

PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEAMANAN TERHADAP TINGKAT TRANSAKSI NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING PT. BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO), TBK WILAYAH BATAM

Melisa Devi Aurora ¹, Andi Auliya Ramadhany², Maya Richmayati³

¹ Mahasiswa Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ibnu Sina, Batam

^{2,3} Dosen Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ibnu Sina, Batam

Jalan Teuku Umar, Lubuk Baja Kota, Kec. Lubuk Baja, Kota Batam, Kepulauan Riau

E-mail Correspondence : 211062202036@uis.ac.id

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Received: April 11, 2025

Revised: April 21, 2025

Accepted: April 29, 2025

Kata Kunci:

Persepsi_Kegunaan,
Kemudahan_Penggunaan,Keamanan,
Tingkat_Transaksi,
Mobile_Banking_Wondr

Keywords:

Perceived_Use, Ease_of_Use,
Security, Transaction_Rate,
Mobile_Banking_Wondr

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan sistem informasi berdampak pada perilaku konsumen atau individu. Jika individu menilai sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya dan mendatangkan kepuasan maka ia akan tertarik untuk menggunakannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis atau menguji pengaruh dari persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan dan keamanan terhadap tingkat transaksi nasabah menggunakan mobile banking PT. Bank Negara Indonesia (PERSERO), Tbk Wilayah Batam. Tujuannya adalah untuk menganalisis kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan, dan keamanan pada minat dalam menggunakan mobile banking PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Branch Batam. Populasi dalam penelitian ini adalah PT. Bank Negara Indonesia (PERSERO),Tbk Wilayah Batam yang berjumlah 123 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu purposive sampling dengan periode pengamatan selama 2 tahun sehingga didapat 103 data sampel dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi berganda. Data penelitian yang digunakan adalah data primer. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Transaksi. Secara parsial, variabel Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap Tingkat Transaksi.

ABSTRAK

The development of technology and information systems has an impact on consumer or individual behavior. If an individual assesses something that is beneficial to him and brings satisfaction, he will be interested in using it. This study aims to analyze or test the effect of perceived usefulness, ease of use and security on the level of customer transactions using mobile banking PT. Bank Negara Indonesia (PERSERO), Tbk Batam Region. This research is motivated by the phenomenon of competition in the banking industry in increasing

customer interest in using mobile banking. The aim is to analyze the perceived usefulness, perceived ease of use, and security on interest in using mobile banking PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Batam Branch. The population in this study were PT Bank Negara Indonesia (PERSERO), Tbk Batam Region, totaling 123 respondents. The sampling technique used was purposive sampling with an observation period of 2 years so that 103 sample data were obtained in this study. This study uses quantitative methods with multiple regression analysis techniques. The research data used is primary data. The results of this study indicate that the variables of perceived usefulness, ease of use and security simultaneously have a significant effect on transaction rates. Partially, the variables of perceived usefulness, ease of use and security have a significant positive effect on transaction rates.

PENDAHULUAN

Kemajuan dalam era digital memainkan peran yang sangat signifikan dalam perubahan dalam berbagai bidang dan *sector* terutama di perbankan. Meningkatnya kemajuan ini menggerakkan bank dalam penyediaan layanan yang lebih efektif dan efisien kepada nasabah yaitu penggunaan *Mobile Banking*. *Mobile Banking* atau biasa kita sebut dengan menggunakan kata *M-Banking* yaitu sebuah terminal yang dapat digunakan untuk pertukaran uang, cicilan, dan melakukan saldo benar-benar terlihat menggunakan indera bergerak seperti mobile phone. Praktik keuangan menggunakan *Mobile Banking* ini jelas telah mengubah strategi dalam menyelesaikan kegiatannya. Intinya ada beberapa faktor baru yang dapat mempengaruhi penilaian suatu bank dalam pembukaan cabang baru dan penambahan ATM. Bank memberikan administrasi keuangan yang fleksibel untuk mengatasi masalah lokal sebagai pilihan yang lebih mudah dalam pertukaran keuangan, tanpa harus datang kantor cabang dan ATM. Sejak saat ini dengan hadirnya *Mobile Banking* dapat dilakukan di mana saja, kapan saja secara efektif dan hanya melalui ponsel (Astriningrum, 2023).

Salah satu bank milik negara yang memberikan layanan *Mobile Banking* yaitu Bank Negara Indonesia atau yang biasa disebut BNI. Layanan *Mobile Banking* BNI sangat bermanfaat bagi masyarakat khususnya masyarakat wilayah Batam. Dengan Inovasi dan kemajuan dari PT. Bank Negara Indonesia (Persero) TBK dengan meluncurkan sebuah aplikasi *Mobile Banking* terbaru yang memiliki fitur-fitur baru dan pengalaman penggunaan yang lebih baik dibandingkan dengan BNI *Mobile Banking* sebelumnya. Telah dilakukan serangkaian aktivitas berbagai kota di Indonesia untuk memperkenalkan aplikasi baru ini yang menawarkan promo seperti *Cash-Back* untuk transaksi pertama. Ditengah makin berkembangnya teknologi

digital di masyarakat pihak PT. Bank Negara Indonesia (Persero) TBK mampu mencatat pertumbuhan kinerja yang baik hal ini dapat dilihat dari tabel berikut ini :

Tabel 1. Jumlah Nasabah dan Penggunaan *Mobile Banking*

No	Uraian	2023	2024
1	Nasabah	62,9 Juta	64 Juta
2	Mobile Banking	16,2 Juta	16,9 Juta

Sumber: Laporan PT. Bank Negara Indonesia tahun 2024

Berdasarkan data diatas memperlihatkan bahwa jumlah penggunaan *Mobile Banking* pada semester 2023 mencapai 16,2 Juta. Pertumbuhan yang pesat ini searah pada kinerja transaksi yang mencapai Rp 54 triliun, dengan jumlah transaksi lebih dari 460 juta. Pada Kuartal I tahun 2024, jumlah penggunaan BNI Mobile Banking telah mencapai 16,9 juta yang menunjukkan pertumbuhan sebesar 18,5% dibandingkan periode sebelumnya. Namun jika dilihat dari perbandingan antara jumlah nasabah dengan pengguna *Mobile Banking* masih terpantau jauh lebih rendah.

Kemudian peneliti melakukan Pra riset terhadap masyarakat wilayah batam sebanyak 123 responden. Peneliti ingin mengetahui seberapa banyak tingkat transaksi mereka dalam menggunakan BNI Mobile Banking Wondr , dipaparkan pada tabel Pra riset berikut:

Tabel 2. Hasil Analisis Pra Riset Total Pengguna BNI *Mobile Banking Wondr*

No	Kriteria	Frekuensi	Persentase %
1	Ya	103	83,7
2	Tidak	20	16,3
Total		123	100,0

Dari hasil pra riset yang dilakukan peneliti dapat diketahui bahwa total pengguna BNI *Mobile Banking Wondr* menunjukkan hasil yang baik dengan 83,7% responden menyatakan telah menggunakan layanan ini sementara 16,3% lainnya tidak. Dari total 123 responden yang terlibat dalam survei sebanyak 103 orang mengonfirmasi penggunaan aplikasi tersebut. Angka ini mencerminkan kepercayaan dan kenyamanan masyarakat dalam melakukan transaksi perbankan secara digital melalui BNI *Mobile Banking Wondr* yang menawarkan berbagai fitur inovatif untuk memudahkan pengelolaan keuangan. Pertumbuhan ini sejalan dengan tren peningkatan jumlah pengguna BNI *Mobile Banking* secara keseluruhan, yang mencapai 17,9 juta pengguna pada akhir 2024 (Khoirunnisaa, 2023).

Dengan memberikan layanan yang baik, nasabah akan memiliki persepsi positif terhadap perusahaan dan termotivasi untuk terus menggunakan jasa perbankan tersebut. Ada beberapa

faktor yang mempengaruhi minat dalam penggunaan teknologi, yakni persepsi kegunaan, kemudahan, penggunaan dan keamanan penelitian dari salah satu teori yang membahas penggunaan sistem teknologi informasi untuk menjelaskan penerimaan individu terhadap teknologi, seperti dalam kasus *Mobile Banking*.

Dari perkembangan teknologi dan sistem informasi berdampak pada perilaku konsumen atau individu. Jika individu menilai sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya dan mendatangkan kepuasan maka ia akan tertarik untuk menggunakannya. Minat menurut Imsar dari segi etimologi berarti perhatian dan kesukaan berarti sesuai keinginan. Menurut istilah adalah alat mental yang terdiri dari kombinasi perasaan, harapan, keyakinan, kecenderungan, atau prasangka lain yang mengarahkan orang untuk membuat pilihan tertentu (Imsar, 2016). *Mobile Banking* cenderung digunakan oleh anak-anak muda, untuk itu perlu adanya pendekatan yang dapat menjelaskan apakah nasabah menerima atau menolak adanya layanan *Mobile Banking*. Tolak ukur yang bisa digunakan dalam penerimaan maupun penolakan dari individu dalam menggunakan *Mobile Banking* ini dengan model TAM (*Technology Acceptance Model*). Menurut teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Fred Davis pada tahun 1989 ketika pengguna diberi kesempatan untuk menggunakan sistem baru sejumlah faktor terutama manfaat dan kemudahan mempengaruhi bagaimana dan kapan mereka menggunakan sistem tersebut. Persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan adalah dua faktor yang dapat mempengaruhi penerimaan penggunaan teknologi menurut TAM.

LITERATUR REVIEW

TAM (*Technology Acceptance Model*)

Setiap individu memiliki pandangan yang berbeda mengenai definisi teknologi. Untuk mengevaluasi sejauh mana penerimaan terhadap sistem informasi analisis dapat dilakukan dengan menggunakan model TAM. TAM berfungsi sebagai alat untuk menganalisis perilaku pengakuan pelanggan terhadap kehadiran teknologi. TAM (*Technology Acceptance Model*) adalah sebuah teori yang mengadopsi pendekatan perilaku untuk menganalisis bagaimana individu menerima teknologi informasi. Teori ini tidak hanya berfungsi untuk memprediksi tetapi juga harus mampu menjelaskan fenomena yang terjadi. Model ini telah terbukti efektif dalam mengukur penerimaan teknologi.

Penulis mengaplikasikan model *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam penelitian ini dikarenakan model ini berasumsi bahwa individu cenderung melakukan proses

kognitif untuk memaksimalkan keuntungan dari teknologi atau sistem informasi saat memilih atau mengadopsi teknologi tersebut. Dalam TAM Davis menyoroti dua elemen utama: persepsi kemudahan dan persepsi manfaat. Kedua faktor ini dapat menggambarkan perilaku pengguna ketika menggunakan atau memutuskan untuk mengadopsi teknologi serta keuntungan yang diperoleh dari penggunaan teknologi tersebut yang pada gilirannya berdampak signifikan pada penggunaan sistem secara nyata. Artinya teori ini menjelaskan bahwa pengakuan terhadap pemanfaatan inovasi dipengaruhi oleh dua persepsi, yaitu sejauh mana teknologi tersebut mudah digunakan dan seberapa besar manfaatnya bagi pengguna.

Peneliti menggunakan pendekatan TAM guna mengetahui tingkat transaksi nasabah mengenai penerapan sebuah teknologi, dalam hal ini adalah teknologi dalam aplikasi “*BNI Mobile Banking Wondr*”. *Technology Acceptance Model* (TAM) terdiri dari tiga komponen utama yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan. Komponen kegunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang yakin bahwa menggunakan sistem tertentu memaksimalkan kinerja, komponen kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang yakin bahwa suatu sistem mudah digunakan dan komponen keamanan sebagai sejauh mana seseorang yakin bahwa suatu sistem aman untuk digunakann. Dalam penelitian ini model TAM digunakan untuk mengukur sejauh mana kedua konstruk tersebut dapat mempengaruhi tingkat transaksi nasabah dalam menggunakan layanan *BNI mobile banking Wondr*.

Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Tingkat Transaksi Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*

Dalam penelitian (Kurniawan, 2023) terdapat suatu teori bernama *Uses And Gratification Theory* yang awal mula dihadirkan oleh *Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch (1959)*, teori penggunaan dan kepuasan atau *Uses And Gratification Theory* disebut – sebut sebagai salah satu teori paling populer dalam studi komunikasi massa. Teori dari (Morissan, 2013) menyatakan bahwa penggunaan dan kepuasan memfokuskan perhatian pada audiens sebagai konsumen media massa, dan bukan pada pesan yang disampaikan. Teori ini menilai bahwa audiens dalam menggunakan media berorientasi pada tujuan. Audiens dinilai dapat mengetahui kebutuhan mereka serta mengetahui, bertanggung jawab terhadap pilihan media yang dianggap dapat memenuhi kebutuhan mereka tersebut.

Jadi dapat peneliti simpulkan bahwa Penggunaan *Mobile Banking* menimbulkan dampak yang positif secara khusus terhadap bank itu sendiri dan nasabah. Bagi bank akan mendapatkan keuntungan karena nasabah akan semakin bertambah banyak dan bank mendapatkan kepercayaan dari nasabah. Sedangkan bagi nasabah akan mendapatkan pelayanan yang lebih dari bank karena dengan adanya *Mobile Banking* akan semakin mempermudah para nasabah dalam melakukan transaksi perbankan atau hanya sekedar melakukan pengecekan saldo dimanapun kapanpun dengan dimensi ruang dan waktu yang tidak terbatas.

Hubungan antara persepsi kegunaan dengan tingkat transaksi nasabah dapat dijelaskan dengan menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) bahwa sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi *mobile banking* akan meningkatkan kinerja atau produktivitas mereka. Dalam konteks *mobile banking*, persepsi kegunaan bisa berkaitan dengan seberapa efektif dan efisien layanan *mobile banking* dalam memenuhi kebutuhan transaksi nasabah. Nasabah merasa bahwa *mobile banking* dapat mempercepat transaksi, menghemat waktu, atau memberikan akses yang lebih mudah ke berbagai layanan perbankan, maka mereka akan lebih cenderung untuk menggunakannya. Persepsi kegunaan secara langsung mempengaruhi intensi untuk menggunakan teknologi, yang pada gilirannya mempengaruhi tingkat penggunaan atau transaksi yang dilakukan.

H1 : Kegunaan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat transaksi nasabah Menggunakan BNI Mobile Banking Wondr (Y) PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk wilayah Batam.

Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Tingkat Transaksi Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*

Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan Teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. Kemudahan penggunaan diartikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan bebas dari usaha mental dan fisik. Seorang individu mungkin menemukan bahwa sistem sulit untuk digunakan meskipun individu tersebut percaya bahwa sistem ini berguna (Davis, 2016). Sementara peneliti lain menyatakan persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Dari definisinya maka dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan

keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya (Jogiyanto, 2015).

Hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan dengan tingkat transaksi nasabah dapat dijelaskan dengan menggunakan model *Technology Acceptance Model* ialah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan bebas dari usaha atau mudah dilakukan. Dalam *mobile banking*, persepsi kemudahan penggunaan berkaitan dengan bagaimana nasabah menilai antarmuka aplikasi mobile banking, kemudahan dalam navigasi, kecepatan dalam melakukan transaksi, dan tingkat kesulitan yang dihadapi selama proses transaksi.

H2 : Kemudahan Penggunaan (X2) berpengaruh signifikan terhadap tingkat transaksi nasabah Menggunakan BNI Mobile Banking Wondr (Y) PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk wilayah Batam

Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Tingkat Transaksi Nasabah Menggunakan Mobile Banking

Keamanan didefinisikan sebagai perlindungan terhadap ancaman keamanan dan kontrol informasi data pribadi pelanggan dalam lingkungan online. Keamanan merupakan persepsi nasabah terhadap sistem keamanan yang disebut sebagai perlindungan privasi dalam transaksi *Mobile Banking* jika semakin baik tingkat keamanan bank maka tingkat kepuasan dan kepercayaan nasabah semakin tinggi (Saputro, 2020). Keamanan adalah persepsi nasabah terhadap kemampuan bank untuk melindungi informasi personal yang didapat dari transaksi elektronik terhadap pengguna yang tidak berwenang. Keamanan transaksi elektronik membuat nasabah merasa yakin bahwa kerahasiaan data pribadinya terjamin saat bertransaksi melalui mobile banking. Keamanan data merupakan hal yang penting diperhatikan dalam menggunakan layanan *Mobile Banking*. Dalam transaksi online risiko hilangnya kerahasiaan merupakan faktor signifikan yang mempengaruhi kepercayaan dan penggunaan. Sudah banyak survei yang menemukan adanya kekhawatiran yang tinggi dari nasabah tentang kerahasiaan data pribadi mereka saat bertransaksi secara online.

Hubungan antara persepsi keamanan dengan tingkat transaksi nasabah dapat dijelaskan dengan menggunakan model *Technology Acceptance Model* ialah sejauh mana nasabah merasa aman saat menggunakan aplikasi mobile banking untuk melakukan transaksi, mengingat potensi ancaman seperti pencurian data pribadi, penipuan, dan serangan siber. Keamanan sering kali dianggap sebagai faktor yang mempengaruhi kenyamanan dan rasa percaya nasabah

terhadap aplikasi *mobile banking*. Jika nasabah merasa bahwa informasi mereka terlindungi dengan baik, mereka akan lebih cenderung untuk menggunakan aplikasi tersebut dengan lebih sering.

H3 : Keamanan (X3) berpengaruh signifikan terhadap tingkat transaksi nasabah Menggunakan BNI Mobile Banking Wondr (Y) PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk wilayah Batam.

Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Tingkat Transaksi Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*

Persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, dan keamanan merupakan tiga faktor yang secara simultan bersamaan mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* dan frekuensi transaksi nasabah. Nasabah merasa bahwa *mobile banking* bermanfaat dan mudah digunakan, mereka akan merasa lebih cenderung untuk menggunakannya secara lebih intensif. Persepsi kegunaan dapat memperkuat efek dari kemudahan penggunaan, dan sebaliknya, kemudahan penggunaan juga dapat memperkuat persepsi kegunaan. Keamanan yang terjamin dapat memperkuat persepsi kegunaan, karena nasabah akan lebih percaya bahwa aplikasi ini akan memberikan manfaat tanpa mengorbankan keselamatan data mereka.

Persepsi Kegunaan mendorong pengguna untuk melihat *mobile banking* sebagai alat yang efektif dan menguntungkan untuk transaksi. Kemudahan Penggunaan membuat nasabah lebih nyaman dalam menggunakan *mobile banking*, sehingga mereka akan lebih sering melakukan transaksi. Keamanan (*Perceived Security*) memastikan nasabah merasa aman saat bertransaksi, yang meningkatkan kepercayaan mereka untuk melakukan transaksi secara lebih teratur.

H4 : Kegunaan (X1), Kemudahan Penggunaan (X2), dan Keamanan (X3) secara stimulan berpengaruh terhadap tingkat transaksi nasabah Menggunakan BNI Mobile Banking Wondr (Y) PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk wilayah Batam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di wilayah Batam dengan target responden yaitu pengguna aplikasi BNI *Mobile Banking Wondr* dalam pengumpulan responden waktu satu. Penelitian ini dijalankan secara daring dikarenakan peneliti mengikuti program studi kelas malam pekerja sehingga menggunakan survei *Google Form* yang disebar dengan tujuan memudahkan peneliti untuk menghemat waktu dalam penelitian. Jenis data penelitian ini adalah data kuantitatif. Menurut Hardani (2020) data kuantitatif merupakan data yang menunjukkan jumlah

dalam bentuk angka absolut sehingga nilai numeriknya dapat ditentukan. Data kuantitatif yang dimaksud berupa pertanyaan-pertanyaan yang diskalakan dalam skala interval. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer. Data primer merujuk pada informasi yang diperoleh langsung oleh peneliti tanpa melalui pihak ketiga baik dari individu maupun kelompok. Dengan demikian data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti merupakan definisi dari data primer.

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah bank BNI pada penelitian ini ditetapkan 123 responden. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 103 responden nasabah mobile banking PT. Bank Negara Indonesia Wilayah Batam selama 2 periode yaitu periode 2023 – 2024. Teknik yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2020). Regresi linear berganda menguji model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Menurut Rinaldi & Ihdina Gustin (2022), tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh antara variabel bebas dan variabel dependen dengan skala pengukuran atau rasio dalam suatu persamaan linier, kemudian digunakan analisis regresi linier berganda yang diolah dengan bantuan perangkat lunak *statistical product and service solutions* (SPSS). Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (loyalitas nasabah)

A = Konstanta

b₁, b₂, b₃ = Koefisien garis regresi

X₁, X₂, X₃ = Variabel independen

e = error / variabel pengganggu

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang dikumpulkan dari masing-masing variabel (Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Keamanan dan Tingkat Transaksi) yang telah diolah akan ditampilkan pada bagian dibawah ini :

Hasil Uji Validitas

Tabel 3 Hasil Uji Validitas

No Item	Rxy	Rtabel	Keterangan
X1	0,908	0,1937	Valid

X1.1	0,898	0,1937	Valid
X2	0,701	0,1937	Valid
X2.1	0,797	0,1937	Valid
X3	0,868	0,1937	Valid
X3.1	0,809	0,1937	Valid
Y	0,859	0,1937	Valid
Y.1	0,848	0,1937	Valid

Sumber : Output SPSS 25, data diolah 2024

Berdasarkan tabel diatas yang merupakan hasil olah data dari uji validitas dimana seluruh item dinyatakan valid karena nilai R hitung > dari nilai Rtabel.

Hasil Uji Reabilitas

Tabel 4 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Critical Value	Keterangan
Persepsi Kegunaan (X1)	0,938	0,6	Reliabel
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)	0,851	0,6	Reliabel
Persepsi Keamanan (X3)	0,881	0,6	Reliabel
Tingkat Transaksi (Y)	0,887	0,6	Reliabel

Sumber : Output SPSS 25, data diolah 2024

Tabel diatas adalah hasil dari Uji Reabilitas dimana hasil analisis diatas menunjukkan seluruh instrument dalam penelitian ini reliabel/diterima. Terbukti dari nilai Cronbach's Alpha > nilai Critical Value yaitu variable X1= 0,938 > 0,60, variable X2= 0,851 > 0,60, variable X3= 0,881 > 0,60, dan variable Y= 0,887 > 0,60.

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak, maka digunakan uji normalitas. Dalam penelitian ini uji normalitas menggunakan uji kolmogorov-smirnov.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas (Sesudah Transformasi *Outlier Boxpot*) One-Sample

Kolmogorov – Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N		103
Normal Parameters^{a,b}	Mean	-0,0396440
	Std. Deviation	0,48377074
Most Extreme Differences	Absolute	0,343
	Positive	0,287
	Negative	-0,343

Test Statistic	0,343
Symp. Sig. (2-tailed) ^c	0,094

Sumber: *Output* SPSS 25, data diolah 2024

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal dan dinyatakan valid. Hal tersebut dibuktikan bahwa nilai α (Asymp. Sig) lebih besar dari nilai signifikansi, yaitu $0,094 >$ dari 0,05 atau 5%.

Hasil Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Suatu model dikatakan bebas dari multikolineritas jika mempunyai nilai *variance inflation faktor* (VIF) kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,10.

Tabel 6. Hasil Uji Analisis Multikolineritas

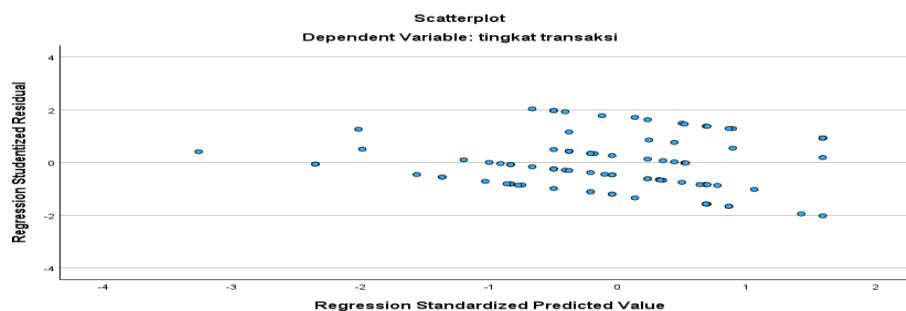
Variabel	Coefficients ^a	
	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kegunaan (X1)	0,144	6,921
Kemudahan Penggunaan (X2)	0,234	4,271
Keamanan (X3)	0,236	4,246

Sumber : *Output* SPSS 25, data diolah 2024

Berdasarkan tabel diatas, nilai tolerance masing-masing variabel independen dalam penelitian ini memiliki nilai lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi bebas dari gejala multikolineritas.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain didalam model regresi.



Sumber : *Output* SPSS 25, data diolah 2024

Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatter-Plot)

Tabel 7. Hasil Uji Analisis Multikolineritas

Coefficients^a	
Variabel	α
Constant	0,634
Kegunaan (X1)	0,519
Kemudahan Penggunaan (X2)	0,130
Keamanan (X3)	0,413

Sumber : Output SPSS 25, data diolah 2024

Berdasarkan hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa jika persepsi kegunaan (X1), kemudahan pengguna (X2), dan persepsi keamanan (X3) dianggap tetap, maka nilai tingkat transaksi (Y) mencapai 0,038.

1. Nilai konstanta (α) memiliki nilai positif sebesar 0,634. Tanda positif menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independent dan variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa jika semua variabel independen yang meliputi persepsi kegunaan (X1), persepsi kemudahan pengguna (X2), dan persepsi keamanan (X3) bernilai 0% atau tidak mengalami perubahan maka nilai minat adalah 0,634 satuan.
2. Nilai koefisien regresi untuk variabel persepsi kegunaan (X1) yaitu sebesar 0,519. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif (searah) antara variabel persepsi kegunaan dengan tingkat transaksi. Hal ini berarti jika variabel persepsi kegunaan mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka tingkat transaksi pada mobile banking akan meningkat sebesar 0,519 satuan.
3. Nilai koefisien regresi untuk variabel persepsi kemudahan pengguna (X2) yaitu sebesar 0,130. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif (searah) antara variabel persepsi kemudahan pengguna dengan tingkat transaksi. Hal ini berarti jika variabel persepsi kemudahan pengguna mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka tingkat transaksi pada mobile banking akan meningkat sebesar 0,130 satuan.
4. Nilai koefisien regresi untuk variabel persepsi risiko (X3) yaitu sebesar 0,413. Nilai tersebut menunjukkan berpengaruh antara variabel persepsi keamanan dengan tingkat transaksi. Hal ini berarti jika variabel persepsi persepsi keamanan mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka tingkat transaksi akan naik sebesar 0,413 satuan.

Hasil Uji F / Simultan

Kriteria dalam pengambilan keputusan pada uji F/ Simultan ini adalah jika nilai signifikan $< 0,05$ maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 8 Hasil Uji F / Simultan

ANOVA ^a		
Model	F	Sig.
Regression	176,77	0,001

Sumber : *Output SPSS 25*, data diolah 2024

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansinya $0.001 < 0,05$ dengan nilai F hitung $176,77 > F$ tabel 2.46 yang menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kegunaan (X1), Persepsi Kemudahan Pengguna (X2), Persepsi Keamanan (X3) secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Transaksi (Y)

Hasil Uji T Parsial

Pada penelitian ini uji t digunakan untuk menguji pengaruh *leverage*, *capital intensity* dan *inventory intensity* terhadap *tax avoidance* secara parsial. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka variabel independen secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikan $> 0,05$, maka variabel independen secara individu tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 9. Hasil Uji T Parsial

Coefficients ^a		
MODEL	T	Sig.
Kegunaan (X1)	4,499	0,000
Kemudahan Penggunaan (X2)	1,543	0,016
Keamanan (X3)	4,390	0,000

Sumber : *Output SPSS 25*, data diolah 2024

Dari data diatas memperoleh hasil sebagai berikut:

1. Variabel persepsi kegunaan (X1) memperoleh t hitung $4,499 > t$ tabel 1.660 dan nilai signifikansinya 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Kegunaan (X1) terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Transaksi BNI Mobile Banking Wondr (Y).

2. Variabel persepsi kemudahan penggunaan (X2) memperoleh t hitung 1,543 > t tabel 1.660 dan nilai signifikansinya 0,016 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Kemudahan Pengguna (X2) terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Transaksi BNI Mobile Banking Wondr (Y).
3. Variabel persepsi keamanan (X3) memperoleh t hitung 4,390 > t tabel 1.660 dan nilai signifikansinya 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Keamanan (X3) terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Transaksi BNI Mobile Banking Wondr (Y).

Hasil Uji Koefisien Determinan (R²)

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinan

Model Summary			
R	R Square	Adjusted R Square	Error of the Estimate
,918^a	0,843	0,838	0,49271

Sumber : *Output SPSS 25*, data diolah 2024

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi atau R Squar adalah 0,843. Nilai R Square ini berasal dari pengkuadratan nilai koefisien Korelasi atau R, yaitu $0,918 \times 0,918 = 0,843$. Besarnya angka R Square adalah 0,843 atau sama dengan 84,3%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel persepsi kegunaan (X1), persepsi kemudahan pengguna (X2), dan persepsi keamanan (X3) secara simultan berpengaruh terhadap variabel tingkat transaksi (Y) sebesar 84,3%. sedangkan sisanya ($100\% - 84,3\% = 15,70\%$) dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel lain yang tidak diteliti.

Analisis Pembahasan

Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Tingkat Transaksi Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*

Berdasarkan hasil penelitian, variabel persepsi kegunaan (X1) pengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Transaksi BNI *Mobile Banking Wondr* (Y). Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Almalis, 2017) bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan mobile banking. Artinya, semakin yakin beranggapan bahwa aplikasi itu mudah digunakan, semakin banyak orang yang minat menggunakannya.

Hasil ini sesuai dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) untuk menjelaskan persepsi kegunaan yang dapat memengaruhi orang dalam mengambil keputusan tentang penggunaan mobile banking. *Technology Acceptance Model* (TAM) melihat sikap orang tentang bagaimana menggunakan teknologi dan seberapa tertarik mereka mengadopsi fitur tertentu dari suatu inovasi teknologi. Kaitannya dengan persepsi kegunaan sikap seseorang terhadap penggunaan suatu teknologi dipengaruhi oleh sejauh mana keyakinannya dalam menggunakan teknologi tersebut karena kemudahan penggunaannya yang dirasakan. Berdasarkan penjelasan ini membawa penulis memberi kesimpulan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan dalam tingkat transaksi pada aplikasi BNI *mobile banking Wondr*. Masyarakat wilayah Batam lebih cenderung menggunakan mobile banking jika menurut mereka mudah digunakan.

Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Tingkat Transaksi Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*

Berdasarkan hasil penelitian, variabel persepsi kemudahan pengguna (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Transaksi BNI *Mobile Banking Wondr* (Y). Penelitian ini sejalan dengan penelitian bahwa (Utama, 2023) persepsi kemudahan pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking. Artinya, semakin yakin beranggapan bahwa aplikasi itu mudah digunakan, semakin banyak orang yang minat menggunakannya.

Hasil penelitian yang mendukung teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperkenalkan oleh Davis (1989) menunjukkan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Persepsi penggunaan berkaitan dengan seberapa sederhana teknologi tersebut dioperasikan. TAM yang merupakan adaptasi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) menjelaskan bahwa kedua faktor ini memengaruhi sikap individu terhadap teknologi yang pada akhirnya menentukan niat dan perilaku penggunaannya. Dalam konteks seperti mobile banking jika pengguna merasa teknologi ini memberikan keuntungan nyata maka kecenderungan untuk menggunakannya akan meningkat.

Dapat disimpulkan TAM menjadi kerangka teoritis yang kuat untuk memahami faktor-faktor psikologis dan perilaku dalam adopsi teknologi informasi Berdasarkan penjelasan ini membawa penulis memberi kesimpulan bahwa persepsi kemudahan pengguna berpengaruh positif dan signifikan dalam tingkat transaksi pada aplikasi BNI *mobile banking Wondr*.

Masyarakat wilayah Batam lebih cenderung menggunakan mobile banking jika menurut mereka mudah digunakan.

Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Tingkat Transaksi Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*

Berdasarkan hasil penelitian, variabel persepsi keamanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Transaksi BNI *Mobile Banking Wondr* (Y). Penelitian ini sejalan dengan penelitian bahwa (Saputro, 2020) persepsi keamanan pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan mobile banking. Artinya, semakin yakin beranggapan bahwa aplikasi itu mudah digunakan, semakin banyak orang yang minat menggunakannya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sejumlah nasabah masih merasa khawatir mengenai banyaknya informasi pribadi yang harus diserahkan kepada bank terutama dengan meningkatnya jumlah pengguna mobile banking dan banyaknya isu terkait keamanan yang sering dialami oleh nasabah. Agar nasabah merasa lebih percaya dan nyaman menggunakan layanan mobile banking, penting bagi mereka untuk yakin bahwa data pribadi mereka tidak akan jatuh ke tangan pihak ketiga dan bahwa tidak akan terjadi penipuan dalam transaksi. Keberadaan perlindungan yang diatur dalam UU ITE diharapkan dapat memberikan rasa aman bagi nasabah jika terjadi kecurangan dalam transaksi sehingga mereka tidak lagi merasa takut untuk melakukan transaksi secara online.

Berdasarkan penjelasan ini membawa penulis memberi kesimpulan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan dalam tingkat transaksi pada aplikasi BNI mobile banking Wondr. Masyarakat wilayah Batam lebih cenderung menggunakan mobile banking jika menurut mereka memberikan rasa aman.

Pengaruh Persepsi Keamanan (X1), Kemudahan Pengguna (X2), dan Keamanan (X3) Terhadap Tingkat Transaksi Pada Aplikasi BNI Mobile Banking Wondr

Berdasarkan analisis uji hipotesis IV telah diketahui bahwa persepsi keamanan (X1), Kemudahan Pengguna (X2), Keamanan (X3) secara simultan berpengaruh terhadap tingkat transaksi pada aplikasi BNI mobile banking Wondr. Dengan bukti bahwa R Square adalah 0,843 atau sama dengan 84,3%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel persepsi kegunaan (X1), persepsi kemudahan pengguna (X2), dan persepsi keamanan (X3) secara simultan berpengaruh terhadap variabel tingkat transaksi (Y) sebesar 84,3%. sedangkan sisanya ($100\% - 84,3\% = 15,70\%$) dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini

atau variabel lain yang tidak diteliti.

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Pengguna, dan Persepsi Keamanan Terhadap tingkat transaksi nasabah Menggunakan BNI Mobile Banking Wondr PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk wilayah Batam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Pengguna, dan Persepsi Keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap Tingkat Transaksi. Secara simultan ketiga variabel independen ini memiliki pengaruh signifikan dengan koefisien determinasi 83,8%. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut berperan besar dalam menentukan tingkat tingkat transaksi nasabah menggunakan BNI *Mobile Banking Wondr*. Penelitian ini dapat menambah wawasan bagi peneliti maupun pihak lain dan membantu nasabah BNI *Mobile Banking Wondr* agar lebih mudah melakukan transaksi yang lebih aman dan efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Almalis, M. I. (2017). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Persepsi Biaya Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Permatamobile Smartex Pada Bank Permata Di Surabaya. In Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas.
- Astriningrum, N. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia. In Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Davis, G. B. (2016). Kerangka Dasar: Sistem Informasi Manajemen, Bagian I Pengantar (S. M. N. 90-A (Ed.); Cetakan Ke). Pt. Pustaka Binawan Pressindo.
- Imsar. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pakaian Bekas (Monza) Pasar Melati Medan.
- Jogiyanto. (2015). Metodologi Penelitian Bisnis Salah Kaprah Dan Pengalaman-Pengalaman. (Keenam). Bpfe.
- Khoirunnisaa, J. (2023). Jumlah Pengguna Bni Mobile Banking Melonjak Jadi 14,7 Juta. Detik Finance. <https://finance.detik.com/moneter/D-6820892/jumlah-pengguna-bni-mobile-banking-melonjak-jadi-14-7-juta>.
- Kurniawan, M. H. (2023). Pengaruh Peenggunaan Mobile Banking Terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Transaksi Cardless Pada Bank Bjb Syariah Kcp Ciputat. In Uin Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Morissan. (2013). Teori Komunikasi Individu Hingga Massa (Pertama). Kenacana Prenamedia

Group.

- Saputro, W. J. (2020). Pengaruh Faktor Kemudahan Dan Faktor Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking. *Etheses.Iainponorogo.Ac.Id*, 1–93.
- Sudaryono. (2014). *Aplikasi Statistik Untuk Penelitian*. Lentera Ilmu Cendekia. Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Bisnis*. Cv Alfabeta.
- Utama, W. P. (2023). Pengaruh Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Kepercayaan, Dan Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking.