

zakaria cek3

by Dewi Nuraini

Submission date: 13-Feb-2024 01:08PM (UTC+0700)

Submission ID: 2288609258

File name: Zakharia_Alvan_Radera_CEK3.docx (556.43K)

Word count: 9148

Character count: 56499

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk melakukan penyelidikan "dampak perceived usefulness dan perceived ease of use kepada minat penggunaan mobile banking Bank Jatim di Surabaya dengan attitude toward using sebagai variabel intervening." Metode pendekatan yang diterapkan adalah penelitian kuantitatif yang fokus pada pengujian hubungan antar variabel. Populasi yang diteliti adalah [isi informasi yang hilang]. Sampel dipilih menggunakan Purposive sampling dengan kriteria nasabah Bank Jatim yang berusia di atas 17 tahun. Sebanyak 140 Informan diambil sebagai sampel melalui penyebaran kuesioner secara daring melalui media sosial untuk melakukan pengumpulan data. Analisa data dilakukan menggunakan teknik analisa SEM-PLS, dan hasil analisis menunjukkan *perceived ease of use* Memiliki pengaruh kepada *perceived usefulness*. *Perceived usefulness* Memiliki pengaruh kepada *attitude toward using*. *Perceived ease of use* berpengaruh signifikan kepada *attitude toward using*. *Perceived usefulness* tidak berpengaruh signifikan kepada *behavioral intention*. *Perceived ease of use* berpengaruh signifikan kepada *behavioral intention*. *Attitude toward using* berpengaruh signifikan kepada *behavioral intention*. *Perceived usefulness* berpengaruh signifikan kepada *behavioral intention* dengan *attitude toward using* sebagai variabel intervening. *Perceived ease of use* berpengaruh signifikan kepada *behavioral intention* dengan *attitude toward using* sebagai variabel intervening.

Kata Kunci : *Perceived Usefulness, X2, Z, Y, Technology Acceptance Model*

ABSTRACT

The aim of this research was to examine "the impact of X1 and X2 on the inclination to utilize Bank Jatim's mobile banking service in Surabaya, with Z serving as an intervening variable." Employing a quantitative approach, the study focused on scrutinizing the correlations among the variables. The population in this study consists of customers aged over 17 years old. Employing purposive sampling, the sample comprised Bank Jatim customers aged 17 years and above. A total of 140 Informants participated, selected through online questionnaire distribution via social media platforms for data collection. The data analysis employed the SEM-PLS method, and the outcomes of the analysis among Bank Jatim customers in Surabaya revealed that X2 significantly influences perceived usefulness. X1 affects the Z, and X2 significantly impacts the Z. However, X1 does not significantly affect Y. Conversely, X2 significantly influences Y. Furthermore, Z significantly impacts Y. The study also found that X1 significantly influences Y, with Z acting as an intervening variable. Similarly, X2 significantly influences Y, with Z as an intervening variable..

Keywords : Perceived Usefulness, X2, Z, Y, Technology Acceptance Model

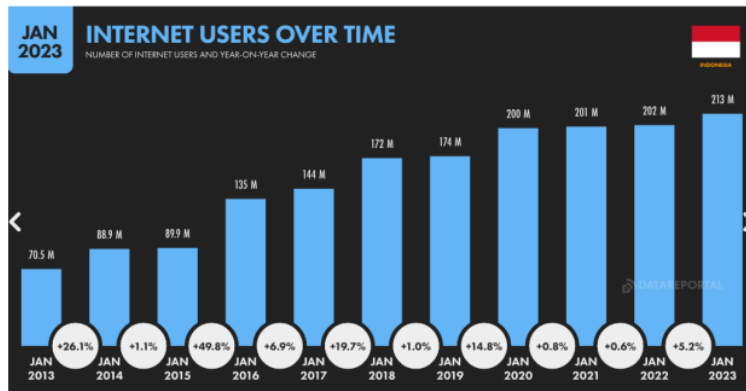
BAB 1

19 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) pada saat ini telah mengalami transformasi yang berarti kepada dunia, menciptakan perubahan luar biasa. Revolusi digital telah cara kita berinteraksi, bekerja, berkomunikasi, dan bahkan berpikir. Pada era dimana teknologi dan informasi yang semakin berkembang, membuat kita harus selalu terhubung dengan perkembangan terkini dalam dunia ini. Internet merupakan media yang dipergunakan untuk meningkatkan efisiensi suatu proses komunikasi melalui beragam aplikasi, seperti situs web, VoIP, dan surel. (Purbo, 2005). Internet telah menjadi salah satu penemuan paling berpengaruh dalam sejarah manusia yang telah mengubah segala aspek mengenai aspek kehidupan kita. Salah satu hal terkemuka dari internet adalah kemampuannya dalam memberikan akses tanpa batas ke sumber daya pengetahuan dan informasi. Internet juga telah merevolusi bagaimana kita berkomunikasi dan berinteraksi dengan individu lainnya. melalui *e-mail*, media sosial, dan beberapa aplikasi pesan, kita mampu terkoneksi dengan individu di seluruh penjuru dunia., mengatasi batasan geografis. Tidak hanya memudahkan komunikasi, tetapi juga membuka peluang baru untuk membangun jaringan sosial dan memahami budaya yang berbeda. Penggunaan internet semakin bertambah setiap tahun. Salah satu di Indonesia, menurut laporan penelitian We Are Social, 2023. Pada bulan Januari 2023, terdapat sekitar 212,9 juta individu yang menggunakan internet. Hal ini menunjukkan bahwa sekitar 77% dari populasi Indonesia telah mengadopsi penggunaan internet. Terdapat peningkatan sebesar 3,85% dalam jumlah pengguna internet pada bulan Januari

2023 Vila dilakukan perbandingan pada tahun lalu. Pada bulan tersebut yaitu tahun 2022, didapatkan pemakai internet di Indonesia tinggal 205.000.000 orang.



Gambar satu. Pemakai internet di seluruh Indonesia tama sumber dari We are sosial

Perkembangan akses internet memunculkan *smartphone* yang semakin canggih setiap tahun nya. Dengan fitur-fitur nya yang semaksimal canggih *smartphone* merubah cara kita bersosialisasi, bekerja , dan bermain. Fungsi utama dari *smartphone* adalah alat untuk berkomunikasi. Kita dapat mengirim pesan teks, menelpon, dan berkomunikasi dari berbagai pesan instan yang disediakan. Penggunaan *smartphone* juga semakin terkait dengan media sosial, seperti Instagram, Facebook, dan X yang memungkinkan kita untuk berbagi momen – momen dalam hidup kita dengan teman atau pengikut kita. Tidak hanya itu, *smartphone* juga memainkan peran penting dalam cara kita mengelola dan mengakses layanan perbankan atau biasa disebut *mobile banking*. Lee, Harindranath, Oh, and Kim (2015) menjelaskan *Mobile Banking*

adalah layanan yang menggabungkan dua industri yang berbeda yaitu perbankan dan operator seluler untuk menawarkan layanan tambahan yang bernilai kepada pelanggan mereka. *mobile banking* yang memberikan layanan 24 jam dan bisa diakses dimana dan kapan saja membuat transaksi secara daring semakin familiar di lingkungan masyarakat tanpa mendatangi kantor bank fisik. Aksesibilitas merupakan keuntungan utama dalam *mobile banking*, nasabah dapat dengan mudah mengecek saldo rekening, mentransfer dana, membayar tagihan, dan bahkan melakukan deposit cek hanya dengan *smartphone* mereka. Keunggulan seperti ini sangat berarti terutama untuk individu yang tinggal di lokasi terpencil atau tidak ada kantor fisik bank di daerah nya.

Jconnect merupakan *mobile banking* dari Bank Jatim telah menjadi salah satu inovasi yang disediakan oleh Bank Jatim, yang beroperasi di Jawa Timur, Indonesia. Dengan mengikuti perkembangan teknologi dan informasi yang ada, Bank Jatim telah merangkul dan memungkinkan para nasabahnya untuk mengakses layanan perbankan dengan mudah melalui *smartphone*. Salah satu keunggulan yang dimiliki oleh *mobile banking* Bank Jatim selain mengecek rekening, mentransfer dana, dll adalah memungkinkan nasabahnya untuk membayar tagihan seperti listrik, air, telepon, kartu kredit, tanpa harus antri di loket bank fisik. Bank Jatim juga mengintegrasikan fitur keamanan yang sangat kuat dalam aplikasi *mobile banking*-nya. Nasabah dapat menggunakan pin, kata sandi, dan verifikasi 2 arah untuk mengamankan akses ke rekening mereka. Semua ini mencerminkan komitmen Bank Jatim untuk memberikan pengalaman perbankan yang praktis dan berkualitas kepada nasabahnya, sejalan

dengan perkembangan teknologi di era digital ini. *mobile banking* Bank Jatim telah memainkan peran kunci dalam memudahkan nasabah dalam mengelola keuangan mereka, dan kemungkinan besar akan terus berkembang seiring dengan perubahan terus menerus di dunia perbankan. Dengan adanya perkembangan teknologi dan informasi ini membuat nasabah Bank Jatim terutama di Surabaya masih bervariasi.

Fenomena ini telah menarik perhatian banyak pihak untuk memahami penyebab yang memengaruhi sikap dan minat nasabah dalam Layanan dari *mobile banking* sudah disediakan dari bank Jatim. Untuk mengungkapnya, banyak penelitian telah dilakukan, dan salah satu teori yang relevan dalam mengkaji Kesiapan dari teknologi adalah *Technology Acceptance Model (TAM)*. Model ini dikembangkan oleh Davis (1989) adalah suatu struktur atau pendekatan yang dipakai untuk menilai kesiapan individu dalam memanfaatkan sistem teknologi berbasis informasi secara lebih terperinci. Dalam kerangka TAM, terdapat dua faktor utama yang memiliki peran signifikan dalam memengaruhi penerimaan teknologi, yaitu $X1$ (kegunaan yang dirasakan) dan $X2$ (kemudahan yang dirasakan). $X1$ merujuk pada seberapa jauh individu merasakan Jika dari pemakaian teknologi mendapatkan keuntungan dan nilai tambah dalam kegiatan mereka., sementara $X2$ menggambarkan sejauh mana teknologi tersebut dianggap mudah dimanfaatkan. oleh pengguna. Dua faktor inilah yang menjadi inti dari TAM dan menjadi fokus utama dalam analisis penerimaan teknologi. Melalui pendekatan TAM, penelitian ini akan berusaha

untuk mengeksplorasi lebih lanjut mengenai, bagaimana nasabah Bank Jatim di Surabaya menilai kegunaan dan kemudahan ¹ penggunaan mobile banking.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Pikkarainen dkk., (2004) menyatakan apabila X_1 telah menjadi faktor yang secara signifikan memengaruhi peningkatan niat seseorang untuk mengadopsi sistem perbankan selular. Dalam penelitian beberapa tahun terakhir, disimpulkan bahwa masyarakat kini telah menyadari manfaat penggunaan mobile banking sebagai kegiatan perbankan. Pada saat seseorang merasakan manfaat tertentu dari penggunaan fitur dalam aplikasi mobile banking (Yuan dkk., (2016). Penelitian yang dilakukan oleh Yao-Ping Peng dkk., (2023) menjelaskan bahwa X_1 memiliki pengaruh signifikan, karena suatu sistem yang mudah digunakan menjadi sangat diperlukan ketika digunakan dalam situasi darurat.

Penelitian serupa dilakukan oleh Tyas & Darma, (2017) menyatakan X_1 tidak memiliki pengaruh, karena meskipun sistem tersebut bermanfaat, seseorang cenderung memerlukan informasi yang lengkap dan akurat mengenai kegunaan aplikasi mobile banking sebelum menggunakan secara nyata.

Disaat yang sama juga penelitian oleh Pikkarainen dkk., (2004), X_2 tidak memengaruhi penerimaan seseorang kepada sistem perbankan mobile banking. Karena kemampuan masyarakat untuk mengadopsi sistem teknologi baru terbilang cepat jadi persepsi kemudahan penggunaan dianggap kurang mempengaruhi penerimaan sistem teknologi. Di samping itu, penelitian telah menunjukkan bahwa Faktor kemudahan penggunaan bukanlah elemen utama

yang meningkatkan minat untuk memanfaatkan layanan mobile banking. (Soesilo, 2006).

Z (Sikap Pengguna) merupakan suatu kecenderungan merespon dengan pandangan positif atau negatif kepada suatu perilaku. Umumnya, semakin individu menilai bahwa perilaku tertentu akan membawa dampak positif, mereka akan condong untuk memberikan tanggapan yang positif kepada perilaku tersebut. Sebaliknya, semakin individu menilai dengan evaluasi yang negatif, mereka akan cenderung memberikan tanggapan yang negatif kepada perilaku tersebut.

⁶⁰ Penelitian yang dilakukan oleh Ramadya, (2022) mengungkapkan bahwa Z berpengaruh positif dan signifikan kepada Y ⁶⁴ sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin baik Z pada aplikasi maka Y akan semakin meningkat

Dengan dasar informasi yang telah disampaikan sebelumnya, penelitian ini akan berfokus dengan judul “PENGARUH X1/DAN X2 PADA SIKAP DAN MINAT kepada PENGGUNAAN MOBILE BANKING BANK JATIM DI SURABAYA” peneliti berharap bahwa melalui penelitian ini, dapat tergambarkan suatu gambaran bagi perusahaan mengenai dampak *Technology Acceptence Model* (TAM) yang mencakup pengaruh kemudahan dan manfaat kegunaan aplikasi mobile banking dalam meningkatkan ² sikap dan minat penggunaan kepada mobile banking jconnect bank jatim di Surabaya. ⁵⁹

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Persepsi Kemudahan (X_2) Mempunyai pengaruh kepada Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) dari layanan mobile banking yang sudah disediakan oleh bank jatim?
2. Apakah Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) Memiliki pengaruh kepada sikap pada penggunaan (Z) dari layanan mobile banking yang sudah disediakan oleh bank jatim?
3. Apakah Persepsi Kemudahan (X_2) Mempunyai pengaruh kepada Sikap Penggunaan (Z) dari layanan mobile banking yang sudah disediakan oleh bank jatim?
4. Apakah Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) Mempunyai pengaruh kepada Minat Perilaku (Y) dari layanan mobile banking yang sudah disediakan oleh bank jatim?
5. Apakah Persepsi Kemudahan (X_2) Mempunyai pengaruh pada Minat Perilaku (Y) dari layanan mobile banking yang sudah disediakan oleh bank jatim?
6. Apakah Sikap Penggunaan (Z) berpengaruh pada Minat Perilaku (Y) dari layanan mobile banking yang disediakan oleh bank jatim?
7. Apakah Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) berpengaruh pada Minat Perilaku (Y) dengan Sikap Penggunaan (Z) sebagai variabel intervening dari layanan mobile banking yang disediakan oleh bank jatim?

8. Apakah Persepsi Kemudahan (X_2) berpengaruh pada Minat Perilaku (Y) dengan Sikap Penggunaan (Z) sebagai variabel intervening dari layanan mobile banking yang disediakan oleh bank jatim?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui paparan kerangka, target dari telaah eksperimen sebagai berikut :

1. Untuk mendapatkan hasil dari analisis adanya pengaruh pada variabel Persepsi Kemudahan (X_2) kepada Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) dari layanan mobile banking Yang telah disiapkan bank Jatim.
2. Untuk mendapatkan hasil dari analisis pada Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) kepada Sikap Penggunaan (Z) dari layanan mobile banking Yang telah disiapkan bank Jatim.
3. Untuk mendapatkan hasil dari analisa variabel Persepsi Kemudahan (X_2) kepada Sikap Penggunaan (Z) dari layanan mobile banking Yang telah disiapkan bank Jatim.
4. Untuk mendapatkan hasil dari analisa variabel Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) kepada Minat Perilaku (Y) dari layanan mobile banking Yang telah disiapkan bank Jatim.
5. Untuk mendapatkan hasil dari analisa variabel Persepsi Kemudahan (X_2) kepada Minat Perilaku (Y) dari layanan mobile banking Yang telah disiapkan bank Jatim.

6. Untuk mendapatkan hasil dari analisa variabel Sikap Penggunaan (*Z*) kepada Minat Perilaku (*Y*) dari layanan mobile banking Yang telah disiapkan bank Jatim.
7. Untuk mendapatkan hasil dari analisa variabel Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) kepada Minat Perilaku (*Y*) dari layanan mobile banking Yang telah disiapkan bank Jatim dengan Sikap Penggunaan (*Z*) sebagai variabel intervening.
8. Untuk mendapatkan hasil dari analisa variabel Persepsi Kemudahan (*X2*) kepada Minat Perilaku (*Y*) dari layanan mobile banking yang telah disiapkan bank Jatim dengan Sikap Penggunaan (*Z*) sebagai variabel intervening.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Pihak Akademisi

Hasil kajian ini bisa dijadikan sebagai acuan ilmiah untuk studi-studi lebih lanjut dan pembahasan dalam mata kuliah yang terkait dengan ilmu manajemen, teknologi informasi, dan perilaku konsumen.

2. Bagi Pihak Bank Jatim

Hasil penelitian dapat digunakan oleh Bank Jatim untuk mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam mempromosikan layanan mobile banking dan meningkatkan kualitas layanan sesuai dengan kebutuhan nasabah.

3. Bagi Pihak Nasabah

Hasil penelitian ini dapat membantu Bank Jatim memperbaiki dan mengkustomisasi layanan mobile banking sesuai dengan kebutuhan nasabah, sehingga nasabah dapat menikmati pengalaman yang lebih baik.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Agar lebih mudah mempelajari skripsi, maka disusunlah struktur penyusunan yang mencakup :

26

1. BAB I : PENDAHULUAN

Berisikan Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian juga Sistematika Skripsi

2. BAB II : TELAAH PUSTAKA

10

Berisikan mengenai Landasan Teori, Penelitian Terdahulu, Hipotesis, dan Model Analisis

3. BAB III : METODE PENELITIAN

36

Berisikan Variabel Penelitian, Cara Pengambilan Sampel, Jenis dan Sumber Data, serta Metode Metode Analisis yang digunakan dalam penelitian ini.

10

4. BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisikan Gambaran Umum Subyek Penelitian, Deskripsi Hasil Penelitian, Pengujian Hipotesis, dan Pembahasan Hasil Penelitian

5. BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

12

Berisikan Simpulan Hasil Penelitian dan Saran

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1.1 Landasan Teori

2.1.3 Pengertian *Mobile Banking* / *M-Banking*

Menurut Abbas dkk., (2018) *mobile banking* adalah salah satu kemajuan teknologi untuk mengakses informasi akun mereka dan melakukan transaksi keuangan melalui internet melalui *smartphone* atau perangkat elektronik lainnya. Meskipun layanan *mobile banking* diakses di *smartphone*, anjungan tunai mandiri, dan internet banking memberikan pelayanan yang efisien (Safeena dkk., 2012)

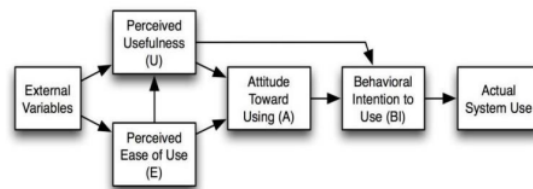
Mobile Banking adalah saluran penyampaian nirkabel yang memberikan peningkatan nilai bagi perbankan untuk nasabah bertransaksi Pousttchi & Schurig, (2004). Menurut Shaikh & Heikki Karjaluoto, (2015). *Mobile Banking* adalah salah satu teknologi digital yang memadukan teknologi komunikasi selular dan jasa keuangan. Nasabah dapat melakukan beberapa keuangan melalui telepon selular yang disediakan oleh lembaga jasa keuangan.

Menurut beberapa ahli dapat dilihat di luar penguraian *mobile banking* dan kesimpulan yang didapat bahwa *mobile banking* ialah salah satu kemajuan teknologi yang memudahkan nasabah untuk mengakses informasi akun mereka dan melakukan

transaksi keuangan melalui internet menggunakan *smartphone*. Dengan demikian *mobile banking* memberikan fleksibilitas dan efisiensi dalam mengelola keuangan bagi para nasabah.

2.1.4 Pengertian ³⁴ *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan model pengembangan dari model TRA (*Theory of Reasoned Action*) yang dikenalkan oleh Davis, (1989). X1 dan X2 merupakan dua konstruk ¹⁴ utama dalam *technology acceptance model (TAM)*. Penerapan metode ini dapat disahkan karena keputusan individu untuk mengadopsi suatu sistem informasi teknologi dapat diterangkan dan diprediksi melalui minat perilaku mereka. (Jogiyanto, 2007).



Gambar 2. Sumber Davis (1989) *Technonology Acceptance Model*

Gambar 2 menjelaskan tentang hubungan antar variabel yang digagas oleh Davis, (1989) external variabel diharapkan memberikan pengaruh kepada X1 dan X2. Selanjutnya, variabel X2 diantisipasi memberikan pengaruh kepada perceived usefulness. Dua variabel tersebut, yaitu X1 dan X2, secara bersama-sama diharapkan memberikan pengaruh kepada variabel Z. Kemudian, variabel

X1diantisipasi memberikan pengaruh kepada variabel Y to use. Selain itu, variabel Y to use diharapkan dipengaruhi oleh variabel Z dan memberikan pengaruh kepada actual system usage.

2.1.5 Pengertian *Perceived Usefulness*

⁵⁶ X1 adalah dimana seorang individu meyakini bahwa menggunakan sistem teknologi dapat meningkatkan kinerjanya Davis, (1989). Menurut Nugraha dkk., (2021) X1 merupakan suatu metrik di mana pengguna sistem informasi ² diyakini akan memberikan manfaat bagi individu yang menggunakannya.

X1 diartikan sebagai ² keyakinan seseorang bahwa penggunaan sistem teknologi akan meningkatkan kualitas pekerjaannya. Semakin bermanfaat sistem teknologi tersebut, semakin sering pengguna akan menggunakannya (TAHAR dkk., 2020).

Pengertian X1 menurut beberapa ahli diatas dapat disimpulkan bahwa X1 sebagai tolak ukur dimana pengguna sistem teknologi merasakan kegunaan yang didapatkan.

2.1.5.1 Indikator *Perceived Usefulness*

Ada beberapa indikator X1 Kumala dkk., (2020) antara lain :

1. *Work More Quickly* yaitu kemampuan seseorang untuk menyelesaikan pekerjaannya lebih cepat dengan bantuan teknologi dan merasa bahwa teknologi tersebut bermanfaat. Sebaliknya, jika teknologi tidak memberikan kontribusi yang signifikan kepada pekerjaan, maka kepercayaan individu akan terjadi penurunan.

2. *Useful* Memiliki artian seseorang yang memakai sebuah teknologi serta mempunyai rasa jika teknologi tersebut memberikan manfaat bagi pekerjaan merupakan indikator dari peningkatan kepercayaan individu kepada adanya teknologi itu. Namun sebaliknya jika individu memiliki rasa jika teknologi yang dipakai tidak memberikan manfaat, kepercayaan untuk memakai teknologi akan terjadi sebuah penurunan.
3. *Effectiveness* merupakan seorang individu yang memanfaatkan suatu teknologi dan berhasil menyelesaikan tugasnya dengan efisien akan menganggap teknologi tersebut bermanfaat. Sebaliknya, jika seseorang menganggap teknologi yang digunakan tidak efisien, maka kepercayaannya kepada teknologi tersebut akan menurun.
4. *Perfomance* merupakan seseorang yang merasa perfoma pekerjaannya meningkat apabila menggunakan suatu teknologi, sebaliknya, apabila seseorang merasa performa pekerjaannya tidak meningkat, maka seseorang menganggap teknologi yang digunakan tidak berguna.

Semakin tinggi X_1 yang dirasakan oleh seseorang, maka minatnya untuk menggunakan mobile banking semakin besar. Persepsi *usefulness* ini muncul karena penggunaan mobile banking bank jatim dianggap efektif, bermanfaat, dan mudah sehingga meningkatkan niat seseorang untuk terus menggunakan layanan mobile banking tersebut.

2.1.6 Pengertian X_2

X_2 merupakan indikator yang menunjukkan sejauh mana seseorang meyakini bahwa suatu teknologi dapat digunakan dengan mudah Tyas & Darma, (2017). X_2 ini

juga bisa dipahami sebagai keyakinan tentang proses pengambilan keputusan dalam memanfaatkan suatu teknologi, di mana penilaian tersebut melibatkan seberapa efektif teknologi tersebut dapat digunakan. memberikan kemudahan dalam menyelesaikan pekerjaan. (I Gnj & Gakg, 2023.)

Menurut Fatmawati dkk., (2017) mengatakan bahwa X2 dapat dianggap sebagai ukuran ⁶¹sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi adalah suatu proses yang mudah, sehingga individu tidak mengalami kesulitan dalam mempelajari dan mengoperasikan teknologi tersebut.

Peran X2 adalah untuk mengevaluasi sejauh mana suatu teknologi yang diterapkan oleh seseorang dianggap mudah digunakan dan dipelajari. Selain itu, hal ini dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan individu apakah mereka akan menggunakan atau tidak menggunakan teknologi tersebut.

2.1.6.1 Indikator X2

Adapun beberapa indikator X2 menurut Qomariah, (2022) antara lain :

1. Mudah digunakan, ²sejauh mana pengguna merasa bahwa suatu teknologi dapat dioperasikan dengan kemudahan.
2. Kemudahan dalam pembayaran, sejauh mana suatu teknologu dapat dianggap mudah dalam pembayaran bagi pengguna
3. Kemudahan pengguna, sejauh mana suatu teknologi dapat diakses, dipahami dan digunakan oleh pengguna dengan tingkat kenyamanan dan keefektifan yang tinggi.

4. Integritas, merujuk pada integritas data atau integritas dalam proses dan operasi *mobile banking*.

2.1.7 Pengertian *Attitude Towards Using*

Menurut Driediger & Bhatiasevi, (2019) *Attitude Towards Using* adalah hubungan dengan seseorang kepada minat mereka dalam menggunakan suatu teknologi. Penelitian sebelumnya juga mengatakan bahwa *attitude* merupakan hal yang paling mendasar dalam hal apapun mengenai penerimaan teknologi Hussein, (2017). Dalam teori, *attitude* atau sikap dapat diartikan sebagai bentuk respons yang tercermin dari persepsi seseorang kepada penggunaan teknologi, baik dalam situasi yang menyenangkan maupun tidak menyenangkan (Fatmawati dkk., 2017)

Menurut Hill dkk., (1977) Sikap merupakan kecenderungan respons awal yang diberikan oleh individu kepada situasi yang menyenangkan atau tidak menyenangkan terkait dengan suatu objek tertentu. Sikap ini muncul karena individu membentuk penilaian yang didasarkan pada nilai dan kepercayaan kepada objek tersebut..

Dapat disimpulkan dari penjelasan beberapa ahli diatas bahwa *attitude towards using* adalah salah satu tolak ukur dalam metode TAM kepada sikap Penggunaan suatu teknologi digunakan untuk menilai apakah suatu teknologi tersebut diterima atau ditolak oleh individu.

2.1.7.1 Indikator *Attitude Towards Using*

Menurut Larasati & Wulandadari, (2019) indikator dalam *attitude towards using* adalah :

1. Kenyamanan berinteraksi, untuk mengetahui sejauh mana individu merasa nyaman dan puas saat berinteraksi dengan perangkat atau aplikasi teknologi.
2. Senang menggunakan, mencakup pengalaman positif dan penuh kegembiraan selama berinteraksi dengan perangkat lunak, perangkat keras, atau aplikasi. Ini adalah aspek penting dalam merancang produk teknologi yang sukses.
3. Menikmati penggunaan, untuk mengetahui pengguna tidak hanya menggunakan produk atau layanan tersebut sebagai alat atau sarana, tetapi juga merasakan kepuasan dan kegembiraan dalam prosesnya

2.1.8 Pengertian Y

Menurut Davis dkk., (1989) *Y* digunakan untuk mengukur sejauh mana seseorang bermaksud untuk melaksanakan perilaku atau tindakan tertentu. Seseorang akan mengambil tindakan jika memiliki keinginan atau niat untuk melakukannya.

Menurut Rahayu dkk., (2017) *Y* adalah niat perilaku untuk memiliki perilaku atau kecenderungan dalam menggunakan atau memilih suatu sistem teknologi informasi. Ini dapat diamati melalui motivasinya untuk terus menggunakannya atau beralih ke teknologi lain dan menambahkan alat-alat pendukung. (Faisal & Kraugusteeliana, 2019) menyatakan *Y* mengacu pada kecenderungan niat seorang individu untuk terus menggunakan suatu teknologi atau sebaliknya.

Berdasarkan beberapa pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa *Y to use* adalah kecenderungan atau niat individu untuk memakai atau mengadopsi suatu sistem teknologi informasi berdasarkan motivasi dan keinginan mereka.

2.1.8.1 Indikator *Y*

Menurut Chawla & Joshi (2019) indikator dalam *Y* adalah sebagai berikut :

1. Keinginan Untuk Menggunakan, Mengacu pada berbagai faktor atau aspek yang menjadi motivasi bagi seseorang untuk menggunakan suatu teknologi.
2. Menggunakan Secara Rutin, tendensi individu untuk secara rutin atau konsisten menggunakan suatu teknologi dalam kehidupan sehari-hari.
3. Minat Merekomendasikan, sejauh mana seseorang tertarik atau bersedia untuk memberikan rekomendasi terkait suatu teknologi kepada orang lain.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Ivan Rifqi Ramadya	Pengaruh X2 dan X1 kepada Z serta Dampaknya kepada Y	X1 : X2 X2 : Perceived Usefulness Y1 : Y M : Z	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) X2 Mempunyai pengaruh yang positif kepada Perceived Usefulness

				<p>(2) X2 Mempunyai pengaruh positif kepada Z</p> <p>(3) X1Mempunyai pengaruh positif kepada Z</p> <p>(4) Z Mempunyai pengaruh positif kepada Y</p> <p>(5) X2 Mempunyai pengaruh positif kepada Y</p> <p>(6) X1Mempunyai pengaruh positif kepada Y</p>
2.	<p>Wiprayoga P. Agung W.K I G.N.J., Gede S. Suasana G.A.K.G</p>	<p>The Role of Z Mediates The Influence of X1and X2 on Yo Use</p>	<p>X1 : X2 X2 : Perceived Usefulness Y1 : Y Z : Z</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa</p> <p>(1) X1mempunyai pengaruh positif kepada Y</p> <p>(2) X2 mempunyai pengaruh positif kepada Y</p>

				(3) X1 mempunyai pengaruh positif kepada Z (4) X2 mempunyai pengaruh positif kepada Z (5) Z mempunyai pengaruh positif kepada Y to Use
3.	Elok Irianing Tyas Emile Satia Darma	Pengaruh Perceived Usefulness, X2, Perceived Enjoyment, dan Actual Usage kepada Penerimaan Teknologi Informasi : Studi Empiris Pada Karyawan Bagian Akuntansi dan Keuangan 63 Baitul Maal Wa	X1 : Perceived Usefulness X2 : X2 X3 : Perceived Enjoyment X4 : Actual use Y : Acceptance of IT Z : Z	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) X2 mempunyai pengaruh positif kepada X1 (2) X1 tidak berpengaruh kepada Z (3) X2 tidak berpengaruh kepada Attitude Tward Using (4) Perceived Enjoyment tidak berpengaruh kepada

		<p>Tamwil</p> <p>Wilayah Daerah</p> <p>Istimewa</p> <p>Yogyakarta dan</p> <p>Sekitarnya</p>		<p>Attitude Tward</p> <p>Using</p> <p>(5) X2 tidak</p> <p>berpengaruh kepada</p> <p>Actual use</p> <p>(6)X1 tidak</p> <p>berpengaruh kepada</p> <p>Actual Use</p> <p>(7) X1 tidak</p> <p>berpengaruh kepada</p> <p>Acceptence of IT</p> <p>(8) Z tidak</p> <p>berpengaruh kepada</p> <p>Acceptence of IT</p>
4.	<p>Made Wahyu</p> <p>Adhiputra</p>	<p>Aplikasi</p> <p>Technology</p> <p>Acceptence</p> <p>Model kepada</p> <p>Pengguna</p> <p>Layanan</p> <p>Internet</p> <p>Banking</p>	<p>X1 : X2</p> <p>X2 : Perceived</p> <p>Usefulness</p> <p>Y: Actual Usage</p> <p>Z : Z</p>	<p>Hasil penelitian ini</p> <p>menunjukkan bahwa</p> <p>(1) X2 berpengaruh</p> <p>kepada Z</p> <p>(2) Perceived</p> <p>Usefulness</p> <p>berpengaruh kepada</p> <p>Z</p> <p>(3) X2 berpengaruh</p> <p>kepada Actual Usage</p>

				(4) X1 berpengaruh kepada Actual Usage (5) Z berpengaruh kepada Actual Usage
5.	Gabriella Juliani Nike Taruna Martha Anastasia Sibarani Yenny	The Acceptence of XYZ Bank's Mobile Banking Application Using Technology Acceptence Model (TAM)	X1 : Perceived Usefulness X2 : X2 X2 : Trust Z1 : Z Z2 : Y to Use Y : Actual use	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) X1 mempunyai pengaruh positif kepada Trust (2) Trust mempunyai pengaruh positif kepada Z (3) Trust mempunyai pengaruh positif kepada Y (4) X2 mempunyai pengaruh positif kepada Perceived Usefulness (5) X1 mempunyai pengaruh positif kepada Z

				<p>(6) X2 mempunyai pengaruh positif kepada Z</p> <p>(7) X1 mempunyai pengaruh positif kepada Y</p> <p>(8) Trust mempunyai pengaruh positif kepada Y</p> <p>(9) Y mempunyai pengaruh positif kepada Actual Use</p>
6.	<p>Dini Fatmawati</p> <p>Santirianingrum</p> <p>Soebandhi</p> <p>Agus Baktiono</p>	<p>Pengaruh</p> <p>Relevance,</p> <p>Percieve</p> <p>Usefulness,</p> <p>Percieve Ease of Use pada Sikap kepada Penggunaan Layanan Sistem Informasi E-Dishub Surabaya</p>	<p>X1 : Relevance</p> <p>X2 : Percieve Usefulness</p> <p>X3 : Percieve Ease of Use</p> <p>Y : Attitude</p>	<p>(1) Relevance berpengaruh signifikan kepada Attitude</p> <p>(2) Percieve Usefulness berpengaruh signifikan kepada Attitude</p> <p>(3) Percieve Ease of Use berpengaruh signifikan kepada Attitude</p>

7.	Cuning Fan	English learning motivation with TAM: Undergraduates' Y to use Chinese indigenous social media platforms for English learning	X1 : Perceived Usefulness X2 : X2 X3 : Perceived Enjoyment Y : Y	(1) X1 mempunyai pengaruh positif kepada Y (2) X2 mempunyai pengaruh positif kepada Y (3) Perceived Enjoyment mempunyai pengaruh positif kepada Y
8.	Korhan Gokmenoglu Mohamad Kaakeh	An empirical investigation of the extended Technology Acceptance Model to explain mobile banking adoption	X1 : X2 X2 : Perceived Reliability X3 : Perceived Usefulness Y : Intention to Use	(1) X2 mempunyai pengaruh positif kepada Intention to Use (2) Perceived Reliability mempunyai pengaruh positif kepada Intention to Use (3) X1 mempunyai pengaruh positif kepada Intention to Use

9.	Vishanth Weerakkody, Kawaljeetn Kapoor, Maria Elisavet, Zahir Irani & Yogesh K. Dwivedi	Factors influencing user acceptance of public sector big open data	X1 : Perceived Usefulness X2 : X2 X3 : Social Influence Y : Y	(1) X2 berpengaruh positif dan signifikan kepada Perceived Usefulness (2) X1berpengaruh positif dan signifikan kepada Y (3) X2 berpengaruh positif dan siginifikan Y (4) Social Influence berpengaruh posoitif dan signifikan Y
10.	Chet Claar, Laura Portolese Dias, Robert Shields	Student Acceptence of Learning Management Systems: A Study On Demographics.	X1 : Perceived Usefulness X2 : X2 Z : Z Y : Y	(1) X2 mempunyai pengaruh positif kepada Perceived Usefulness (2) X1mempunyai pengaruh positif kepada Z (3) X2 mempunyai pengaruh positif kepada Z

				(4) X1 mempunyai pengaruh positif kepada Y (5) Z mempunyai pengaruh positif kepada Y
--	--	--	--	---

2.2.1 ²⁸ Hipotesis dan Model Analisis

2.3.1 Hipotesis

Hipotesis adalah suatu dugaan yang dapat diuji dan dapat diterima atau ditolak. Berdasarkan rumusan masalah yang diajukan dan tinjauan pustaka,

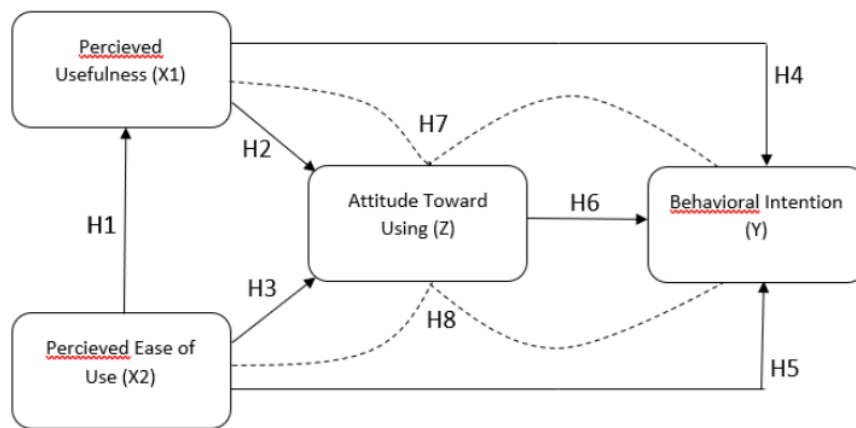
⁷³ hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

- H1 : X2 berpengaruh signifikan pada X1
- H2 : X1 berpengaruh signifikan pada Z
- H3 : X2 berpengaruh signifikan pada Z
- H4 : X1 berpengaruh signifikan pada Y
- H5 : X2 berpengaruh signifikan pada Y
- H6 : Y berpengaruh signifikan pada Z
- H7 : X1 berpengaruh signifikan pada Y melalui Z
- H8 : X2 berpengaruh signifikan pada Y melalui Z

2.3.2 Model Hipotesis

Beralaskan dengan jurusan serta dasar hukum yang sudah dijabarkan diatas hingga dibuatlah suatu model berupa analisis yang bisa dilihat :

Gambar 2.1 Model Analisis



Keterangan :

----- = Secara tidak langsung (melalui variabel intervening)

———— = Secara langsung

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Studi ini memakai metode kuantitatif. Metode kuantitatif mengacu pada teknik yang dipakai dalam menyelidiki populasi maupun sampel yang sudah ditentukan. Biasanya sampel diambil dengan Acak lalu data dikumpulkan memakai alat penelitian serta analisis pada data dilaksanakan secara kuantitatif yaitu dengan statistik angka yang bertujuan untuk Mendapatkan hasil dari uji hipotesis yang sudah ditentukan (Sugiono, 2014). Berdasarkan Siregar dan Wikarsa (2010) data kuantitatif merupakan data yang numerik ataupun kualitatif yang sudah di kuantifikasi serta pada pengolahan datanya memakai analisis statistik.

Prosedur dari penelitian yang sudah ditetapkan yaitu "Pengaruh X_1 dan X_2 kepada Sikap dan Minat dalam Penggunaan *Mobile Banking* Bank Jatim di Surabaya". Interaksi terjadi antara variabel dalam pengamatan ini, yaitu pengaruh X_1 (X_1) dan X_2 (X_2), Z (Z), serta Y (Y).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah kumpulan elemen yang mencakup fenomena tertentu yang memiliki karakteristik dan keunikan tertentu. (Sugiyono, 2014). Populasi adalah himpunan dari semua individu, objek, atau ukuran yang mungkin menjadi fokus perhatian. (Suharyadi & Purwanto, 2012). Populasi yang menjadi fokus penelitian

⁵¹ ini adalah individu yang berusia 17 tahun ke atas dan memiliki rekening di Bank Jatim di wilayah Surabaya.

¹⁹ 3.2.2 Sampel dan Teknik Sampling

Berdasarkan Sugiono (2014) sampel dikatakan sebagai segmen dari keseluruhan jumlah serta sifat yang dipunyai dari populasi, sehingga sampel memberikan perwakilan dari populasi serta pemilihan sampel perlu dilakukan perhitungan berbagai faktor. Menurut Hair et al (2014) memberikan pernyataan jika jumlah dari sampel minimum sudah tidak Komenda sikan yaitu 10 kali lipat dari hasil total indikator. Pada konteks studi ini, dengan adanya 14 indikator, maka jumlah Informan yang dibutuhkan adalah $14 \times 10 = 140$ orang.

Dalam penelitian ini, Teknik pada proses pengambilan dari sampel yang dipakai yaitu ¹³ purposive sampling. Sugiyono (2014) menjelaskan bahwa Purposive Sampling adalah metode penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Berdasarkan pengertian ini, peneliti menetapkan sifat-sifat dan karakteristik yang menjadi fokus dalam penelitian untuk memudahkan pelaksanaan penelitian. Sampel yang dipilih oleh peneliti memiliki syarat sebagai berikut:

1. Seseorang yang berumur diatas 17 tahun

Pengumpulan kuisisioner menggunakan prosedur ¹⁵ pemberian skor 1-5 berlaku pada SS = Sangat Setuju (5), S Setuju (4), N = Kurang Setuju (3), TS = Tidak Setuju (2), STS = Sangat Tidak Setuju (1).

3.3 Identifikasi Variabel

Ditemukan 3 variabel dalam penelitian ini, ialah variabel independen, variabel mediasi, dan variabel dependen. Dijelaskan seperti berikut :

33

1. Variabel Bebas

Menurut Sugiyono (2014), variabel bebas merupakan pengaruh atau atau munculnya variabel dependen (terikat). Observasi terpakai 2 variabel independent (X) yakni $X_1(X_1)$ dan $X_2(X_2)$.

31

2. Variabel Terikat

Menurut Sugiyono (2014), variabel terikat adalah variabel yang terpengaruh atau membuat hasil karena keberadaan variabel bebas.. Observasi ini variabel dependen (Y) yakni $Y(Y)$.

3. Variabel *Intervening*

Variabel Intervening dikatakan sebagai variabel dengan peranan mediasi pada hubungan Di antara variabel eksogen serta variabel endogan. Observasi pada variabel intervening Fahri(Z) ialah $Z(Z)$.

54

3.4 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional pada variabel menunjukkan pada sebuah deskripsi yang sudah diberikan pada sebuah variabel dan memberikan interpretasi pada penetapan sebuah tindakan ataupun prosedur operasional yang dibutuhkan dalam melakukan penilaian variabel tertentu (Sugiyono, 2013).

7

3.4.1 Definisi Operasional Variabel $X_1(X_1)$

Dalam penelitian ini dioperasionalkan (PU) adalah tingkat keyakinan nasabah dengan menggunakan Jconnect akan meningkatkan kinerjanya.

Indikator pada variabel X1 menurut Kumala dkk. (2020) antara lain :

- 20 1. Work More Quickly
2. Useful
3. Effectiveness
4. Performance

48 3.4.2 Definisi Operasional Variabel X2 (X2)

Dalam penelitian ini dioperasionalkan (PEOU) adalah tingkat kemudahan dalam menggunakan Jconnect bagi nasabah.

Indikator dalam variabel X2 menurut Qomariah (2022) antara lain :

1. Mudah Digunakan
2. Kemudahan Dalam Pembayaran
3. Kemudahan Pengguna
4. Integritas

7 3.4.3 Definisi Operasional Variabel Z (Z)

Dalam penelitian ini dioperasionalkan (ATU) adalah sikap yang dialami nasabah dalam menggunakan Jconnect.

Indikator dalam Variabel Z menurut Larasati & Wulandadari (2019) antara lain :

1. Kenyamanan Berinteraksi
2. Senang Menggunakan
3. Menikmati Penggunaan

7 3.4.4 Definisi Operasional Variabel Y (Y)

Dalam penelitian ini dioperasionalkan (BI) adalah niat atau keinginan nasabah dalam menggunakan Jconnect.

Indikator dalam variabel Y menurut Chawla & Joshi (2019) antara lain :

1. Keinginan Untuk Menggunakan
2. Menggunakan Secara Rutin
3. Minat Merekomendasikan

3 3.5 Jenis dan Sumber Data

3.5.1 Jenis Data

Data kuantitatif yang digunakan mencakup angka atau nilai numerik serta nominal. Data kuantitatif ini menjadi dasar untuk analisis diskusi yang diperoleh melalui distribusi kuesioner yang kemudian diolah dan diukur berdasarkan nilai numerik (*scoring*).

12 3.5.2 Sumber Data

Pada penelitian ini menggunakan dua sumber data sebagai berikut :

1. Data Primer

Menurut Sugiyono, (2014) data kuantitatif adalah informasi khusus dikumpulkan dan terkait langsung dengan permasalahan penelitian yang akan diinvestigasi. Dalam riset ini, data kuantitatif terdiri dari jawaban partisipan kepada pernyataan dalam kuesioner yang dikumpulkan di Kota Surabaya. Data primer ini menjadi sumber informasi utama dalam penelitian.

²⁵ 2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono, (2014), data sekunder adalah sumber informasi yang mengandung elemen utama dan detail, atau sumber informasi yang tidak diperoleh langsung oleh peneliti. ² Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh melalui jurnal, karya tulis, dan informasi daring yang berkaitan dengan topik penelitian.

¹⁶ 3.6 Prosedur Pengumpulan Data

Teknik yang diterapkan dalam observasi ini adalah melalui penggunaan kuisisioner. Kuisisioner dalam penelitian ini diukur menggunakan skala Likert, yang mengharuskan Informan memberikan nilai dengan skala 5 poin, di mana ⁸ (1) Sangat Tidak Setuju (STS); (2) Tidak Setuju (TS); (3) Netral (N); (4) Setuju (S); (5) Sangat Setuju (SS).

3.7 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menerapkan metodologi ⁶⁷ *Partial Least Square* (PLS). Untuk mengolah data dan menyimpulkan hasil, ⁷ peneliti menggunakan program *SmartPLS*. *Partial Least Square* (PLS) adalah model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berfokus pada komponen atau varia. ¹ Hasilnya adalah residual dari variabel dari variabel dependen (Ghozali, 2008)

Analisis pada *Partial Least Square* (PLS) dilakukan melalui beberapa tahap, antara lain :

1. Analisis *Outer Model*

2. Analisis *Inner Model*

3. Pengujian Hipotesis

3.7.1 Pengujian *Outer Model* atau Model Pengukuran

Analisa mau di luar dipakai dalam melakukan evaluasi pengukuran yang mewadahi dalam menjadi pengukuran yang sah.

1. *Convergent Validity*

Convergent validity (Validitas konvergen) pada mode sebuah pengukuran maupun indeks dari refleksi dilakukan penilaian melalui hubungan diantara nilai item maupun komponen dengan nilai konstruksi yang sudah di itu memakai metode Partial Least Squares atau PLS. Melakukan pengukuran refleksi dianggap baik apabila hubungannya berdasarkan struktur yang sudah diukur lebih tinggi dari 0,70. Tahapan awal pembangunan skala pengukuran, mempunyai nilai beban pengukuran sekitar 0,5 hingga 0,60 mempunyai anggapan memadai. (Ghozali, 2008)

2. *Discriminant Validity*

Discriminant validity Pada model pengukuran memakai metrics dari refleksi yang sudah di evaluasi dengan melihat dari cross loading pada konstruk yang dikembangkan. Apabila hubungan diantara satu konstruk pada lainya serta satu indikator lebih tinggi daripada korelasi dengan konstruk lainnya, menandakan bahwa konstruk tersebut lebih baik dalam memprediksi indikator dibandingkan dengan konstruk lainnya. Cross loading dengan nilai lebih besar dari 0,70 dianggap memadai. Validitas diskriminan mencerminkan tingkat kesesuaian dengan temuan penelitian sebelumnya. (Ghozali, 2008)

3. *Composite Reliability*

Composite Reliability adalah dievaluasi melalui dua pendekatan, yaitu konsistensi internal dan koefisien alpha Cronbach, untuk menilai keandalan total dari struktur pengukuran. (Imam Ghozali, 2008). Pada uji Cronbach's Alfa nilai yang diinginkan yaitu lebih dari 0,70 pada semua konstruk.

4. *Average Variance Extracted (AVE)*

Average Variance Extracted (AVE) merupakan indikator yang Bisa dipakai dalam melakukan pengukuran ke andalan Skor dari komponen sebuah variabel merupakan Average Variance Extracted (AVE). Hasilnya cenderung lebih konservatif daripada keandalan komposit, dan nilai AVE diharapkan melebihi 0,5.(Ghozali, 2008)

3.7.2 *Pengujian Inner Model atau Model Struktural*

Model *inner* mengilustrasikan kaitan antara variabel yang didasarkan pada dasar teori. Evaluasi dari model struktural dilakukan dengan memperhitungkan nilai R-square pada konstruk yang berperan sebagai variabel dependen.

1. Estimasi Koefisien Jalur (*Path Coefficient*)

Koefisien pada jalur ini dipakai dalam menentukan sebuah pengaruh dari variabel dengan parsial maupun Mengetahui apakah ada pengaruh langsung di antara variabel, serta memberikan gambaran mengenai arah dari hubungan di antara variabel bagi yang positif maupun yang negatif.

2. *Coefficient of determination (R²)*

Ketika melakukan evaluasi model menggunakan *PLS*, langkah awalnya adalah *Coefficient of Determination* (R^2) untuk setiap variabel dependen. Perubahan dalam nilai *R Squared* Bisa dipakai untuk melakukan penilaian signifikansi Pengaruh kepada variabel independen yang sudah ditentukan kepada variabel dependen. Skala nilai-nilai *R square* adalah 0,75 (tinggi), 0,05 (sedang), dan 0,25 (rendah). (Ghozali, 2008).

3. *F* Square

F^2 memiliki tujuan untuk memvisualisasikan sejauh mana Ke berpengaruh pada variabel prediktor atau variabel Eksogen kepada variabel endogan pada konteks struktural. Menurut Ghozali (2008) klasifikasi kan ke dalam tiga kategori seperti nilai 0,02 untuk keterpengaruh yang lemah, nilai 0,15 untuk ke berpengaruh moderat nilai 0,35 untuk berpengaruh kuat.

4. *Goodness of Fit* (GoF)

Uji *Goodness of Fit* dilaksanakan untuk menilai kesesuaian model secara keseluruhan, baik pada *outer model* maupun *inner model*, serta untuk menentukan apakah terdapat kesesuaian antara nilai yang diamati dan nilai yang diharapkan dalam model. Standar yang digunakan adalah nilai $NFI > 0,662$ pada model *fit*.

3.7.3 Pengujian Hipotesis

Hipotesis Penelitian saat ini Uji dua sisi dan memberikan cerminan dari kekuatan di antara struktur, melakukan pelibatan dari uji koefisien jalur langsung serta pada jalur efek yang tidak langsung.. Untuk mengevaluasi signifikansi koefisien jalur,

penggunaan metode bootstrap (resampling) Bisa mendapatkan hasil yang jauh lebih valid ¹ (Rialdy et al., 2021).

BAB 4

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

Jconnect merupakan *mobile banking* dari Bank Jatim. *Mobile banking* yang baru saja dirilis pada tahun 2021 tersebut menyediakan berbagai layanan perbankan antara lain, transfer dana, memeriksa mutasi rekening, pembayaran listrik, pbb, air dan lain-lain. Layanan perbankan saat ini tidak terbatas pada keberadaan kantor fisik, melainkan telah berkembang menjadi konsep *real-time* yang memungkinkan akses dan pemanfaatan yang fleksibel oleh masyarakat, terutama di Surabaya, melalui aplikasi dan platform digital.

Pelayanan perbankan tidak lagi terpaku pada keberadaan fisik kantor, melainkan telah meluas ke konsep *real-time* yang memungkinkan akses dan pemanfaatan oleh masyarakat Surabaya melalui aplikasi dan platform digital. Aplikasi JConnect Mobile juga menawarkan penyimpanan transaksi yang sering digunakan, memberikan kenyamanan kepada pengguna dalam mengakses kembali transaksi tersebut. Aplikasi ini dapat diunduh dan diakses melalui *platform smartphone* berbasis Android dan iOS. JConnect Mobile memerlukan koneksi internet pada *smartphone* untuk menikmati layanannya.

4.1.1 Hasil Penelitian

30

4.2.1 Karakteristik Informan

Tabel 4.1 Karakteristik Informan Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki - Laki	52	37%
Perempuan	88	63%
Total	140	100%

Dari informasi yang tertera dalam tabel, dapat dinyatakan bahwa jumlah partisipan perempuan dalam studi ini adalah 88 orang, yang mencakup persentase sebanyak 63%. Di sisi lain, jumlah partisipan laki-laki adalah 52 individu, yang mencakup persentase 37%.

40

Tabel 4.2 Karakteristik Informan Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Presentase
18 – 25 Tahun	97	70%
26 – 30 Tahun	13	9%
31 – 35 Tahun	9	6%
36 – 40 Tahun	7	5%
Diatas 40 Tahun	14	10%
Total	140	100%

Dari informasi yang tertera dalam tabel, dapat dinyatakan bahwa mayoritas partisipan berada dalam antara usia 18 hingga 25 tahun, dengan jumlah partisipan mencapai 97 orang dan presentase sebesar 70%, usia di atas 40 tahun, memiliki 14

partisipan dengan presentase 10%. Sementara itu, partisipan dengan usia 26 hingga 30 tahun sebanyak 13 orang, dengan presentase 9%. Selanjutnya, kelompok usia 31 hingga 35 tahun memiliki 9 partisipan dengan presentase 6%. Kelompok usia terkecil, yaitu 36 hingga 40 tahun, memiliki 7 partisipan dengan presentase 5%.

3 **Tabel 4.3 Karakteristik Informan Berdasarkan Jenjang Pendidikan**

Jenjang Pendidikan	Jumlah	Presentase
SMA / Sederajat	37	26%
D3	5	4%
S1	88	63%
Pasca Sarjana (S2)	10	7%
Total	140	100%

Dari data yang tertera pada tabel, tingkat pendidikan yang paling dominan dalam riset ini adalah, yaitu S1 sebesar 88 Informan, SMA/Sederajat sebesar 37 partisipan, jenjang Pendidikan Pasca Sarjana (S2) sebesar 10 partisipan dan partisipan terkecil dengan jenjang pendidikan D3 sebesar 5 partisipan

3
Tabel 4.4 Karakteristik Informan Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Mahasiswa / Pelajar	82	59%
Karyawan Swasta	37	26%
PNS/TNI/POLRI	9	6%
Wiraswasta	12	9%
Total	140	100%

Dari data yang tertera pada tabel, tingkat pekerjaan yang paling dominan dalam riset ini adalah. yaitu mahasiswa/pelajar sebesar 82 , karyawan swasta sebesar 37 partisipan , wiraswasta sebesar 12 partisipan dan partisipan terkecil dengan pekerjaan PNS/TNI/POLRI sebesar 9 partisipan.

4.3 Deskripsi Variabel Penelitian

Dari informasi yang diperoleh melalui distribusi kuesioner yang telah dilakukan, data tersebut kemudian dianalisis secara kelompok untuk mendapatkan gambaran umum mengenai tanggapan Informan kepada setiap indikator di dalam setiap variabel. Agar dapat menentukan kategori rata-rata jawaban yang diberikan oleh 140 Informan kepada pernyataan dalam setiap variabel, dapat menggunakan rumus berikut:

$$\text{Interval Kelas} = \overset{25}{0,8}$$

Dari interval kelas tersebut, sehingga bisa diketahui batas nilai tiap variabel yang dikelompokkan berikut ini :

Tabel 4.5 Kategori Jawaban Informan

Interval	Kategori Jawaban	Skor
$4.20 < a \leq 5.00$	Sangat Setuju	5
$3.40 < a \leq 4.20$	Setuju	4
$2.60 < a \leq 3.40$	Netral	3
$1.80 < a \leq 2.60$	Tidak Setuju	2
$1.00 < a \leq 1.80$	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : data diolah

3.3.1 Deskripsi Jawaban Informan

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarkan, terdapat tiga jenis variabel, yaitu variabel independen X1(X1) dan X2 (X2) yang masing-masing terdiri dari delapan pernyataan. Selain itu, terdapat juga variabel penghubung atau intervening yaitu Attitude Towards Using (Z) yang terdiri dari tiga pernyataan. Variabel dependen, Y (Y), mencakup tiga pernyataan.

3.3.1.1 X1(X1)

45

Tabel 4.6 Jawaban Informan Mengenai X1

No.	Pernyataan	Jawaban					Mean
		SS	S	N	TS	STS	
1.	Jconnect membantu menyelesaikan pekerjaan saya lebih cepat	63	57	14	3	3	4,95

2.	Jconnect berguna bagi pekerjaan saya	51	69	17	1	2	4,9
3.	Jconnect dapat menyelesaikan pekerjaan saya secara efektif	54	69	15	0	2	4,85
4.	Penggunaan Jconnect meminimalkan kegiatan perbankan terutama dalam bertransaksi	62	63	9	4	2	4,87
Mean							4,89

Sumber : sumber data diolah

Dari informasi yang tertera, variabel (X1) mendapatkan rata-rata tanggapan dari partisipan yang berada dalam rentang $4,20 < a < 5,00$. Hal ini menandakan bahwa secara keseluruhan, partisipan menyatakan "Sangat Setuju" kepada pernyataan yang terdapat dalam variabel (X1).

3.3.1.2 X2 (X2)

Tabel 4.7 Jawaban Informan Mengenai X2

No.	Pernyataan	Jawaban					Mean
		SS	S	N	TS	STS	
1.	Jconnect mudah untuk saya operasikan	53	64	16	5	2	4,74
2.	Jconnect memudahkan dalam pembayaran	68	62	3	5	2	4,94

3.	Mobile banking Jconnect mudah untuk dimengerti.	53	63	16	6	2	4,82
4.	Jconnect adalah mobile banking yang aman	59	66	11	1	3	4,83
Mean							4,83

Sumber : data diolah

Dari informasi yang tertera, variabel (X2) mendapatkan rata-rata tanggapan dari partisipan yang berada dalam rentang $4,20 < a < 5,00$. Hal ini menandakan bahwa secara keseluruhan, partisipan menyatakan "Sangat Setuju" kepada pernyataan yang terdapat dalam variabel (X2).

3.3.1.3 Z (Z)

Tabel 4.8 Jawaban Informan Mengenai Z

No.	Pernyataan	Jawaban					Mean
		SS	S	N	TS	STS	
1.	Jconnect memberikan kenyamanan lebih saat bertransaksi	57	65	14	2	2	4,94
2.	Saya senang menggunakan Jconnect	60	54	22	2	2	4,84
3.	Secara keseluruhan saya menikmati penggunaan Jconnect untuk bertransaksi	53	68	16	1	2	4,8

Mean	4,86
-------------	-------------

Sumber : data diolah

Dari informasi yang tertera, variabel (Z) mendapatkan rata-rata tanggapan dari partisipan yang berada dalam rentang $4,20 < a < 5,00$. Hal ini menandakan bahwa secara keseluruhan, partisipan menyatakan "Sangat Setuju" kepada pernyataan yang terdapat dalam variabel (Z).

3.3.1.4 Y (Y)

Tabel 4.9 Jawaban Informan Mengenai Y

No.	Pernyataan	Jawaban					Mean
		SS	S	N	TS	STS	
1.	Jconnect mudah untuk saya operasikan	50	65	15	8	2	4,77
2.	Jconnect memudahkan dalam pembayaran	49	56	23	10	2	4,92
3.	<i>Mobile banking</i> Jconnect mudah untuk dimengerti.	53	43	36	6	2	4,77
Mean							4,82

Sumber : data diolah

Dari informasi yang tertera, variabel (Y) mendapatkan rata-rata tanggapan dari partisipan yang berada dalam rentang $4,20 < a < 5,00$. Hal ini menandakan bahwa secara keseluruhan, partisipan menyatakan "Sangat Setuju" kepada pernyataan yang terdapat dalam variabel (Y).

3.4 Analisis Data

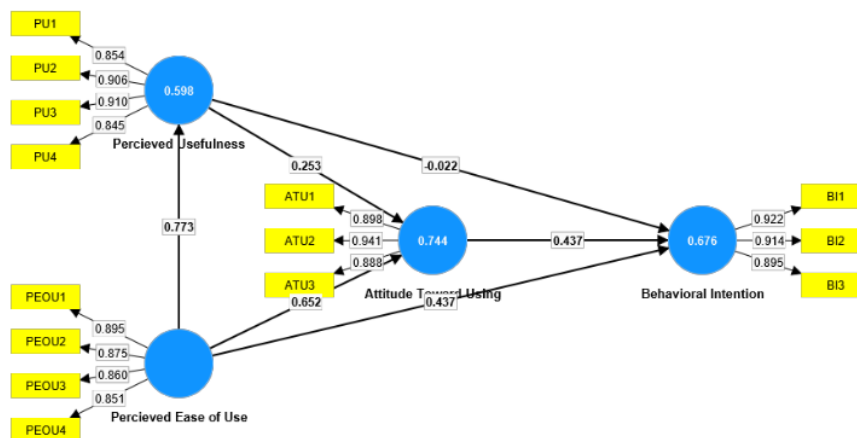
4.4.1 Uji Outer Model

Pengujian **model pengukuran** atau model luar dilaksanakan untuk memverifikasi keabsahan dan keandalan setiap pernyataan dalam setiap variabel penelitian, memastikan bahwa mereka dapat dipercaya dalam pengujian hipotesis penelitian.

3.4.1.1 Convergent Validity

Penilaian **convergent validity** adalah metode **untuk** mengevaluasi **hubungan antara indikator reflektif dan variabel laten**. Evaluasi validitas pada variabel $X1(X1)$, $X2(X2)$, $Z(Z)$, dan $Y(Y)$ menggunakan 14 pernyataan terlihat pada hasil *outer loading* di bawah ini.:

3 **Gambar 4.1 Hasil Uji Outer Model**



Sumber : data diolah **SmartPLS v 4.0.9.8**

Dalam studi ini, evaluasi *outer model* dilakukan melalui analisis algoritma menggunakan aplikasi *SmartPLS* versi 4.0.9.8. Panduan umum yang sering dipakai untuk menilai validitas *convergent* adalah memastikan bahwa faktor pemuatan melebihi 0,70 (Ghozali, 2008).

Tabel 4.10 Hasil Uji Outer Loading

	Attitude Toward Using	Behavioral Intention	Percieved Ease of Use	Percieved Usefulness
ATU1	0.898			
ATU2	0.941			
ATU3	0.888			
BI1		0.922		
BI2		0.914		
BI3		0.895		
PEOU1			0.895	
PEOU2			0.875	
PEOU3			0.860	
PEOU4			0.851	
PU1				0.854
PU2				0.906
PU3				0.910
PU4				0.845

Sumber : data diolah *SmartPLS* v 4.0.9.8

Tabel 4.10 merupakan semua item pernyataan pada variabel $X_1(X_1)$, $X_2(X_2)$, $Z(X)$, $Y(Y)$ beserta nilai *loading factor*. Berdasarkan hasil tersebut, nilai rata-rata *loading factor* > 0,70, memenuhi kriteria *convergent validity*. Oleh karena itu, penelitian dapat melanjutkan ke tahap selanjutnya, yaitu *discriminant validity*.

3.4.1.2 Discriminant Validity

Tabel 4.11 Cross Loading

Pernyataan	Attitude Toward Using	Behavioral Intention	Percieved Ease of Use	Percieved Usefulness
ATU1	0.898	0.708	0.799	0.688
ATU2	0.941	0.728	0.790	0.690
ATU3	0.888	0.721	0.721	0.687
BI1	0.733	0.922	0.761	0.632
BI2	0.720	0.914	0.686	0.546
BI3	0.706	0.895	0.709	0.586
PEOU1	0.740	0.684	0.895	0.721
PEOU2	0.684	0.720	0.875	0.680
PEOU3	0.736	0.663	0.860	0.623
PEOU4	0.789	0.683	0.851	0.664
PU1	0.627	0.523	0.653	0.854
PU2	0.680	0.608	0.711	0.906
PU3	0.712	0.594	0.691	0.910
PU4	0.641	0.544	0.663	0.845

Sumber : data diolah *SmartPLS* v 4.0.9.8

Tabel 4.11 memaparkan hasil perhitungan *cross loading*, di mana nilai loading untuk setiap pernyataan lebih tinggi kepada konstruknya dibandingkan dengan nilai *cross loading*. Oleh karena itu, semua Dari konsep maupun variabel laten yang memberikan petunjuk yang memadai, nilai *cross loading* pernyataan lainnya.

3.4.1.3 Construct Reliability dan Validity

Tabel 4.12 Construct Reliability dan Validity

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Attitude Toward Using	0.895	0.896	0.935	0.827
Y	0.897	0.898	0.936	0.829
X2	0.893	0.894	0.926	0.757
Perceived Usefulness	0.902	0.905	0.932	0.773

Sumber : data diolah *SmartPLS* v 4.0.9.8

Tabel 4.12 menyimpulkan bahwa variabel penelitian dapat dianggap sudah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Dapat diamati bahwa setiap pernyataan pada variabel tersebut X1, X2, Z, Y memiliki *Cronbach alpha* lebih besar dari > 0,70 serta nilai AVE > 0,50.

3.4.2 Uji Inner Model

3.4.2.1 Path Coefficient

Tabel 4.13 Hasil Pengujian *Path Coefficients*

Variabel	Attitude Toward Using	¹ Behavioral Intention	Perceived Ease of Use	Perceived Usefulness
Attitude Toward Using		0.437		
Behavioral Intention				
⁷² Perceived Ease of Use	0.652	0.437		0.773
Perceived Usefulness	0.253	-0.022		

Sumber : data diolah *SmartPLS v 4.0.9.8*

Berdasarkan hasil koefisien jalur yang tercantum dalam Tabel 4.13, dapat disimpulkan bahwa (X2) kepada (X1) menunjukkan nilai path coefficient sebesar 0,773, menandakan adanya pengaruh positif X2 kepada Perceived Usefulness. (X1) kepada (Z) memiliki path coefficient sebesar 0,253, yang menunjukkan pengaruh positif X1 kepada Z. (X2) kepada (Z) memiliki path coefficient sebesar 0,652, menunjukkan pengaruh positif X2 kepada Z. (X1) kepada (Y) memiliki path coefficient sebesar -0,022, menunjukkan pengaruh negatif X1 kepada Y. (X2) kepada (Y) memiliki path coefficient sebesar 0,437, menunjukkan pengaruh positif X2 kepada Y. (Z) kepada (Y) memiliki path coefficient sebesar 0,437, menunjukkan pengaruh positif Z kepada Y.

3.4.2.2 Koefisien Determinasi (R-Square)

Tabel 4.14 R-Square

Variabel	R-square	R-square Adjusted
Attitude Toward Using	0.744	0.740
Behavioral Intention	0.676	0.669
Percieved Usefulness	0.598	0.595

Sumber : data diolah *SmartPLS* v 4.0.9.8

Dalam Tabel 4.14, didapatkan nilai R-Square adjusted yang merupakan nilai R-Square yang telah disesuaikan berdasarkan nilai standar error.

Berdasarkan nilai R-Square adjusted, diperoleh informasi bahwa R² adjusted untuk X1 sebesar 0,595, yang menunjukkan bahwa X2 memiliki pengaruh kepada X1 sebesar 59,5% (0,595 x 100%). Sementara itu, 40,5% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Selanjutnya, nilai R² adjusted untuk Z adalah 0,740, yang mengindikasikan bahwa X1 dan X2 berpengaruh kepada Z sebesar 74% (0,740 x 100%). Sebanyak 26% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Terakhir, nilai R² adjusted untuk Y adalah 0,669, menunjukkan bahwa perceived usefulness, X2, dan Z berpengaruh kepada Y sebesar 66,9% (0,669 x 100%). Sisanya, sebanyak 33,1%, dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti..

3.4.2.3 f-Square

Tabel 4.15 F-Square

	Attitude Toward Using	Behavioral Intention	Percieved Ease of Use	Percieved Usefulness
Attitude Toward Using		0.151		
Behavioral Intention				
Percieved Ease of Use	0.668	0.142		1.485
Percieved Usefulness	0.101	0.001		

Sumber : data diolah *SmartPLS* v 4.0.9.8

Dari tabel 4.15 didapatkan hasil bahwa variabel (X2) memberikan pengaruh yang kuat pada (X1) dengan nilai f-square 1,485. Sama halnya seperti (X1) memberikan pengaruh yang kuat kepada (Z) dengan nilai f-square 0,101. Kemudian, variabel (X2) juga memberikan pengaruh yang kuat kepada variabel (Z) dengan nilai f-square 0,668. Lalu variabel (X1) memberikan pengaruh yang moderat kepada (Y) dengan nilai f-square 0,142. Dan yang terakhir variabel (X1) memberikan pengaruh yang lemah kepada (Y) dengan nilai f-square 0,001.

3.4.2.4 Goodness of Fit (GoF)

⁴⁶
Tabel 4.16 Model Fit

	Saturated model	Estimated model	Model
NFI	0.865	0.865	<i>Fit</i>

Sumber : data diolah *SmartPLS* v 4.0.9.8

Perolehan evaluasi goodness of fit pada Tabel 4.16 mengindikasikan nilai NFI menunjukkan tingkat kesesuaian model, sebab nilainya melebihi batas yang telah ditetapkan, yaitu $0,865 > 0,662$. Maka dari itu model ⁵⁷ penelitian ini memiliki tingkat kesesuaian yang tinggi dan dapat dianggap layak untuk digunakan dalam pengujian hipotesis studi.

3.5 Uji Hipotesis

Tabel 4.17 Hasil Uji *Path Coefficient* Pengaruh Secara Langsung

Indikator Variabel	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
X2 -> Perceived Usefulness	0.773	0.766	0.058	13.323	0.000
X1 -> Z	0.253	0.249	0.078	3.251	0.001
X2 -> Z	0.652	0.653	0.073	8.962	0.000
X1 -> Y	-0.022	-0.020	0.100	0.216	0.829
X2 -> Y	0.437	0.438	0.124	3.509	0.000
Z -> Y	0.437	0.434	0.130	3.361	0.001

Sumber : data diolah *SmartPLS v 4.0.9.8*

Hasil tabel 4.17 uji *path coefficient* pengaruh secara langsung dapat dijelaskan bahwa :

1. Pengaruh X2 kepada X1

Hasil uji *path coefficient* yang mengevaluasi dampak langsung X2 kepada X1 menunjukkan nilai P-value sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, H1 dapat diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan

bahwa terdapat pengaruh signifikan antara X2 kepada Perceived Usefulness.

2. Pengaruh X1 kepada Z

Evaluasi path coefficient mengenai dampak langsung X1 kepada Z menunjukkan nilai P-value sebesar 0,001, yang lebih kecil dari 0,05. Sehingga, H2 dapat diterima. Kesimpulannya adalah terdapat pengaruh signifikan antara X1 kepada Z.

3. Pengaruh X2 kepada Z

Hasil uji path coefficient pada dampak langsung X2 kepada Z menunjukkan nilai P-value sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, H3 dapat diterima. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara X2 kepada Z.

4. Pengaruh X1 kepada Y

Evaluasi path coefficient pada dampak langsung X1 kepada Y menunjukkan nilai P-value sebesar 0,829, yang lebih besar dari 0,05. Sehingga, H4 ditolak. Kesimpulannya adalah tidak terdapat pengaruh signifikan antara X1 kepada Y.

5. Pengaruh X2 kepada Y

Hasil uji path coefficient pada dampak langsung X2 kepada Y menunjukkan nilai P-value sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H5 dapat diterima. Kesimpulannya adalah terdapat pengaruh signifikan antara X2 kepada Y.

6. Pengaruh Z kepada Y

Evaluasi path coefficient pada dampak langsung Z kepada Y menunjukkan nilai P-value sebesar 0,001, yang lebih kecil dari 0,05. Sehingga, H6 dapat diterima. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara Z kepada Y.

Tabel 4.18 Hasil Uji Path Coefficient Pengaruh Tidak Langsung

Indikator Variabel	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
X1->Z->Y	0.111	0.107	0.045	2.436	0.015
X2->Z->Y	0.285	0.284	0.094	3.018	0.003

Sumber : data diolah SmartPLS v 4.0.9.8

Hasil tabel 4.18 uji path coefficient pengaruh secara tidak langsung dapat dijelaskan bahwa:

1. Pengaruh X1 kepada Y melalui Z.

Hasil uji path coefficient secara tidak langsung pengaruh X1 kepada Y melalui Z menunjukkan bahwa nilai P value 0,015 lebih kecil dari 0,05, dengan ini maka H7 diterima. Sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara X1 kepada Y melalui Z.

2. Pengaruh X2 kepada Y melalui Z.

Hasil uji path coefficient secara tidak langsung pengaruh X2 kepada Y melalui Z menunjukkan bahwa nilai P value 0,003 lebih kecil dari 0,05, dengan ini maka H8 diterima. Sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara X2 kepada Y melalui Z.

²⁷ 3.6 Pembahasan Hasil Penelitian

3.6.1 Pengaruh X_2 kepada X_1

Hasil pengujian koefisien jalur langsung memberikan gambaran jika pengaruh dari X_2 pada X_1 menggambarkan jika nilai dari P value yaitu ³⁷0,000 yang di mana lebih kecil dari nilai 0,05. Dengan demikian hipotesis kesatu dapat diterima. Sehingga dapat ditarik kesimpulan jika semakin bertambah persepsi nasabah bahwa mobil banking bank Jatim dapat digunakan maka membantu persepsi dari nasabah mengenai pemakaian pada layanan mobile banking juga semakin besar.

Hasil riset ini searah dengan temuan oleh Ramadya (2022) yang menyimpulkan bahwa X_2 berpengaruh kepada *perceived usefulness*. Dapat ditarik kesimpulan jika pada ²⁸penelitian ini sudah sesuai dengan hipotesis yang dirumuskan.

3.6.2 Pengaruh X_1 kepada Z

Dari hasil uji *path coefficient* secara langsung pengaruh X_1 kepada Z menunjukkan Jika ¹nilai P value 0,001 Kurang dari 0,05, Sehingga disimpulkan jika H_2 diterima. Maka semakin banyak kegunaan jconnect mobile banking, Dan tingginya sikap positif dari nasabah pada layanan jconnect mobile banking.

Hasil riset ini searah dengan temuan oleh Adhiputra (2015) yang menyimpulkan bahwa X_1 berpengaruh kepada Z . ⁴Dapat dikatakan bahwa hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis.

3.6.3 Pengaruh X2 kepada Z

¹ Berdasarkan hasil uji *path coefficient* secara langsung pengaruh X2 kepada Z menunjukkan ¹ bahwa nilai P *value* 0,000 lebih kecil dari 0,05, dengan ini maka H3 diterima. Sehingga dapat dinyatakan bahwa semakin mudah digunakan *jconnect mobile banking* bank jatim, maka semakin positif sikap nasabah kepada layanan *jconnect mobile banking* bank jatim.

Hasil riset ini searah dengan temuan oleh Wiprayoga & Widagda (2023) yang menyimpulkan bahwa X2 berpengaruh kepada Z. ⁴ Dapat dikatakan bahwa hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis.

3.6.4 Pengaruh X1 kepada Y

¹ Berdasarkan hasil uji *path coefficient* secara langsung pengaruh X1 kepada Y menunjukkan ¹ bahwa nilai P *value* 0,829 lebih besar dari 0,05, dengan ini maka H4 ditolak. Sehingga dapat dinyatakan bahwa semakin banyak kegunaan pada *jconnect mobile banking* bank jatim, maka tidak berpengaruh juga pada ² minat nasabah untuk menggunakan *jconnect mobile banking* bank jatim di Surabaya.

Hasil riset ini searah dengan temuan oleh Juliani dkk. (2021) yang menyimpulkan bahwa X1 berpengaruh kepada Y. ⁴ Dapat dikatakan bahwa hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis.

3.6.5 Pengaruh X2 kepada Y

¹ Berdasarkan hasil uji *path coefficient* secara langsung X2 kepada Y menunjukkan ¹ bahwa nilai P *value* 0,000 lebih kecil dari 0,05, dengan ini maka

H5 diterima. Sehingga dapat dinyatakan bahwa semakin mudah penggunaan jconnect *mobile banking* bank jatim, maka berpengaruh juga pada minat nasabah untuk menggunakan jconnect *mobile banking* bank jatim di Surabaya.

Hasil riset ini searah dengan temuan oleh Ramadya (2022) yang menyimpulkan bahwa X2 berpengaruh kepada Y. Dapat dikatakan bahwa hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis.

3.6.6 Pengaruh Z kepada Y

Berdasarkan hasil uji *path coefficient* secara langsung Z kepada Y menunjukkan bahwa nilai P value 0,001 lebih kecil dari 0,05, dengan ini maka H6 diterima. Sehingga dapat dinyatakan bahwa semakin positif sikap nasabah kepada jconnect *mobile banking*, maka semakin tinggi juga minat nasabah untuk menggunakan layanan jconnect *mobile banking* bank jatim di Surabaya

Hasil riset ini searah dengan temuan oleh Wiprayoga & Widagda (2023) yang menyimpulkan bahwa Z berpengaruh kepada behaviorla intention. Dapat dikatakan bahwa hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis.

3.6.7 Pengaruh X1 kepada Y dengan Z sebagai variabel Intervening.

Berdasarkan hasil uji *path coefficient* secara tidak langsung X1 kepada Y melalui Z sebagai variabel intervening menunjukkan bahwa nilai P value 0,015 lebih kecil dari 0,05, dengan ini maka H7 diterima. Sehingga dapat dinyatakan bahwa semakin banyak kegunaan pada jconnect *mobile banking* bank jatim, maka semakin positif sikap nasabah kepada layanan jconnect *mobile banking*

bank jatim. Sikap positif ini kemudian akan meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan layanan jconnect mobile banking bank jatim di Surabaya

Hasil riset ini searah dengan temuan oleh Setyawati (2020) yang menyimpulkan bahwa X1 berpengaruh kepada Y melalui Z sebagai variabel intervening. Dapat dikatakan bahwa hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis.

3.6.8 Pengaruh X2 kepada Y dengan Z sebagai variabel Intervening.

Berdasarkan hasil uji path coefficient secara tidak langsung X2 kepada Y melalui Z sebagai variabel intervening menunjukkan bahwa nilai P value 0,003 lebih kecil dari 0,05, dengan ini maka H8 diterima. Sehingga dapat dinyatakan bahwa semakin mudah layanan jconnect mobile banking bank jatim digunakan, maka semakin positif sikap nasabah kepada layanan jconnect mobile banking bank jatim. Sikap positif ini kemudian akan meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan layanan jconnect mobile banking bank jatim di Surabaya

Hasil riset ini searah dengan temuan oleh Setyawati (2020) yang menyimpulkan bahwa X2 berpengaruh kepada Y melalui Z sebagai variabel intervening. Dapat dikatakan bahwa hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis.

BAB V

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berlandaskan temuan dari studi ini setelah melakukan serangkaian pengujian dan analisis, dapat disimpulkan beberapa hal berikut:

1. X1 Memiliki pengaruh signifikan kepada usefulness menunjukkan bahwa nasabah bank jatim merasa jconnect mobile banking bank jatim mudah digunakan, maka nasabah merasa bahwa layanan mobile banking bank jatim berguna bagi mereka.
2. X1 berpengaruh Signifikan kepada Z menunjukkan jika kegunaan layanan jconnect mobile banking bank jatim memberikan dampak sikap yang positif bagi nasabah bank jatim.
3. X2 Mempunyai pengaruh yang signifikan kepada Z sehingga memberikan gambaran jika kemudahan dalam layanan jconnect mobile banking bank jatim memberikan dampak yang positif bagi nasabah bank jatim.

4. X1 Tidak mempunyai pengaruh kepada Y menunjukkan bahwa beberapa nasabah merasa kegunaan pada jconnect mobile banking bank jatim masih belum terpenuhi dan mempengaruhi pada minat penggunaan jconnect mobile banking bank jatim.
5. X2 berpengaruh signifikan pada Y menunjukkan bahwa ⁶⁹nasabah merasa kemudahan pada layanan jconnect mobile banking bank jatim maka akan ²mempengaruhi minat nasabah untuk terus menggunakan layanan jconnect mobile banking bank jatim.
6. Z Mempunyai pengaruh signifikan ada Y menunjukkan bahwa sikap positif nasabah bank jatim maka akan mempengaruhi minat penggunaan layanan jconnect mobile banking bank jatim.
7. X1 berpengaruh signifikan kepada Y melalui Z menunjukkan bahwa nasabah merasa bahwa layanan jconnect mobile banking bank jatim memberikan manfaat ¹yang membuat nasabah menikmati sehingga akan yakin dan terus menggunakan layanan jconnect mobile banking bank jatim.
8. X2 berpengaruh signifikan kepada Y melalui Z menunjukkan bahwa nasabah merasa bahwa layanan jconnect mobile banking bank jatim memberikan kemudahan dalam bertransaksi ¹yang membuat nasabah menikmati sehingga akan yakin dan terus menggunakan layanan jconnect mobile banking bank jatim.

³⁵**4.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Penulis mengharapkan agar Bank Jatim di wilayah Surabaya dapat meningkatkan kualitas layanan dari aplikasi mobile banking JConnect. Hal ini diharapkan dapat menjaga tingkat kepuasan nasabah, sehingga mereka tetap tertarik dan aktif menggunakan layanan dari mobile banking JConnect..
2. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar model yang dipakai dalam studi ini dapat diperluas lebih lanjut. Penulis diharapkan dapat mempertimbangkan penambahan variabel selain X1 dan X2, yang mungkin mempunyai pengaruh pada Y nasabah Bank Jatim di Surabaya..

4.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti berusaha untuk mengikuti prosedur ilmiah yang benar, namun mempunyai beberapa keterbatasan. Salah satunya adalah ketidakmendapatkan izin dari pihak Bank Jatim untuk mengakses data jumlah nasabah yang terdaftar di JConnect Mobile Banking, karena hal tersebut dianggap sebagai informasi privasi perusahaan.

zakaria cek3

ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	5%
2	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%
3	dspace.uii.ac.id Internet Source	1%
4	dspace.uc.ac.id Internet Source	<1%
5	jws.rivierapublishing.id Internet Source	<1%
6	id.123dok.com Internet Source	<1%
7	digilib.unila.ac.id Internet Source	<1%
8	scholar.unand.ac.id Internet Source	<1%
9	www.jptam.org Internet Source	<1%

10	repository.um-surabaya.ac.id Internet Source	<1 %
11	repository.upi.edu Internet Source	<1 %
12	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1 %
13	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %
14	repository.ub.ac.id Internet Source	<1 %
15	erepository.uwks.ac.id Internet Source	<1 %
16	jurnal.umt.ac.id Internet Source	<1 %
17	Wilbert Sinclair, Lailan Maulia, Tina Novianti Sitang. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerimaan dan Penggunaan Mobile Payment pada Teknologi Pembayaran Gopay", Owner, 2021 Publication	<1 %
18	eprints.undip.ac.id Internet Source	<1 %
19	repository.unibos.ac.id Internet Source	<1 %

20	repository.yudharta.ac.id Internet Source	<1 %
21	erepo.unud.ac.id Internet Source	<1 %
22	journal.umpo.ac.id Internet Source	<1 %
23	jurnal.ulb.ac.id Internet Source	<1 %
24	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1 %
25	core.ac.uk Internet Source	<1 %
26	repository.widyatama.ac.id Internet Source	<1 %
27	eprints.ums.ac.id Internet Source	<1 %
28	www.scribd.com Internet Source	<1 %
29	lib.unnes.ac.id Internet Source	<1 %
30	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1 %
31	perpustakaan.poltekkes-malang.ac.id Internet Source	<1 %

32	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	<1 %
33	123dok.com Internet Source	<1 %
34	edoc.pub Internet Source	<1 %
35	repository.unri.ac.id Internet Source	<1 %
36	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	<1 %
37	ejournal3.undip.ac.id Internet Source	<1 %
38	repository.stiedewantara.ac.id Internet Source	<1 %
39	Kukuh Winarso, Moh. Jufriyanto. "ANALISIS KUALITAS PELAYANAN INTERNET INDIHOME PADA PT. X DENGAN PENDEKATAN PART LEAST SQUARE", MATRIK, 2019 Publication	<1 %
40	repository.nobel.ac.id Internet Source	<1 %
41	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1 %
42	etd.iain-padangsidimpuan.ac.id Internet Source	<1 %

43	karyatulisilmiah.com Internet Source	<1 %
44	maglearning.wordpress.com Internet Source	<1 %
45	repositori.utu.ac.id Internet Source	<1 %
46	repository.stei.ac.id Internet Source	<1 %
47	Joko Susilo, Imam Yunianto, Berliana Agustin Kusumaning Ayu Arfani. "Pemrograman Python untuk Analisa Kepuasan Penggunaan Aplikasi Kumon", Journal of Students' Research in Computer Science, 2023 Publication	<1 %
48	anzdoc.com Internet Source	<1 %
49	dergipark.ulakbim.gov.tr Internet Source	<1 %
50	garuda.kemdikbud.go.id Internet Source	<1 %
51	idcorner.co.id Internet Source	<1 %
52	openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id Internet Source	<1 %

53	Jasmine Aubrey Andrea, Jarot S Suroso. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Investasi Reksadana Online pada Generasi Millenial dan Generasi Z", ITEJ (Information Technology Engineering Journals), 2022 Publication	<1 %
54	dahliabpi.blogspot.com Internet Source	<1 %
55	digilib.unhas.ac.id Internet Source	<1 %
56	docplayer.info Internet Source	<1 %
57	ejournal.undiksha.ac.id Internet Source	<1 %
58	ejurnal.umri.ac.id Internet Source	<1 %
59	eprints.perbanas.ac.id Internet Source	<1 %
60	journals.stie-yai.ac.id Internet Source	<1 %
61	konsultasiskripsi.com Internet Source	<1 %
62	repository.usd.ac.id Internet Source	<1 %

- 63 Hantono Hantono, William Tjong, Jony Jony. "Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Intention To Use Dengan Kinerja Sebagai Variabel Moderasi Dalam Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi", Owner, 2023
Publication <1 %
-
- 64 embiss.com
Internet Source <1 %
-
- 65 es.scribd.com
Internet Source <1 %
-
- 66 sinta.unud.ac.id
Internet Source <1 %
-
- 67 Baretha Meisar Titioka, Astrid J.D. Siahainenya. "PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KOMITMEN ORGANISASI DAN KINERJA PEGAWAI (Studi Pada Badan Pengembangan Sumberdaya Manusia Provinsi Maluku)", JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)., 2019
Publication <1 %
-
- 68 Bonang Pamungkas Purbananda, Syaikul Falah, Aaron Simanjuntak. "ANALISIS MODEL PENERIMAAN SISTEM TEKNOLOGI AKUNTANSI DISEKTOR UMKM JAYAPURA DENGAN PENDEKATAN MODEL TECHNOLOGY <1 %

ACCEPTANCE MODEL (TAM)", APSSAI
ACCOUNTING REVIEW, 2022

Publication

69

Jelita Handayani Rambe, Kiki Andrea Putri Hasibuan. "Pengaruh Kemudahan dan Manfaat Mobile Banking Terhadap Kepuasan Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah UIN Sumatera Utara", EL MUDHORIB : Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah, 2022

Publication

<1 %

70

Natalia Catur Wulan Sari, Theodora Dwi Septiana, Imelda Sinaga, Victoria Ari Palma Akadiati. "Persepsi mahasiswa akuntansi terhadap perilaku pengungkapan kecurangan akademik di Bandar Lampung", JAE (JURNAL AKUNTANSI DAN EKONOMI), 2022

Publication

<1 %

71

Rahmawaty B. Ali, Harun Blongkod, Nurharyati Panigoro. "Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) Dan Pemberian Kredit Usaha Rakyat (KUR) Terhadap Pendapatan Usaha (Studi Pada Nasabah Usaha Mikro Di Bank Rakyat Indonesia Unit Kota Utara)", JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi), 2024

Publication

<1 %

72

doaj.org
Internet Source

<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On