

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

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%.

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%.

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

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

partisipasi , 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:

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

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 disebar, terdapat tiga jenis variabel, yaitu variabel independen *Perceived Usefulness* (X1) dan *Perceived Ease of Use* (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, *Behavioral Intention* (Y), mencakup tiga pernyataan.

3.3.1.1 *Perceived Usefulness* (X1)

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
<hr/>							
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 *Perceived Ease of Use* (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.	<i>Mobile banking</i> Jconnect mudah untuk dimengerti.	53	63	16	6	2	4,82
4.	Jconnect adalah <i>mobile</i> <i>banking</i> 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 Attitude Toward Using (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 Behavioral Intention (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

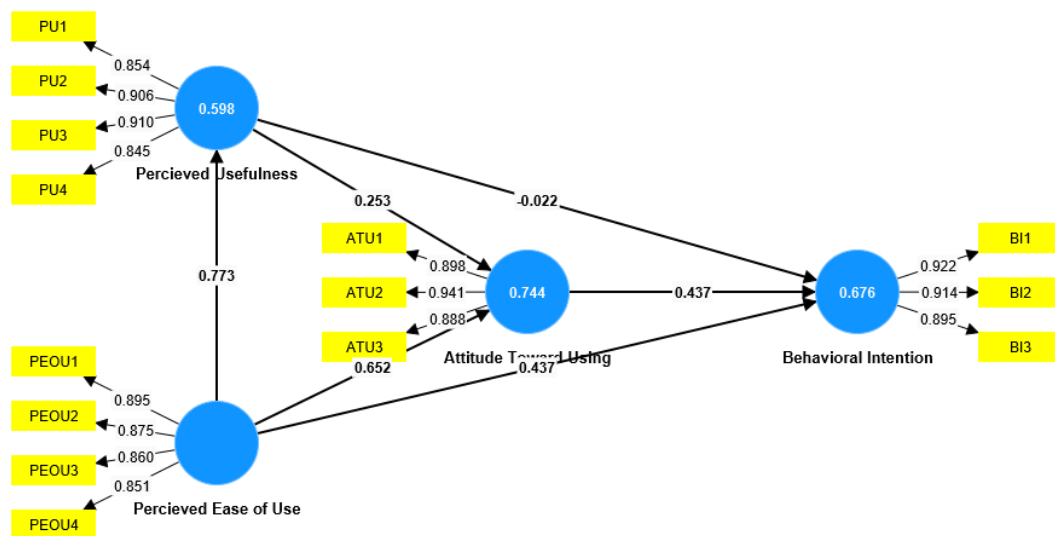
Pengujian model pengukuran atau model luar dilaksanakan untuk memverifikasi keabsahan dan keandalan setiap pernyataan dalam setiap

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 *Perceived Usefulness* (X1), *Perceived Ease of Use* (X2), *Attitude Toward Using* (Z), dan *Behavioral Intention* (Y) menggunakan 14 pernyataan terlihat pada hasil *outer loading* di bawah ini.:

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 *Perceived Usefulness* (X1), *Perceived Ease of Use* (X2), *Attitude Toward Using* (Z), *Behavioral Intention* (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 konstruksinya 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 *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Attitude*

Toward Using, *Behavioral Intention* 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	Behavioral Intention	Percieved Ease of Use	Percieved Usefulness
Attitude Toward Using		0.437		
Behavioral Intention				
Percieved Ease of Use	0.652	0.437		0.773
Percieved 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 *Perceived Ease of Use* (X2) kepada *Perceived Usefulness* (X1) menunjukkan nilai path coefficient sebesar 0,773, menandakan adanya pengaruh positif *Perceived Ease of Use* kepada *Perceived Usefulness*. (X1) kepada *Attitude Toward Using* (Z) memiliki path coefficient sebesar 0,253, yang menunjukkan pengaruh positif *Perceived Usefulness* kepada *Attitude Toward Using*. *Perceived Ease of Use* (X2) kepada *Behavioral Intention* (Z) memiliki path coefficient sebesar 0,652, menunjukkan pengaruh positif *Perceived Ease of Use* kepada *Attitude Toward Using*. *Perceived Usefulness* (X1) kepada *Behavioral Intention* (Y) memiliki path coefficient

sebesar -0,022, menunjukkan pengaruh negatif *Perceived Usefulness* kepada *Behavioral Intention*. *Perceived Ease of Use* (X2) kepada *Behavioral Intention* (Y) memiliki path coefficient sebesar 0,437, menunjukkan pengaruh positif *Perceived Ease of Use* kepada *Behavioral Intention*. *Attitude Toward Using* (Z) kepada *Behavioral Intention* (Y) memiliki path coefficient sebesar 0,437, menunjukkan pengaruh positif *Attitude Toward Using* kepada *Behavioral Intention*.

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
Perceived 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 *Perceived Usefulness* sebesar 0,595, yang menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh kepada *Perceived Usefulness* sebesar 59,5% (0,595 x 100%). Sementara itu, 40,5% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain

yang tidak diteliti. Selanjutnya, nilai R² adjusted untuk *Attitude Toward Using* adalah 0,740, yang mengindikasikan bahwa *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* berpengaruh kepada *Attitude Toward Using* sebesar 74% (0,740 x 100%). Sebanyak 26% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Terakhir, nilai R² adjusted untuk *Behavioral Intention* adalah 0,669, menunjukkan bahwa *perceived usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Attitude Toward Using* berpengaruh kepada *Behavioral Intention* 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)

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 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
Perceived Ease of Use -> Perceived Usefulness	0.773	0.766	0.058	13.323	0.000
Perceived Usefulness -> Attitude Toward Using	0.253	0.249	0.078	3.251	0.001

Perceived Ease of Use -> Attitude Toward Using	0.652	0.653	0.073	8.962	0.000
Perceived Usefulness -> Behavioral Intention	-0.022	-0.020	0.100	0.216	0.829
Perceived Ease of Use -> Behavioral Intention	0.437	0.438	0.124	3.509	0.000
Perceived Usefulness -> Behavioral Intention	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 *Perceived Ease of Use* kepada *Perceived Usefulness*

Hasil uji *path coefficient* yang mengevaluasi dampak langsung *Perceived Ease of Use* kepada *Perceived Usefulness* 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 *Perceived Ease of Use* kepada *Perceived Usefulness*.

2. Pengaruh *Perceived Usefulness* kepada *Attitude Toward Using*

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

3. Pengaruh *Perceived Ease of Use* kepada *Attitude Toward Using*

Hasil uji path coefficient pada dampak langsung *Perceived Ease of Use* kepada *Attitude Toward Using* 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 *Perceived Ease of Use* kepada *Attitude Toward Using*.

4. Pengaruh *Perceived Usefulness* kepada *Behavioral Intention*

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

5. Pengaruh *Perceived Ease of Use* kepada *Behavioral Intention*

Hasil uji path coefficient pada dampak langsung *Perceived Ease of Use* kepada *Behavioral Intention* menunjukkan nilai P-value sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H5 dapat diterima. Kesimpulannya adalah terdapat pengaruh signifikan antara *Perceived Ease of Use* kepada *Behavioral Intention*.

6. Pengaruh *Attitude Toward Using* kepada *Behavioral Intention*

Evaluasi path coefficient pada dampak langsung *Attitude Toward Using* kepada *Behavioral Intention* 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 *Attitude Toward Using* kepada *Behavioral Intention*.

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
Perceived Usefulness -> Attitude Toward Using -> Behavioral Intention	0.111	0.107	0.045	2.436	0.015
Perceived Ease of Use -> Attitude Toward Using -> Behavioral Intention	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 *Perceived Usefulness* kepada *Behavioral Intention* melalui *Attitude Toward Using*.

Hasil uji *path coefficient* secara tidak langsung pengaruh *Perceived Usefulness* kepada *Behavioral Intention* melalui *Attitude Toward Using* 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 *Perceived Usefulness* kepada *Behavioral Intention* melalui *Attitude Toward Using*.

2. Pengaruh *Perceived Ease of Use* kepada *Behavioral Intention* melalui *Attitude Toward Using*.

Hasil uji *path coefficient* secara tidak langsung pengaruh *Perceived Ease of Use* kepada *Behavioral Intention* melalui *Attitude Toward Using* 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 *Perceived Ease of Use* kepada *Behavioral Intention* melalui *Attitude Toward Using*.

3.6 Pembahasan Hasil Penelitian

3.6.1 Pengaruh *Perceived Ease of Use* kepada *Perceived Usefulness*

Hasil pengujian koefisien jalur langsung memberikan gambaran jika pengaruh dari *Perceived Ease of Use* pada *Perceived Usefulness* Menggambarkan jika nilai dari P value yaitu 0,000 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 *perceived Usefulness* berpengaruh kepada *perceived usefulness*. Dapat ditarik kesimpulan jika pada penelitian ini sudah sesuai dengan hipotesis yang dirumuskan.

3.6.2 Pengaruh *Perceived Usefulness* kepada *Attitude Toward Using*

Dari hasil uji *path coefficient* secara langsung pengaruh *Perceived Usefulness* kepada *Attitude Toward Using* menunjukkan Jika nilai *P value* 0,001 Kurang dari 0,05, Sehingga disimpulkan jika H2 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 *Perceived Usefulness* berpengaruh kepada *Attitude Toward Using*. Dapat dikatakan bahwa hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis.

3.6.3 Pengaruh *Perceived Ease of Use* kepada *Attitude Toward Using*

Berdasarkan hasil uji *path coefficient* secara langsung pengaruh *Perceived Ease of Use* kepada *Attitude Toward Using* menunjukkan 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 Wipayoga & Widagda (2023) yang menyimpulkan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh kepada *Attitude Toward Using*. Dapat dikatakan bahwa hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis.

3.6.4 Pengaruh *Perceived Usefulness* kepada *Behavioral Intention*

Berdasarkan hasil uji *path coefficient* secara langsung pengaruh *Perceived Usefulness* kepada *Behavioral Intention* menunjukkan 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 minat nasabah untuk menggunakan *jconnect mobile banking* bank jatim di Surabaya.

Hasil riset ini searah dengan temuan oleh Juliani dkk. (2021) yang menyimpulkan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh kepada *Behavioral Intention*. Dapat dikatakan bahwa hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis.

3.6.5 Pengaruh *Perceived Ease of Use* kepada *Behavioral Intention*

Berdasarkan hasil uji *path coefficient* secara langsung *Perceived Ease of Use* kepada *Behavioral Intention* menunjukkan 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 *Perceived Ease of Use* berpengaruh kepada *Behavioral Intention*. Dapat dikatakan bahwa hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis.

3.6.6 Pengaruh *Attitude Toward Using* kepada *Behavioral Intention*

Berdasarkan hasil uji *path coefficient* secara langsung *Attitude Toward Using* kepada *Behavioral Intention* 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 *Attitude Toward Using* berpengaruh kepada *behavioral intention*. Dapat dikatakan bahwa hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis.

3.6.7 Pengaruh *Perceived Usefulness* kepada *Behavioral Intention* dengan *Attitude Toward Using* sebagai variabel Intervening.

Berdasarkan hasil uji *path coefficient* secara tidak langsung *Perceived Usefulness* kepada *Behavioral Intention* melalui *Attitude Toward Using* 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 *Perceived Usefulness* berpengaruh kepada *Behavioral Intention* melalui *Attitude Toward Using* sebagai variabel intervening. Dapat dikatakan bahwa hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis.

3.6.8 Pengaruh *Perceived Ease of Use* kepada *Behavioral Intention* dengan *Attitude Toward Using* sebagai variabel Intervening.

Berdasarkan hasil uji path coefficient secara tidak langsung *Perceived Ease of Use* kepada *Behavioral Intention* melalui *Attitude Toward Using* 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 *Perceived Ease of Use* berpengaruh kepada *Behavioral Intention* melalui *Attitude Toward Using* sebagai variabel intervening. Dapat dikatakan bahwa hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis.