berdasarkan pertimbangan tingkat kerahasiaan bank.					

PERSEPSI KEMAMPUAN AKSES

NO	PERNYATAAN	1	2	3	4	5
23	Saya dapat menggunakan <i>mobile banking</i> setiap saat sepanjang hari					
24	Saya dapat menggunakan <i>mobile banking</i> dimanapun saya berada					

PERSEPSI RESIKO

NO	PERNYATAAN	1	2	3	4	5
25	Menurut saya transaksi melalui MBanking tidak memiliki risiko yang tinggi					
24	Orang lain akan mengetahui informasi mengenai transaksi Mobile banking saya					
25	Gangguan dalam layanan Mobile banking sangat rendah					
26	Bank menjamin kebutuhan nasabah yang melakukan transaksi melalui Mobile banking					

Terimakasih atas partisipasinya

Hasil Penelitian

RESP	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	TOTAL	
1	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	97	
2	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	3	5	114	
3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4	3	4	4	4	4	3	5	5	3	3	3	4	119	
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	140	
5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	3	3	113	
6	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	101	
	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	99	
8	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	3	4	123
9	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	121	
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	2	3	130	
11	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	107	
12	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	112
13	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	124
14	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119	
15	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	122	
16	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	110	
17	5	5	3	3	4	3	1	1	1	1	3	3	1	3	4	4	1	3	5	4	2	1	4	5	1	3	4	4	82	
18	5	4	3	5	5	5	5	4	3	3	5	4	5	3	3	3	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	116
	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	2	3	2	2	2	4	82	
20	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	2	3	5	125	
21	5	5	4	5	5	4	4	5	3	3	5	4	5	3	4	3	5	5	5	4	5	4	4	5	4	2	4	5	119	
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	5	4	5	3	2	4	4	121	
	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	4	5	5	5	4	4	3	2	3	3	3	2	2	82	
24	5	5	3	5	5	5	5	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	2	4	4	120	
	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	5	5	5	5	5	5	3	4	2	2	2	2	87	
26	5	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	5	4	2	4	4	103

27	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	120
28	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	122
29	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	130
30	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	126
31	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	134
	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	1	1	4	5	5	5	5	5	3	5	2	2	2	2	81
	2	2	2	3	3	4	3	2	2	1	2	2	3	2	2	1	5	5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	1	77
34	2	2	2	3	2	3	3	4	2	2	3	2	3	2	2	1	5	4	5	5	5	5	2	3	2	2	2	3	81
35	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	3	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	122
36	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	85

