

DETERMINAN PERILAKU NASABAH PENGGUNA MOBILE BANKING: MODEL DECOMPOSED THEORY OF PLANNED BEHAVIOR

Eva Fauzia Dian Pratiwi

evafauziadianpratiwi@gmail.com

Imam Subekti

Aulia Fuad

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya

ABSTRACT

This study is aimed to analyze variables in Decomposed Theory of Planned Behavior. The study is also examining whether behavior control perception variable affecting mobile banking service usage indirectly through intention to use it as medium variable. The sample of this study is customers who use mobile banking service in Surabaya. The result show that perception construct of feasible usage and compatibility not affecting the behavior of the mobile banking service users. Behavior construct also does not affect the intention to use, behavior control perception does not affect the behavior of mobile banking service usage. In the other hand, feasibility perception and risk perception affecting the behavior for the use of mobile banking service. Interpersonal and social norms affect the subjective norms. Self-confidence and facility condition affect the behavior control perception. Behavior, subjective norms and behavior control perception affect the intention in using mobile banking service, test result recently show that intention affect the behavior in using mobile banking service. Implication of this study is relevant for bank management and mobile banking analysis service to reconsider factors of usage, compatibility, behavior and behavior control perception in applying and developing mobile banking system.

Key words: decomposed theory of planned behavior, mobile banking, intention as medium variable

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis variabel-variabel yang terdapat dalam *Decomposed Theory of Planned Behavior*. Penelitian ini juga menguji apakah variabel persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh tidak langsung terhadap perilaku penggunaan *mobile banking* melalui minat dalam menggunakan sebagai variabel mediasi. Sampel penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan layanan *mobile banking* di Surabaya. Hasil analisis menunjukkan bahwa konstruk persepsi kemudahan penggunaan dan kompatibilitas tidak memiliki pengaruh terhadap sikap penggunaan layanan *mobile banking*. Konstruk sikap juga tidak memiliki pengaruh terhadap minat dalam menggunakan, persepsi kontrol perilaku juga tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku penggunaan layanan *mobile banking*. Sebaliknya, persepsi kemudahan dan persepsi risiko memiliki pengaruh terhadap sikap penggunaan *mobile banking*. Norma interpersonal dan norma sosial memiliki pengaruh terhadap norma subjektif. Keyakinan sendiri dan kondisi fasilitas memiliki pengaruh terhadap persepsi kontrol perilaku. Sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh terhadap minat dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Hasil pengujian terakhir menunjukkan minat memiliki pengaruh terhadap perilaku penggunaan layanan *mobile banking*. Implikasi dari studi ini relevan bagi pihak manajemen bank dan analisis *mobile banking* agar memperhatikan kembali faktor kegunaan, kompatibilitas, sikap dan persepsi kontrol perilaku dalam menerapkan dan mengembangkan sistem *mobile banking*.

Kata kunci: decomposed theory of planned behavior, mobile banking, minat sebagai variabel mediasi

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi yang diikuti dengan perkembangan teknologi menuntut dunia bisnis untuk selalu berinovasi. Per-

kembangan teknologi yang begitu pesat, telah mempengaruhi aktivitas kehidupan manusia dalam berbagai bidang. Beragamnya aktivitas manusia menuntut setiap indi-

vidu untuk selalu bertindak cepat, praktis dan efisien. Kemajuan teknologi informasi menjadi salah satu faktor penting untuk membangun industri, salah satunya adalah industri jasa layanan perbankan. Kannabiran (2005), memberikan pelayanan terbaik dan kemudahan kepada nasabah dalam bertransaksi adalah menjadi satu tujuan penting yang ingin dicapai oleh setiap bank. Metode konvensional yang selama ini dipakai dirasakan kurang efektif dan efisien, karena nasabah harus menyisihkan waktunya untuk datang ke bank dan untuk melakukan transaksi. Dengan berkembangnya teknologi tentu setiap nasabah menginginkan adanya perkembangan dalam metode bertransaksi.

Branchless banking merupakan salah satu solusi inovasi bisnis di dunia perbankan. *Branchless banking* adalah kegiatan pemberian jasa layanan sistem pembayaran dan keuangan terbatas yang dilakukan tidak melalui kantor fisik bank tapi menggunakan sarana teknologi dan atau jasa pihak ketiga. Salah satunya adalah dengan mengembangkan teknologi dengan bertransaksi secara *online*. Layanan perbankan yang dikenal dengan istilah *e-banking* membuat nasabah akan mendapatkan layanan informasi dan akan dapat transaksi secara cepat, tepat, mudah, dan murah. Hartono (2007), mengemukakan bahwa meskipun kualitas teknik sistem teknologi informasi sudah meningkat, masih saja banyak yang mengalami kegagalan dalam penerapannya. Salah satu penyebab kegagalan adalah lebih pada aspek keperilakuannya (*behavioral*). Penelitian mengenai perilaku individu terhadap penggunaan teknologi antara lain studi yang dilakukan oleh Lin dalam konteks *e-commerce*, menyatakan bahwa Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku mempengaruhi minat dalam menggunakan *e-commerce*. Shih and Fang (2004) dalam studinya menyatakan bahwa sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku mempengaruhi minat dalam menggunakan *internet banking system*. Ali et al. (2013), dalam konteks *mobile banking* menyatakan dalam

studinya bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dalam menggunakan, kompatibilitas memiliki pengaruh positif terhadap minat, risiko memiliki pengaruh negatif terhadap minat. Norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh positif terhadap minat dan perilaku penggunaan *mobile banking*. Studi Hsu and Chiu dalam (Sulistiyarini 2012), menyatakan bahwa sikap berpengaruh positif terhadap minat. Norma subjektif tidak memiliki pengaruh secara langsung terhadap minat. Persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh positif terhadap minat. (Sulistiyarini, 2012), menggunakan model kombinasi TAM (*Theory Acceptance Model*) dan TPB (*Theory Planned Behaviour*). Dalam studinya (Sulistiyarini, 2012) memberikan hasil bahwa minat individu dalam menggunakan *mobile banking* ditentukan oleh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap dan norma subjektif, sedangkan faktor persepsi kontrol perilaku tidak memiliki pengaruh terhadap minat dalam penggunaan *mobile banking*.

Berdasarkan beberapa penelitian tersebut terlihat bahwa ada ketidakkonsistenan terhadap hasil dalam setiap penelitian. Penelitian ini dibuat untuk kembali mengukur faktor yang mempengaruhi perilaku dalam penggunaan *mobile banking*. Perbedaan penelitian ini dengan beberapa penelitian sebelumnya adalah pendekatan model yang akan digunakan oleh peneliti adalah pendekatan model *Decomposed Theory of Planned Behavior* dengan menambahkan variabel risiko pada model penelitiannya. Pada studi kali ini peneliti menambahkan minat sebagai variabel mediasi persepsi kontrol perilaku terhadap perilaku. Model teori kombinasi TAM dan TPB yang sering juga disebut *Decomposed Theory of Planned Behavior* yang menerangkan perilaku seseorang dengan konstruksi model multi dimensional. Pada model *Decomposed Theory of Planned Behavior* ini memiliki perbedaan dengan model teori *Theory Reasoned Action* yang dimana perbedaannya terletak pada faktor penentu sikap, sikap tidak hanya

tergantung pada persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan saja, tetapi juga dipengaruhi oleh kompatibilitas. Kompatibilitas disini didefinisikan sebagai sejauh mana inovasi cocok dengan nilai-nilai yang dianut oleh *adopter* saat ini, termasuk pengalaman sebelumnya dan kebutuhan saat itu. *Decomposed Theory of Planned Behavior* dapat memberikan penjelasan terhadap minat untuk melakukan adopsi secara lebih mendalam. Peneliti juga menambahkan variabel persepsi risiko sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku dalam menggunakan layanan *mobile banking* dan peneliti menguji minat sebagai variabel mediasi persepsi kontrol perilaku terhadap perilaku pengguna *mobile banking*.

Dari uraian di atas dan fenomena yang telah diungkapkan, maka dapat dirumuskan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut: (1) Apakah persepsi kegunaan memiliki pengaruh positif terhadap sikap nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*, (2) Apakah persepsi kemudahan dalam menggunakan memiliki pengaruh positif terhadap sikap nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*, (3) Apakah kompatibilitas memiliki pengaruh positif terhadap sikap nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*, (4) Apakah persepsi risiko memiliki pengaruh positif terhadap sikap perilaku nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*, (5) Apakah norma interpersonal berpengaruh positif terhadap norma subjektif nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*, (6) Apakah norma sosial berpengaruh positif terhadap norma subjektif nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*, (7) Apakah keyakinan sendiri berpengaruh positif terhadap persepsi kontrol perilaku nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*, (8) Apakah kondisi fasilitas berpengaruh positif terhadap persepsi kontrol perilaku nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*, (9) Apakah sikap berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*, (10) Apakah norma subjektif berpengaruh

positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*, (11) Apakah persepsi kontrol perilaku nasabah berpengaruh positif terhadap minat dan berpengaruh positif terhadap perilaku nasabah dalam penggunaan *mobile banking*, (12) Apakah persepsi kontrol perilaku nasabah berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna *mobile banking*, (13) Apakah minat perilaku nasabah berpengaruh positif terhadap perilaku nasabah dalam penggunaan *mobile banking*, (14) Apakah persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap perilaku nasabah dalam penggunaan layanan *mobile banking* melalui minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

TINJAUAN TEORETIS Peraturan Bank Indonesia Terkait Penggunaan E-Banking

Perkembangan statistik perbankan di satu sisi merupakan meningkatnya peranan perbankan dalam perekonomian nasional. tetapi disisi lain juga menunjukkan tingkat persaingan bisnis di antara bank-bank di Indonesia. Ketatnya persaingan antar bank dan semakin banyak bank yang menyediakan layanan atau jasa *mobile banking* dari waktu ke waktu, menuntut perbankan untuk senantiasa meningkatkan efisiensi dan mutu pelayanan kepada masyarakat. Hal ini diikuti pula dengan semakin tinggi risiko yang akan timbul dari kemajuan teknologi perbankan dalam hal penyediaan layanan *mobile banking* tersebut, oleh sebab itu, Bank Indonesia mengeluarkan peraturan yang terkait dengan perkembangan teknologi *e-banking* melalui peraturan Bank Indonesia No.9/15/PBI/2007 tahun 2007 tentang Penerapan Manajemen Resiko Dalam Penggunaan Teknologi informasi Oleh Bank Umum. *Mobile banking* disini disebutkan dengan istilah *electronic banking*. Ketentuan pasal yang mengatur secara khusus tentang *electronic banking* dalam peraturan Bank Indonesia Nomor 9/15/ PBI/2007 tersebut adalah pasal 22 dan pasal 23.

Pasal 22: (1) Bank yang menyelenggarakan kegiatan *Electronic Banking* wajib me-

menuhi ketentuan Bank Indonesia yang berlaku, (2) Bank harus memberikan edukasi kepada nasabah mengenai produk *Electronic banking* dan pengamanannya secara berkesinambungan.

Pasal 23: (1) Setiap rencana penerbitan produk *Electronic Banking* baru harus dimuat dalam rencana bisnis bank, (2) Setiap rencana penerbitan produk *Electronic Banking* yang bersifat transaksional wajib dilaporkan kepada Bank Indonesia paling lambat 2(dua) bulan sebelum produk tersebut diterbitkan, (3) Pelaporan rencana produk *Electronic Banking* sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak berlaku bagi produk *Electronic banking* sepanjang terdapat ketentuan bank Indonesia yang secara khusus mengatur persyaratan persetujuan produk tersebut, dan seterusnya.

Dalam rangka memberikan perlindungan kepada nasabah dalam penggunaan layanan *electronic banking*, undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen juga dapat dikaitkan dengan penyelenggaraan *electronic banking* dalam hal ini, perusahaan yang dimaksud adalah bank, dan konsumen yang dimaksud adalah nasabah. Dari beberapa peraturan terkait *e-banking* diatas dapat disimpulkan bahwa pemerintah Indonesia khususnya bank Indonesia sebagai bank yang melakukan pengawasan terhadap Bank-bank yang beroperasi di Indonesia, telah memberikan perhatian yang cukup terkait pelaksanaan *e-banking* di Indonesia. Perhatian tersebut ditunjukkan dengan dikeluarkannya peraturan-peraturan terkait pelaksanaan *e-banking* baik bagi bank yang menyelenggarakan maupun bagi nasabah yang memanfaatkan atau menggunakan sistem tersebut.

Theory Of Reasoned Action

Theory Of Reasoned Action, minat perilaku dalam menggunakan teknologi menjelaskan bahwa sikap seseorang berdasarkan pada perilaku dan norma subjektif. Sikap seseorang mengarah pada perilaku yang terdiri dari kepercayaan dalam berperilaku (*behavioral beliefs*), penilaian konsekuensi atas perilaku (*assess the consequences of behavior*),

norma subjektif, *normative beliefs* dan motivasi (Rilvari 2005). Dalam teori ini dijelaskan bahwa perilaku seseorang berada dibawah kendali individu itu sendiri dan dapat secara akurat menjelaskan faktor yang mempengaruhi individu dalam mengadopsi teknologi (Laukkanen 2005). Teori ini dikembangkan oleh Fishbein and Ajzen (1975), diharapkan menjadi salah satu teori penting yang digunakan untuk menjelaskan perilaku manusia.

Theory Planned Behavior (TPB)

Theory Planned Behavior (TPB) merupakan pengembangan lebih lanjut dari *Theory Of Reasoned Action* (TRA). Ajzen (1991) dalam Sulistiyarini (2012), mengembangkan teori TPB ini dengan menambahkan sebuah variabel yang belum ada di TRA, yaitu variabel pengendalian persepsi perilaku (*perceived behavioral control*). Teori ini menyediakan suatu kerangka untuk mempelajari sikap terhadap perilaku. Berdasarkan teori tersebut, penentu terpenting perilaku seseorang adalah minat untuk berperilaku. Minat individu untuk menampilkan suatu perilaku adalah kombinasi dari sikap untuk menampilkan perilaku tersebut dan norma subjektif. Sikap individu terhadap perilaku meliputi kepercayaan mengenai suatu perilaku, evaluasi terhadap hasil perilaku, norma subjektif, kepercayaan-kepercayaan normatif dan motivasi untuk patuh. Jika seseorang mempersepsi bahwa hasil dari menampilkan suatu perilaku tersebut positif, maka dapat disimpulkan bahwa seseorang memiliki sikap positif terhadap perilaku tersebut. Sebaliknya juga dapat dinyatakan bahwa jika suatu perilaku difikirkan negatif. Orang-orang lain yang relevan memandang bahwa menampilkan perilaku tersebut sebagai sesuatu yang positif dan seseorang tersebut termotivasi untuk memenuhi harapan orang-orang lain yang relevan, maka itulah yang disebut dengan norma subjektif yang positif. Begitu pula sebaliknya, orang-orang lain melihat perilaku yang akan ditampilkan sebagai sesuatu yang negatif dan seseorang tersebut ingin memenuhi harapan orang-orang lain

tersebut, hal itu yang disebut dengan norma subjektif negatif. Sikap dan norma subjektif diukur dengan skala (misalnya skala *likert*) menggunakan frase suka atau tidak suka, baik atau buruk, dan setuju atau tidak setuju. Minat untuk menampilkan suatu perilaku tergantung pada hasil pengukuran sikap dan norma subjektif. Hasil yang positif mengindikasikan minat berperilaku.

Perbedaan utama antara TRA dan TPB adalah tambahan penentu minat berperilaku yang ke tiga, yaitu persepsi kontrol perilaku. Persepsi kontrol perilaku ditentukan oleh dua faktor yaitu *control beliefs* (kepercayaan mengenai kemampuan dalam mengendalikan) dan *perceived power* (persepsi mengenai kekuasaan yang dimiliki untuk melakukan suatu perilaku). Persepsi kontrol perilaku mengindikasikan bahwa motivasi seseorang dipengaruhi oleh bagaimana ia mempersepsi tingkat kesulitan atau kemudahan untuk menampilkan suatu perilaku tertentu. Jika seseorang memiliki *control beliefs* yang kuat mengenai faktor-faktor yang ada yang akan memfasilitasi suatu perilaku, maka seseorang tersebut memiliki persepsi yang tinggi untuk mampu mengendalikan suatu perilaku. Sebaliknya, seseorang tersebut akan memiliki persepsi yang rendah dalam mengendalikan suatu perilaku jika ia memiliki *control beliefs* yang kuat mengenai faktor-faktor yang menghambat perilaku. Persepsi ini dapat mencerminkan pengalaman masa lalu, antisipasi terhadap situasi yang akan datang, dan sikap terhadap norma-norma yang berpengaruh di sekitar individu.

Theory of Planned Behavior didasarkan pada asumsi bahwa manusia adalah makhluk yang rasional dan menggunakan informasi-informasi yang mungkin baginya secara sistematis. Seseorang memikirkan implikasi dari tindakan mereka sebelum mereka memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku-perilaku tertentu.

Theory Planned Behavior dimulai dengan melihat minat berperilaku sebagai antiseden terdekat dari suatu perilaku. Dipercaya bahwa semakin kuat minat seseorang untuk

menampilkan suatu perilaku tertentu, diharapkan semakin berhasil ia melakukannya. Minat adalah suatu fungsi dari kepercayaan dan atau informasi yang penting mengenai kecenderungan bahwa menampilkan suatu perilaku tertentu akan mengarahkan pada suatu hasil yang spesifik. Minat bisa berubah karena waktu. Semakin lama jarak antara minat dan perilaku, semakin besar kecenderungan terjadinya perubahan minat. Ajzen dan Fishbein (1995) tidak hanya tertarik dalam hal meramalkan perilaku tetapi juga memahaminya, mereka mulai mencoba untuk mengidentifikasi penentu-penentu dari minat berperilaku. Ajzen dan Fishbein (1995) berteori bahwa minat adalah suatu fungsi dari dua penentu utama, yaitu sikap terhadap perilaku dan norma subjektif dari perilaku.

Sikap dianggap sebagai antiseden pertama dari minat dalam berperilaku. Sikap adalah kepercayaan positif atau negatif untuk menampilkan suatu perilaku tertentu. Kepercayaan-kepercayaan atau *beliefs* ini disebut dengan *behavioral beliefs*. Seorang individu akan berniat untuk menampilkan suatu perilaku tertentu ketika ia menilainya secara positif. Sikap ditentukan oleh kepercayaan-kepercayaan individu mengenai konsekuensi dari menampilkan suatu perilaku (*behavioral beliefs*), ditimbang berdasarkan hasil evaluasi terhadap konsekuensinya (*outcome evaluation*). Sikap-sikap tersebut dipercaya memiliki pengaruh langsung terhadap minat berperilaku dan dihubungkan dengan norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku.

Norma subjektif juga diasumsikan sebagai suatu fungsi dari kepercayaan yang secara spesifik seseorang setuju atau tidak setuju untuk menampilkan suatu perilaku. Kepercayaan-kepercayaan yang termasuk dalam norma-norma subjektif disebut juga kepercayaan normatif (*normative beliefs*). Seorang individu akan berniat menampilkan suatu perilaku tertentu jika ia mempersepsi bahwa orang-orang lain yang penting berfikir bahwa ia seharusnya me-

lakukan hal itu. Orang lain yang penting tersebut bisa pasangan, sahabat, dokter, dan sebagainya. Hal ini diketahui dengan cara memberikan pertanyaan kepada responden untuk menilai apakah orang-orang lain yang penting tadi cenderung akan setuju atau tidak setuju jika akan menampilkan perilaku yang dimaksudkan.

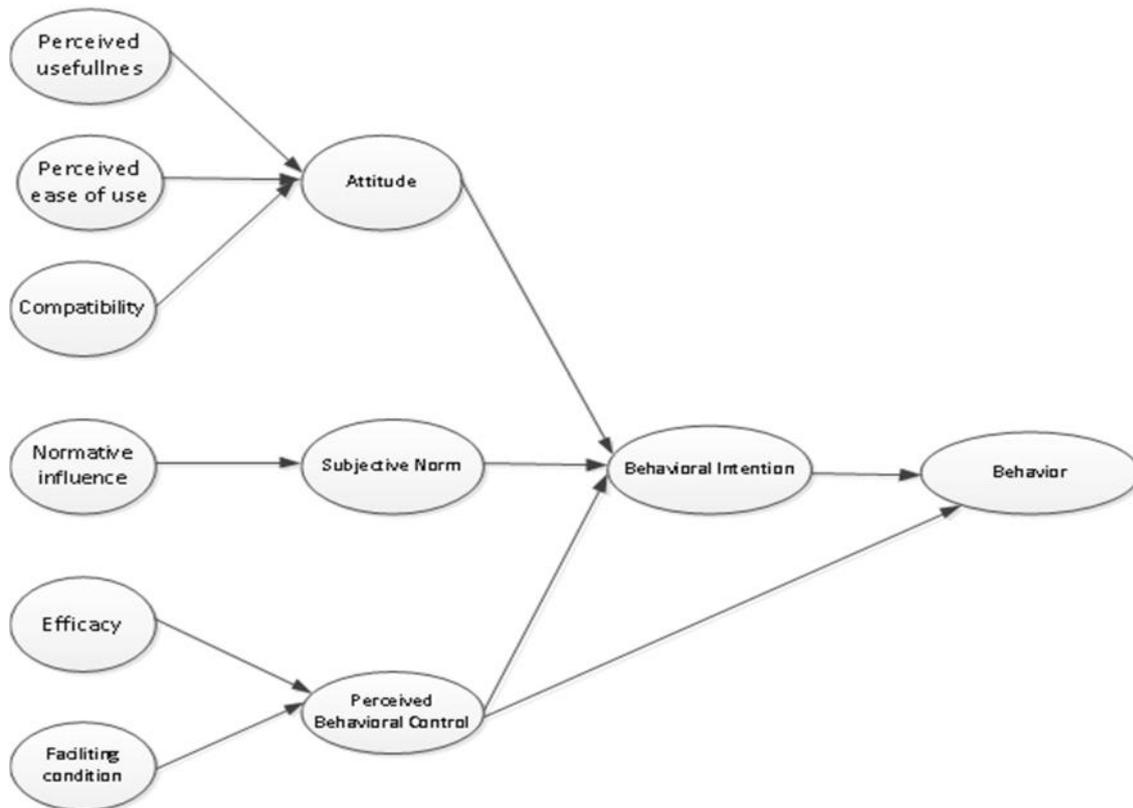
Theory Planned Behavior memperhitungkan bahwa semua perilaku tidaklah di bawah kendali dan bahwa perilaku-perilaku tersebut berada pada suatu titik dalam suatu kontinum dari sepenuhnya di bawah kendali sampai sepenuhnya di luar kendali. Individu mungkin memiliki kendali sepenuhnya ketika tidak terdapat hambatan apapun untuk menampilkan suatu perilaku. Dalam keadaan ekstrim yang sebaliknya, mungkin sama sekali tidak terdapat kemungkinan untuk mengendalikan suatu perilaku karena tidak adanya kesempatan, karena tidak adanya sumber daya atau ketrampilan. Faktor-faktor pengendali tersebut terdiri atas faktor internal dan eksternal. Faktor-faktor internal antara lain ketrampilan, kemampuan, informasi, emosi, stres, dan sebagainya. Faktor-faktor eksternal meliputi situasi dan faktor-faktor lingkungan.

Inti dari *Theory Planned behavior* adalah minat individu untuk melakukan perilaku tertentu. Pada *theory planned behavior*, sikap dan norma subjektif terhadap perilaku dinyatakan memengaruhi minat, dan memasukkan unsur pengendalian persepsi perilaku sebagai faktor tambahan yang memengaruhi perilaku sebagai faktor yang memengaruhi minat konsumen. *Theory planned behavior* menunjukkan bahwa tindakan manusia diarahkan oleh tiga macam kepercayaan-kepercayaan yaitu kepercayaan-kepercayaan perilaku (*behavioral beliefs*), kepercayaan-kepercayaan normatif (*normative beliefs*), kepercayaan-kepercayaan kontrol (*control beliefs*).

Decomposed Theory Of Planned Behavior

Studi ini menggunakan model teori kombinasi *technology acceptance model* atau

theory planned behavior ini sering juga disebut sebagai *Decomposed Theory of Planned Behavior* yang menerangkan perilaku seseorang dengan konstruksi model multi dimensional. Perbedaan model teori ini dengan model teori *theory reasoned action* terletak pada faktor penentu sikap. Pada model *Decomposed Theory of Planned Behavior* menjelaskan bahwa sikap tidak hanya tergantung pada persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan tetapi juga dipengaruhi oleh kompatibilitas. Kompatibilitas disini didefinisikan sebagai sejauh mana inovasi cocok dengan nilai-nilai yang dianut oleh *adopter* saat ini, termasuk pengalaman penggunaan sebelumnya dan kebutuhan saat itu (Taylor and Todd, 1995). Perbedaan model ini dengan model *theory planned behavior* ada dua hal yang pertama norma-norma subjektif dipengaruhi oleh dua hal yaitu pengaruh oleh rekan sejawat dan pengaruh atasan, yang kedua yaitu pengaruh persepsi kontrol perilaku dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu persepsi keyakinan diri sendiri (*Self Efficacy*) atau keefektifitasan dan kondisi fasilitas seperti misalnya kecocokan dalam penggunaan fasilitas. Model *Decomposed Theory of Planned Behavior* ditunjukkan pada Gambar 1. *Decomposed Theory of Planned Behavior* (DTPB) teori adalah pengembangan akan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Ajzen (2011) mengembangkan TPB melalui meramalkan pengukuran atas kontrol persepsi perilaku dapat ditambah melalui item keyakinan sendiri yang akan semakin baik dalam mengontrol. Sikap terhadap perilaku merupakan perasaan positif atau negatif seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Lee (2008), menyatakan bahwa sikap mengacu pada persepsi individu itu sendiri, menguntungkan atau tidak menguntungkan terhadap perilaku tertentu. Minat perilaku adalah suatu keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu (Jogiyanto, 2007). Minat adalah kemungkinan subyektif bahwa individu akan melakukan perilaku yang spesifik, dengan mempertimbangkan tipe dari



Gambar 1
Model Decomposed Theory of Planned Behavior

Sumber: Taylor and Todd (1995)

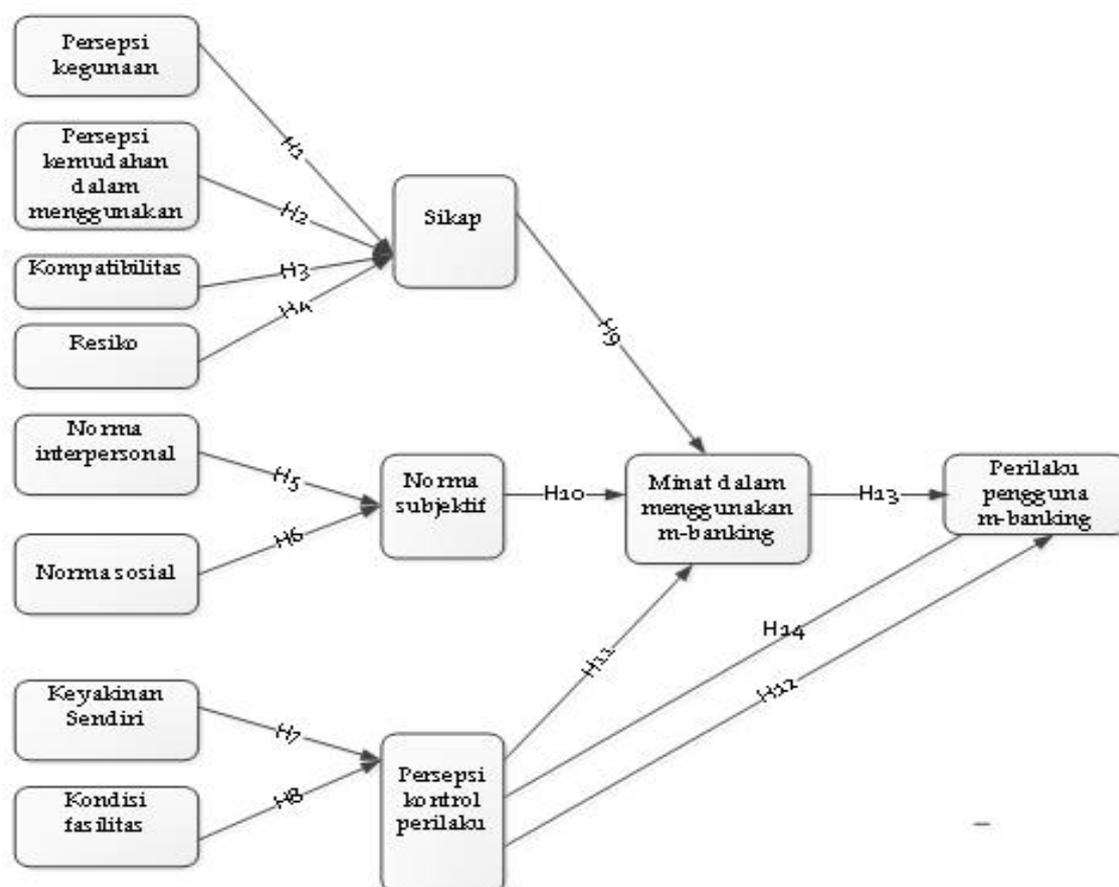
kepercayaan yang merupakan target individu dan atribut dari perilaku. Fang (2008) menyatakan bahwa minat perilaku merupakan prediksi yang baik dari penggunaan teknologi oleh pemakai sistem. Dalam penelitian ini, minat perilaku nasabah ditunjukkan dengan manfaat dan kemudahan yang akan didapatkan pada saat menggunakan mobile banking. Minat perilaku tersebut, yang nantinya akan mempengaruhi perilaku dari nasabah dalam penggunaan *mobile banking*.

Persepsi Kegunaan (Perceived usefulness)

Sikap diestimasi mempengaruhi hasil tertentu yang dimana dipengaruhi oleh beberapa motivasi dari faktor social ekonomi. Berdasarkan teori motivasi, faktor ekonomi sosial diklasifikasikan menjadi dua kategori yaitu ekstrinsik motivasi dan intrinsik motivasi. Motivasi yang bersifat intrinsik adalah manakala sifat pekerjaan itu

sendiri yang membuat seorang termotivasi, orang tersebut mendapatkan kepuasan dengan melakukan pekerjaan tersebut bukan karena rangsangan lain seperti status ataupun uang, atau bisa juga dikatakan seseorang sedang melakukan *hobby*, sedangkan motivasi ekstrinsik adalah manakala elemen-elemen diluar pekerjaan yang melekat di pekerjaan tersebut menjadi faktor utama yang membuat seseorang termotivasi, seperti status maupun kompensasi. Persepsi kegunaan merupakan bagian dari motivasi ekstrinsik. Elemen persepsi kegunaan diadopsi dari TAM.

Persepsi kegunaan adalah tingkatan dimana kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan teknologi akan meningkatkan performa. Beberapa penelitian telah memaparkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara persepsi kegunaan dan sikap dalam hal penggunaan teknologi informasi: (Luarn dan Lin, 2005), (Sulistiya-



Gambar 2 Model Penelitian

rini, 2012) dan (Hsu dan Chiu, 2004). Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh tidak memiliki pengaruh terhadap minat sikap perilaku untuk kedua grup pengguna, baik grup yang berpengalaman maupun yang tidak berpengalaman. Untuk itu hipotesis yang dirumuskan:

H₁ : Persepsi kegunaan memiliki pengaruh positif terhadap sikap nasabah dalam penggunaan layanan *mobile banking*

Persepsi Kemudahan dalam Menggunakan (*perceived ease of use*)

Faktor penentu kedua dalam model *Decomposed Theory of Planned Behavior* adalah persepsi kemudahan dalam menggunakan. Persepsi kemudahan dalam menggunakan adalah tingkatan seseorang dalam mempercayai bahwa menggunakan teknologi tersebut tidak memerlukan usaha yang cukup.

Peneliti sebelumnya, Taylor and Todd (1995) menyebutkan bahwa persepsi kegunaan berat. Dalam model *Decomposed Theory of Planned Behavior* melakukan pengujian pengaruh persepsi kemudahan dalam menggunakan terhadap sikap. Pada persepsi ini, apabila individu merasa bahwa sistem teknologi informasi mudah untuk digunakan maka individu tersebut akan menggunakannya, namun apabila tidak mudah untuk digunakan maka individu tersebut enggan untuk menggunakannya.

Dalam penelitian sebelumnya, menyebutkan bahwa persepsi kemudahan dalam menggunakan memiliki pengaruh yang positif terhadap niat dalam menggunakan teknologi (Luarn dan Lin, 2005), (Sulostiyarini, 2012) dan (Hsu dan Chiu, 2004). Penelitian atas minat menggunakan *mobile banking* di China, (Luarn dan Lin,

2005) hasilnya adalah bahwa persepsi kemudahan dalam menggunakan memiliki hubungan yang signifikan mempengaruhi sikap dalam menggunakan *mobile banking*, seseorang akan menggunakan *mobile banking service*, jika mereka memiliki persepsi bahwa menggunakan *mobile banking* bukanlah hal yang sukar, untuk itu hipotesis yang dapat dirumuskan, adalah

H₂ : Persepsi kemudahan dalam menggunakan memiliki pengaruh positif terhadap sikap nasabah dalam penggunaan layanan *mobile banking*

Kompatibilitas (Compatibility)

Faktor penentu ketiga dalam model *Decomposed Theory of Planned Behavior* adalah kompatibilitas. Kompatibilitas didasarkan pada ekstensi *Technology Acceptance Model* yang direplikasi peneliti dari studi (Shih dan Fang, 2004). Kompatibilitas dapat didefinisikan sejauh mana suatu inovasi teknologi dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang ada, kebutuhan, dan pengalaman masa lalu oleh pengadopsi potensial. Studi (Lin, 2007) tentang pengujian minat konsumen pada belanja secara *online* dengan membandingkan tiga model teoritis, yaitu *Technology Acceptance Model*, *Theory of Planned Behavior*, serta *Decomposed Theory of Planned Behavior* membuktikan bahwa kompatibilitas atau kecocokan memiliki pengaruh positif terhadap sikap perilaku penggunaan *e-commerce*.

Namun, hasil studi (Lin, 2007) tidak konsisten dengan hasil studi (Shih dan Fang, 2004) serta (Nor dan Pearson, 2007) yang membuktikan bahwa kompatibilitas tidak memiliki pengaruh terhadap sikap perilaku penggunaan teknologi informasi. (Shih dan Fang, 2004) serta (Nor dan Pearson, 2007) menggunakan konteks *internet banking* untuk diuji. Rumusan hipotesis sebagai berikut:

H₃ : Kompatibilitas berpengaruh terhadap sikap pada perilaku penggunaan *mobile banking*.

Persepsi Risiko (*Perceived risk*)

Dalam konteks transaksi *electronic banking*, persepsi resiko didefinisikan sebagai pengguna fasilitas *electronic banking*. Keandalan teknologi yang cukup akan meningkatkan persepsi terhadap risiko nasabah. Menurut (Jogiyanto, 2007) Persepsi risiko adalah suatu persepsi-persepsi pelanggan tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan. Dowling mengemukakan bahwa persepsi terhadap risiko (*perceived risk*) adalah persepsi negatif konsumen atas sejumlah aktivitas yang didasarkan pada hasil negatif dan memungkinkan bahwa hasil tersebut menjadi nyata. Persepsi risiko sangat mempengaruhi tingkat kepercayaan. Semakin kecil persepsi risiko dari suatu individu maka semakin besar tingkat kepercayaannya, begitupun sebaliknya.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Safeena *et al.*, 2009) yang dilakukan di India dengan menggunakan empat variabel yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan kesadaran. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa ke empat variabel tersebut merupakan faktor-faktor yang kuat dan positif mempengaruhi pelanggan dalam mengadopsi *electronic banking*. Polatoglu dan Ekin (2001) juga menemukan bahwa risiko dianggap merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi adopsi konsumen, serta kepuasan pelanggan layanan *electronic banking*.

Berbeda dengan penelitian (Ali *et al.*, 2013), penelitian yang dilakukan di Iran menyimpulkan dimana persepsi risiko dalam menggunakan transaksi *mobile banking* memiliki pengaruh negatif terhadap sikap nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Merumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut

H₄ : Persepsi risiko memiliki pengaruh positif terhadap sikap nasabah dalam penggunaan layanan *mobile banking*.

Norma Interpersonal (*Interpersonal Norm*) dan Norma Sosial (*Social Norm*)

Norma Subjektif (*Subjective Norm*) adalah perasaan atau dugaan-dugaan seseorang terhadap harapan-harapan dari orang-orang yang ada di dalam kehidupannya mengenai dilakukan atau tidak dilakukannya perilaku tertentu. Menurut (Jogiyanto, 2008) norma subjektif adalah persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan-kepercayaan orang lain yang akan mempengaruhi minat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan.

Berbagai penelitian yang mengkaji mengenai norma subjektif menunjukkan bahwa norma subjektif memberikan pengaruh positif terhadap sikap individu dalam menggunakan sistem teknologi informasi Sulistiyarini (2012), Gurong (2006), Chen (2008), (Hsu dan Chiu, 2004) dan (Ali *et al.*, 2013). Berdasarkan *innovation diffusion theory* (IDT), pengguna akan menaikkan komunikasi dengan yang lain dalam menginterpretasikan pengadopsian IT. Bhattacherjee telah melihat norma subjektif melalui dua hal yang mempengaruhi yaitu interpersonal dan *external*. Pengaruh *external* seperti media massa, opini publik dan yang lainnya didasarkan pada perilaku yang ditampilkan, sedangkan pengaruh interpersonal yaitu seperti pengaruh dari teman, keluarga, lingkungan sekitar, bos dan individu-individu lain yang telah memiliki pengalaman. Konsisten berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya, pengukuran atas norma subjektif pada penelitian ini adalah berdasarkan norma social (*external influence*) terhadap norma subjektif. Rumusan hipotesis adalah sebagai berikut:

H₅ : Norma Interpersonal (*Interpersonal Norm*) memiliki pengaruh positif terhadap norma subjektif nasabah dalam penggunaan layanan *mobile banking*

H₆ : Norma Sosial (*Social Norm*) memiliki pengaruh positif terhadap norma subjektif nasabah dalam penggunaan layanan *mobile banking*.

Keyakinan Sendiri (*Self efficacy*) dan Kondisi Fasilitas

Keyakinan sendiri adalah keyakinan individu terhadap kemampuan mereka akan mempengaruhi cara individu dalam bereaksi terhadap situasi dan kondisi tertentu. Eastin (2002) dalam penelitiannya menunjukkan mengenai analisis terhadap adopsi dari 4 aktivitas *e-commerce*. Menurut penelitiannya menunjukkan bahwa *self efficacy* menjadi salah satu variabel penentu dalam proses perilaku. Eastin (2002) dalam penelitiannya juga menunjukkan bahwa keyakinan sendiri memiliki hubungan yang positif terhadap penggunaan internet. Beberapa penelitian memberikan hasil bahwa kontrol perilaku persepsian berpengaruh terhadap minat penggunaan teknologi informasi, antara lain penelitian yang dilakukan oleh Shih and Fang (2004), Chen (2008) dan Hsu dan Min Chiu (2004). Rumusan hipotesis yaitu:

H₇ : Keyakinan sendiri memiliki pengaruh positif terhadap kontrol perilaku persepsian nasabah dalam menggunakan jasa *mobile banking*.

Maditinos *et al.* 2009 menggambarkan kondisi dari fasilitas sebagai sebuah sumber daya teknis yang dibangun untuk mewujudkan layanan yang lebih baik, misalnya peningkatan kondisi dari fasilitas *internet banking* diharapkan dapat semakin membantu pengguna potensial agar mendapatkan pelayanan yang lebih memuaskan dan dapat sekaligus menarik konsumen baru agar menggunakan layanan *electronic banking* tersebut. (Hsu dan Min Chiu, 2004) dalam penelitiannya yang mengambil konteks *electronic service* mengemukakan bahwa kondisi fasilitas berpengaruh positif terhadap persepsi kontrol perilaku pengguna layanan *electronic service*.

Namun, hasil studi yang dilakukan oleh (Lin, 2007) dengan konteks *e-commerce* serta (Shih and Fang, 2004) dengan konteks *internet banking* menyimpulkan bahwa kondisi dari fasilitas tidak memiliki pengaruh terhadap kontrol perilaku persepsi-

an. Berdasarkan kondisi yang digambarkan oleh (Maditinos *et al.*, 2009), peneliti mencoba untuk mengambil pertimbangan bahwa dengan kondisi dari fasilitas suatu teknologi informasi yang semakin memadai, tentu akan semakin memudahkan individu untuk menggunakan teknologi informasi tersebut.

Oleh karena itu, peneliti menyimpulkan bahwa kondisi dari fasilitas merupakan salah satu prediktor yang dapat mempengaruhi kontrol perilaku persepsian dan dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₈ : Kondisi fasilitas berpengaruh positif terhadap kontrol perilaku persepsian penggunaan *mobile banking*.

Sikap (*Attitude*)

Faktor penentu model *Decomposed Theory of Planned Behavior* berikutnya adalah faktor sikap. Sikap (*attitude*) didefinisikan sebagai perasaan positif atau negatif seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Dengan kata lain, sikap seseorang juga dapat dilihat dari kepercayaan seseorang untuk mau menggunakan sebuah sistem. Kepercayaan pengguna *mobile banking* dapat ditunjukkan melalui informasi yang tercantum dalam berbagai sumber literatur maupun media masa.

Kepercayaan terhadap berbagai informasi akan menghasilkan sikap yang baik oleh pengguna *mobile banking* yang akan meningkatkan sikap secara tidak langsung. Penelitian terdahulu telah memaparkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara sikap dan minat perilaku dalam hal penggunaan teknologi informasi (Lin (2007) dan (Ali *et al.*, 2013). Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya, hipotesis yang dirumuskan:

H₉ : Sikap (*attitude*) memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah dalam penggunaan layanan *mobile banking*.

Norma Subjektif

Norma subjektif merupakan suatu fungsi yang menilai bahwa minat seseorang untuk melakukan perilaku diprediksi oleh bagai-

mana dia berpikir orang lain akan menilainya jika dia melakukan perilaku tersebut (Hartono 2007). Berbeda dengan konstruk sikap yang lebih kepada pertimbangan pribadi, konstruk norma subjektif lebih kepada pengaruh sosial dan pertimbangan normatif. (Hsu dan Min Chiu, 2004) berpendapat bahwa dalam konteks pengaplikasian internet, pengukur untuk norma subjektif mempertimbangkan pengaruh dari interpersonal dan eksternal dari individu yang bersangkutan. Beberapa studi pendahulu yang konsisten di antaranya adalah Nor dan Pearson (2006). Namun, studi yang dilakukan oleh Hsu dan Min Chiu (2004), Shih dan Fang (2004), Lin (2007), Nazar dan Syahrhan (2008) dan Ali *et al.* (2013) memberikan hasil yang berbeda bahwa norma subjektif tidak berpengaruh terhadap minat perilaku pengimplementasian teknologi informasi. Berdasarkan uraian teori, pola pikir logis, dan bukti empiris di atas, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁₀ : Norma Subjektif berpengaruh positif terhadap minat berperilaku penggunaan *Mobile Banking*.

Persepsi Kontrol perilaku (*Perceived Behaviour Control*)

Persepsi kontrol perilaku merupakan kemudahan atau kesulitan persepsian untuk melakukan suatu perilaku (Hartono, 2007). Hartono (2007) menyatakan bahwa persepsi kontrol perilaku dapat direfleksikan oleh pengalaman masa lalu dan kepemilikan sumber daya (misal uang dan waktu). Nazar dan Syahrhan (2008) berpendapat bahwa dengan adanya persepsi kontrol perilaku maka akan menunjukkan mudah atau sulitnya seseorang dalam melakukan tindakan serta dianggap sebagai cermin dari pengalaman masa lalu dengan adanya halangan dan hambatan yang telah terantisipasi. Dalam konteks penggunaan *mobile banking* apabila nasabah merasa lebih mudah, merasa yakin bahwa dirinya dapat melakukan kontrol terhadap perilakunya, serta memiliki sumber daya yang dibutuhkan, nasabah tersebut akan cenderung untuk memilih bertransaksi

dengan *mobile banking*. Semakin tinggi keyakinan individu untuk menggunakan teknologi informasi dan didukung pula oleh kondisi yang memadai untuk menggunakannya, maka akan semakin besar kemungkinan individu tersebut berminat untuk menggunakan teknologi informasi yang diinginkannya. Oleh karena itu, persepsi kontrol perilaku dapat menjadi salah satu prediktor dalam menentukan minat perilaku penggunaan suatu teknologi informasi.

Beberapa hasil studi yang dilakukan oleh (Baker *et al.*, 2007), (Nazar dan Syahrani, 2008), dan (Madinios *et al.*, 2009) memberikan hasil bahwa persepsi kontrol perilaku berpengaruh terhadap minat perilaku penggunaan informasi. Berlawanan dengan hasil beberapa studi tersebut, studi yang dilakukan Teo dan Pok (2003) memberikan bukti empiris bahwa persepsi kontrol perilaku tidak berpengaruh terhadap minat perilaku penggunaan teknologi informasi.

Berdasarkan uraian teori, pola pikir logis, dan bukti empiris di atas, maka rumusan hipotesis adalah sebagai berikut:

H₁₁ : Persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap minat keperilakuan penggunaan *Mobile Banking*.

Kontrol perilaku persepsian didefinisikan sebagai kemudahan atau kesulitan persepsian untuk melakukan perilaku (Shih and Fang 2004). Kontrol ini merefleksikan pengalaman masa lalu dan juga mengantisipasi halangan-halangan yang ada. Semakin menarik sikap dan semakin kuat minat seseorang untuk melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan. *Self efficacy* adalah keyakinan individu terhadap kemampuan mereka akan mempengaruhi cara individu dalam bereaksi terhadap situasi dan kondisi tertentu. Menurut penelitiannya menunjukkan bahwa *self efficacy* menjadi salah satu variabel penentu dalam proses perilaku. Beberapa penelitian memberikan hasil bahwa kontrol perilaku persepsian berpengaruh terhadap minat penggunaan teknologi informasi, antara lain

penelitian yang dilakukan oleh Jihyun (2003) Shih and Fang (2004), Chen (2008) Lin (2007). Berdasarkan beberapa penelitian tersebut, peneliti merumuskan hipotesis alternatif yakni:

H₁₂ : Persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh positif terhadap perilaku nasabah dalam menggunakan jasa *mobile banking*.

Minat Perilaku

Perilaku adalah tindakan nyata yang dilakukan oleh individu. Menurut *Theory of Reasoned Action* (TRA), tindakan nyata dilakukan karena individu tersebut memiliki keinginan untuk melakukan sesuatu yang disebut minat keperilakuan. Dengan demikian, tindakan nyata terjadi (perilaku) karena adanya keinginan individu (minat keperilakuan). Shin (2010) meneliti konteks implementasi *mobile virtual network operator* (MVNO) *service* di US market. Sampel dalam penelitian (Shin, 2010) adalah para profesional. Bukti empiris yang diperoleh adalah minat keperilakuan berpengaruh terhadap perilaku.

Penelitian (Lin, 2007) yang dilakukan di Taiwan dalam konteks *e-commerce* menunjukkan bahwa minat keperilakuan berpengaruh positif terhadap perilaku. Sejalan dengan (Lin, 2007), penelitian (Lm *et al.*, 2011) yang dilakukan di Korea dan USA dalam konteks *internet banking* menunjukkan bahwa minat berpengaruh terhadap perilaku pengguna *internet banking*. Pengaruh minat terhadap perilaku penggunaan *internet banking* di USA lebih besar daripada di Korea. Sampel penelitian (Lm *et al.*, 2011) adalah individu yang bekerja di kantor dan mahasiswa MBA. Penelitian yang dilakukan oleh (Shih and Fang, 2004) memperkuat bukti empiris bahwa minat memiliki pengaruh positif terhadap perilaku nasabah dalam penggunaan layanan *electronic banking*.

Penelitian yang telah dilakukan tersebut menyimpulkan bahwa minat merupakan salah satu komponen indikator pengaruh terhadap perilaku. Berdasarkan

uraian di atas, peneliti menyatakan hipotesis alternatif sebagai berikut.

H₁₃ : Minat Keperilakuan berpengaruh positif terhadap perilaku nasabah dalam penggunaan layanan *mobile banking*.

Berdasarkan teori, penjelasan, dan kajian empiris di atas, hipotesis penelitian yang diajukan adalah:

H₁₄ : Persepsi kontrol perilaku berpengaruh pada penggunaan layanan *mobile banking* melalui minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah menggunakan layanan *mobile banking* baik untuk melakukan pengecekan saldo, melakukan transfer dana ataupun transaksi yang lainnya yang saat ini jumlahnya tidak diketahui secara pasti (*infinite*). Jumlah nasabah yang tidak dapat dipastikan jumlah untuk setiap harinya dan hal ini juga menjadi kerahasiaan bank yang tidak dapat diakses, sehingga menjadikan populasinya bersifat *infinite*. Penetapan jumlah sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan perhitungan sampel untuk populasi yang tidak terhingga (*infinite population*). Peneliti menarik simpulan, perhitungan sampel yang tepat adalah menggunakan perhitungan sampel untuk populasi yang tidak terhingga (*infinite population*) seperti yang dirumuskan oleh Emory dan Cooper (1995) yaitu:

$$\sigma_p = \frac{\sqrt{pq}}{\sqrt{n-1}}$$

$$n = \frac{pq}{\sigma_p^2} + 1$$

$$n = \frac{0,5 \times 0,5}{(0,051)^2} + 1 = 97 \text{ (dibulatkan menjadi 100)}$$

keterangan:

n = ukuran sampel

pq = Pengukur penyebaran populasi (digunakan untuk memperkirakan penyebaran populasi) ± 0.10
= range interval yang diharapkan dari proporsi populasi

1.96 σ_p = Tingkat kepercayaan sebesar 95% untuk memperkirakan interval yang diharapkan dari proporsi populasi

Dari perhitungan sampel di atas diperoleh ukuran sampel sebesar 97. Ukuran sampel tersebut oleh peneliti dibulatkan menjadi 100. Dengan memperhatikan teknik analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan teknik analisis PLS (Hartono, 2009) mensyaratkan ukuran minimal sampel dengan menggunakan PLS adalah 10 sampel untuk setiap jalur. Terdapat 14 jalur dalam studi ini sehingga jumlah minimal sampel adalah sebesar 14x10, yaitu 140 sampel.

METODE PENELITIAN

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik pengumpulan data survei. Penelitian ini menggunakan metode *survey*. Data diperoleh dengan mengirimkan kuesioner kepada pengguna *mobile banking* yaitu nasabah di sektor perbankan yang berada di kota Surabaya, sedangkan cara penyebaran sampel dalam penelitian ini menggunakan cara *snowballing sampling* yaitu dilakukan dengan mengumpulkan sampel dari responden yang berasal dari referensi suatu jaringan seperti kerabat dan rekanan peneliti yang bekerja di Bank Mandiri, BCA, BRI dan BII di kota Surabaya. Penyebarannya sendiri diawali dari satu responden atau referensi kemudian berkembang menjadi dua atau tiga yang menggelinding seperti bola salju. Variabel laten eksogen dalam studi ini meliputi delapan sub konstruk yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, kompatibilitas, Resiko, norma interpersonal, norma sosial, keyakinan sendiri dan kondisi fasilitas. Variabel laten endogen dalam studi ini meliputi empat

konstruk, yaitu sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, dan minat keperilaku. Metode statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam studi ini adalah *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan program Smart PLS ver.2.0 M3. PLS sebagai model prediksi tidak mengasumsikan distribusi tertentu untuk mengestimasi parameter dan memprediksi hubungan kausalitas. Evaluasi model PLS dilakukan dengan mengevaluasi *outer model* dan *inner model*. *Outer model* merupakan model pengukuran untuk menilai validitas dan reliabilitas model.

Inner model merupakan model struktural untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten. *Outer model* merupakan model pengukuran untuk menilai validitas dan reliabilitas model (Hartono, 2011). Uji validitas terkait seberapa baik suatu instrumen yang dibuat mengukur konsep tertentu yang ingin diukur (Sekaran dan Bougie, 2010). Uji reliabilitas adalah suatu pengukuran menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa bias (bebas kesalahan-*error free*) dan karena itu menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan lintas beragam item dalam instrumen (Sekaran dan Bougie, 2010). *Inner model* merupakan model struktural untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten (Hartono, 2011). Model struktural PLS diuji dengan mengukur nilai R^2 dan koefisien *path* melalui perbandingan *t-statistics* dengan nilai *t-table* pada output smart PLS. Berikut adalah parameter pengukuran *inner model* dalam PLS:

1) R^2

Nilai R^2 digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R^2 menggambarkan seberapa besar variabel laten dependen dapat dipengaruhi oleh variabel laten independennya.

2) Koefisien *path*

Nilai koefisien *path* menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Nilai koefisien *path* dijelaskan melalui

nilai *t-statistics*. Nilai *t-statistics* akan dibandingkan dengan nilai *t-table* dalam pengujian hipotesis. *T-table* untuk hipotesis dua ekor adalah 1,96 sedangkan untuk hipotesis satu ekor adalah 1,64. Nilai *t-statistics* yang lebih besar dari nilai *t-table* menandakan hipotesis diterima.

Menurut Baron dan Kenny (1986) suatu variabel disebut variabel intervening jika variabel tersebut ikut mempengaruhi hubungan antara variabel independent dan variabel dependent. Pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (1982) dan dikenal dengan Uji Sobel (Sobel Test). Uji Sobel ini dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel independent (X) kepada variabel dependent (Y) melalui variabel intervening (M). Pengaruh tidak langsung X ke Y melalui M dihitung dengan cara mengalikan jalur $X \rightarrow M$ (a) dengan jalur $M \rightarrow Y$ (b) atau ab. Jadi koefisien $ab = (c - c^1)$

C = pengaruh X terhadap Y tanpa mengontrol M

C¹ = koefisien pengaruh X terhadap Y setelah mengontrol M

Standar error koefisien a dan b ditulis dengan Sa dan Sb, besarnya standar error tidak langsung (indirect effect) Sab dihitung dengan rumus berikut:

$$Sab = \sqrt{b^2 Sa^2 + a^2 Sb^2 + Sa^2 Sb^2}$$

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji *outer model* dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas dari model yang digunakan peneliti. Uji *outer model* dilakukan dengan tiga tahapan, yaitu pengujian terhadap validitas konvergen, pengujian terhadap validitas diskriminan, dan pengujian terhadap reliabilitas.

Validitas konvergen, parameter yang digunakan dalam pengujian validitas konvergen adalah nilai AVE lebih dari 0,5 dan nilai faktor loading yang lebih dari 0,7. Semakin tinggi nilai faktor *loading*, semakin

penting peranan *loading* dalam menginterpretasikan matrik faktor. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa konstruk dan indikator yang digunakan dalam studi ini telah memenuhi uji validitas konvergen.

Uji Reliabilitas, Terdapat dua parameter dalam uji reabilitas, yaitu nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0,6 dan nilai *composite reliability* lebih dari 0,6. Nilai *composite reliability* dalam studi ini lebih dari 0,7. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data dan hasil pengukuran yang dilakukan dianggap reliabel. Kesimpulan akhir yang dapat diperoleh dari tiga pengujian yang telah dilakukan adalah konstruk dan indikator yang digunakan dalam studi ini dianggap telah valid dan reliabel karena telah memenuhi syarat validitas konvergen, validitas diskriminan dan reabilitas. Setelah melakukan pengujian terhadap validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reabilitas maka selanjutnya dilakukan pengujian terhadap *inner model* atau pengujian terhadap model struktural. Parameter pengukuran dalam uji *inner model* dalam PLS adalah nilai R^2 dan koefisien path.

Dapat diketahui bahwa nilai R^2 konstruk sikap adalah 0,275. Artinya, persentase variabel konstruk sikap yang dapat dijelaskan oleh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dalam menggunakan, kompatibilitas dan persepsi risiko adalah sebesar 27,5%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh konstruk lain di luar model. Nilai R^2 konstruk norma subjektif adalah 0,329. Artinya, persentase variabel konstruk norma subjektif yang dapat dijelaskan oleh norma interpersonal dan norma sosial adalah sebesar 32,9%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh konstruk lain di luar model. Nilai R^2 konstruk persepsi kontrol perilaku adalah 0,553. Artinya, persentase variansi konstruk persepsi kontrol perilaku yang dapat dijelaskan oleh keyakinan sendiri dan kondisi fasilitas adalah sebesar 55,3%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh konstruk lain di luar model. Nilai R^2 konstruk minat adalah 0,351. Artinya, persentase variansi konstruk minat yang dapat dijelaskan oleh

sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku adalah sebesar 35,1%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh konstruk lain di luar model. Nilai R^2 konstruk perilaku penggunaan adalah 0,004, artinya, persentase variansi konstruk perilaku yang dapat dijelaskan oleh minat dan persepsi kontrol perilaku adalah sebesar 0,4%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh konstruk lain di luar model.

Hasil Analisis

Nilai koefisien *path* menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Apabila nilai koefisien *path* yang ditunjukkan oleh nilai statistik $T(T\text{-statistic}) \geq 1,645$, hipotesis studi (H_a) dapat dinyatakan diterima namun apabila nilai statistik $T(T\text{-statistic}) \leq 1,645$, hipotesis studi (H_a) dinyatakan tidak diterima. Nilai statistik $T(T\text{-statistik})$ dapat dilihat pada Tabel 1.

Hipotesis 14 menyatakan bahwa minat perilaku menjadi variabel mediasi pengaruh antara Kontrol Perilaku terhadap Perilaku Nasabah dalam Penggunaan Layanan *Mobile Banking*. Hasil analisis untuk jalur pengaruh minat perilaku terhadap perilaku penggunaan nasabah diperoleh nilai koefisien path sebesar 0,3301 dengan nilai $T\text{-Statistics}$ sebesar 5,5161 atau $> 1,645$ yang disimpulkan signifikan. Hasil *inner weight* untuk jalur pengaruh kontrol perilaku terhadap minat perilaku penggunaan nasabah diperoleh nilai koefisien path sebesar 0,4451 dengan nilai $T\text{-Statistics}$ sebesar 8,1601 yang lebih besar dari ketetapan 1,645 yang disimpulkan signifikan. Perhitungan koefisien pengaruh tidak langsung adalah sebesar $0,3301 \times 0,4451 = 0,1469$, dan standart error tidak langsung yaitu:

$$\sqrt{(0,3301^2 \times 0,054^2) + (0,4451^2 \times 0,059^2) + (0,059^2 \times 0,054^2)} = 0,0318$$

Maka besarnya t statistics adalah $0,1469/0,0318 = 4,619$

Nilai t statistics $4,619 > 1,96$ maka di-

Tabel 1
Hasil Analisis

	Variabel Eksogen	Variabel Endogen	Nilai Koefisien	T Statistics
Hipotesis 1	Persepsi Kegunaan	Sikap	0,056	0,655
Hipotesis 2	Persepsi Kemudahan	Sikap	0,262**	3,147
Hipotesis 3	Kompatibilitas	Sikap	0,051	1,021
Hipotesis 4	Persepsi Risiko	Sikap	0,305**	4,62
Hipotesis 5	Norma Interpersonal	Norma Subjektif	0,359**	6,266
Hipotesis 6	Norma Sosial	Norma Subjektif	0,348**	6,772
Hipotesis 7	Keyakinan Sendiri	Persepsi Kontrol Perilaku	0,402**	10,434
Hipotesis 8	Kondisi Fasilitas	Persepsi Kontrol Perilaku	0,524**	11,593
Hipotesis 9	Sikap	Minat	0,059	0,723
Hipotesis 10	Norma Subjektif	Minat	0,193**	3,219
Hipotesis 11	Persepsi Kontrol Perilaku	Minat	0,445**	8,16
Hipotesis 12	Persepsi Kontrol Perilaku	Perilaku Penggunaan	0,039	0,593
Hipotesis 13	Minat	Perilaku Penggunaan	0,33**	5,516

** Signifikansi pada level 1% (Satu arah/ *one tailed*).

Untuk hipotesis 14, memang tidak saya masukkan ke tabel, karena memang untuk perhitungannya berbeda, dan akan saya jelaskan setelah tabel dibawah ini.

simpulkan bahwa minat merupakan variabel mediasi yang bersifat *full mediation*. Karena pengaruh antara kontrol perilaku terhadap perilaku penggunaan disimpulkan tidak signifikan. Studi ini menguji faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku individu dalam menggunakan layanan *mobile banking* dengan menggunakan sub-konstruk persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dalam menggunakan, persepsi risiko, kompatibilitas, norma interpersonal, norma sosial, keyakinan sendiri, kondisi fasilitas, sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, minat perilaku dan perilaku pengguna layanan *mobile banking*. Studi ini membuktikan bahwa, pertama, persepsi kegunaan dan kompatibilitas tidak berpengaruh positif terhadap sikap individu dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Galotta (1999), Teo (2000), Davis (1989), Luam dan Lin (2005), Sulistiyarini (2012) dan Hsu dan Chiu (2004) yang menyimpulkan bahwa persepsi kegunaan dan kompatibilitas berpengaruh positif terhadap sikap, tetapi, penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Taylor and Todd (1995). Kedua, persepsi

kemudahan dan persepsi risiko berpengaruh positif terhadap sikap individu dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Dalam konteks yang sama studi ini mendukung studi yang dilakukan oleh Luarn dan Lin (2005), Nguyen (2012), Sulistiyarini (2012) dan Hsu dan Chiu (2004). Beberapa studi tersebut memberikan bukti empiris bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan teknologi informasi dengan berbagai konteks. Ketiga, norma interpersonal dan norma sosial berpengaruh positif terhadap norma subjektif penggunaan *mobile banking*. Hasil ini konsisten dengan hasil studi yang dilakukan oleh Sulistiyarini (2012), Hsu dan Chiu (2004) dan Ali *et al.* (2013), yang menyatakan bahwa norma interpersonal dan norma sosial memiliki pengaruh positif terhadap norma subjektif. Keempat, keyakinan sendiri dan kondisi fasilitas berpengaruh positif terhadap persepsi kontrol perilaku penggunaan layanan *mobile banking*. Hasil studi ini konsisten dengan studi yang dilakukan oleh Lin (2007) pada konteks *E-Commerce* serta Teo dan Pok (2003) pada konteks *Internet banking* memberikan bukti empiris bahwa keyakinan

sendiri berpengaruh positif terhadap persepsi kontrol perilaku penggunaan teknologi informasi. Dalam studi ini keyakinan sendiri dan kondisi fasilitas berpengaruh positif terhadap persepsi kontrol perilaku penggunaan *mobile banking* karena ketika seorang individu memiliki keyakinan untuk dapat mengoperasikan suatu teknologi informasi akan dapat membuat individu tersebut nyaman ketika menggunakannya. Kelima, sikap tidak memiliki pengaruh positif terhadap minat pengguna dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Hasil studi ini konsisten dengan studi yang dilakukan oleh Taylor and Todd (1995) yang dimana menyatakan bahwa sikap tidak memiliki pengaruh positif terhadap minat perilaku penggunaan teknologi informasi.

Keenam, Norma subjektif, Persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh positif terhadap minat pengguna dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Hasil studi ini konsisten dengan hasil studi yang dilakukan oleh Ali *et al.* (2013), Teo (2000), Galotta (1999) dan Lin (2007) yang menyatakan bahwa norma subjektif, persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh positif terhadap minat perilaku pengguna dalam penggunaan *mobile banking*.

Ketujuh, minat memiliki pengaruh positif terhadap perilaku pengguna dalam menggunakan layanan *mobile banking*, sedangkan persepsi kontrol perilaku tidak berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan *mobile banking*. Hasil studi ini konsisten dengan hasil studi yang dilakukan oleh Shin (2010), Lm *et al.* (2011) dan Lin (2007) yang menyatakan bahwa minat memiliki pengaruh positif terhadap perilaku penggunaan *mobile banking*.

SIMPULAN DAN SARAN

Hasil studi ini dapat memberikan pengaruh dan bermanfaat tentang perilaku penggunaan *mobile banking*. Penelitian ini menunjukkan bahwa faktor determinan yang dapat mempengaruhi perilaku penggunaan *mobile banking* ditentukan oleh minat, sikap, norma subjektif dan persepsi

kontrol perilaku. Namun, ditemukan tidak adanya pengaruh pada konstruk persepsi kegunaan dan kompatibilitas terhadap sikap, sikap terhadap minat dalam menggunakan dan persepsi kontrol perilaku terhadap perilaku penggunaan. Dalam studi ini yang paling dominan adalah persepsi kontrol perilaku dibandingkan sikap, norma subjektif dan minat. Hasil tersebut semakin menguatkan bahwa model *Decomposed Theory of Planned Behavior* dapat digunakan untuk melakukan prediksi terhadap perilaku penggunaan suatu teknologi informasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang berhubungan dengan keyakinan sendiri dan kondisi fasilitas memiliki pengaruh yang penting dalam perilaku nasabah dalam penggunaan *mobile banking*.

Hasil studi ini mengindikasikan tidak adanya pengaruh pada sikap terhadap minat, sikap mengindikasikan bahwa nasabah mempunyai hasil yang positif terhadap layanan penggunaan *mobile banking*, sehingga mendorong munculnya minat mereka untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Sikap dipengaruhi oleh empat faktor persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan kompatibilitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang berhubungan dengan kegunaan dan kompatibilitas harus diperhatikan lagi dengan baik. Bukanlah tidak mungkin apabila terjadi peningkatan pada pengetahuan nasabah mengenai kegunaan dan kompatibilitas dalam penggunaan *mobile banking* akan meningkatkan jumlah pengguna *mobile banking* yang juga akan memberikan dampak positif pada sektor bisnis perbankan.

Peneliti menyadari terdapat keterbatasan pada studi ini yaitu pertama, pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek penelitian. Kedua, kurangnya motivasi dari responden untuk mengisi kuesioner. Saran peneliti untuk penelitian selanjutnya dapat melakukan pengujian kembali dengan menggunakan model penelitian yang sama tetapi di wilayah yang memiliki kultur dan sifat

individu yang berbeda, apakah hasil yang didapatkan akan sama dengan hasil studi ini atau memiliki hasil yang berbeda. Adanya hasil kuesioner yang tidak dapat diolah pada penelitian ini, maka peneliti memberikan saran agar pada penelitian berikutnya dapat dilakukan pembagian kuesioner secara langsung. Dengan pembagian kuesioner secara langsung diharapkan dapat meningkatkan hasil kuesioner yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. 2011. The Theory of planned behavior: Reactions and reflections. *Journal of Psychology dan Health* 26(9): 1113-1127.
- Ali Alalwan, Yogesh K. Dwivedi dan Michael D Williams. 2013. Examining Consumer Adoption of Mobile Banking in Jordan. *Journal of Marketing*: 98.
- Chiu Chao-Min dan Hsiang Hsu. 2004. Internet Self Efficacy and Electronic Service Acceptance. *Science Direct Journal* 38: 369-381.
- Chen, E. A. 2008. An Integrated Model of Technology Readiness and TAM With TPB In The Continued Intentions of Self Service Technologies. *Disertation*. Tatung University.
- Davis, F. D. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use And User Acceptance of Information Technology. *Science Direct Journal* 13: 319-340.
- Dharmmesta, Basu S. 1998. Theory of Planned Behaviour Dalam Penelitian Sikap, Niat dan Perilaku Konsumen. *Jurnal ilmiah mahasiswa UGM* VII:18
- Eastin, M. A. 2002. Diffusion of E-Commerce: An Analysis of The Adoption of Four E-Commerce Activities. *Journal of Telematics And Informatics* 19(3): 251-267.
- Fang, Y. 2004. The Use of A Decomposed Theory of Planned Behavior To Study Internet Banking In Taiwan. *Emerald Insight Journal* 14(3).
- Fishbein, M. and Ajzen, I. 1975. Belief, Attitude, Intentionan Behavior. *Emerald Insight Journal*
- Galotta, 1999. Extending Technology Acceptance Models To Account For Social Influences Theori In Tectical and Empirical Validation. *Journal of Sciences*: 32
- Gurong, A. 2006. Empirical Investigation of The Relationship of Privacy Security And Trust With Behavioral Intention To Transact In Ecommerce. *Thesis*. The University of Texas At Aringoh
- Hartono, J. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*, Andi. Yogyakarta.
- Hernandez. J. M Dan J. Mazzon. 2006. Adoption of Internet Banking: Proposition And Implementation Of An Integrated Methodology Approach. *Emerald Insight Journal*: 72.
- Hsu, M dan C. Chiu. 2004. Predicting Electronic Service Continuance With Decomposed Theory of Planned Behaviour. *Journal of Behaviour and Information Technology* (5): 359-373.
- Jihyun, L. 2003. Factor Affecting Intention To Use Online Financial Service. *Disertation*. The Ohio State University
- Jogiyanto, H. M. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*, Yogyakarta.
- Kannabiran, P. C. N. G. 2005. Deploying Internet Banking and E-Commerce - Case Study of A Private Sector Bank In India. *Journal of Information Technology Development* 11: 363-379.
- Lee, M. 2008. Predicting Behavioral Intention To Use Online Banking. *Prosiding of The 19th International Convergence On Information Management*.
- Lin, H. 2007. Predicting Consumer Intentions To Shop Online: an Empirical Test of Competing Theories. *Emerald Insight Journal .Electronic Commerce Research And Applications* 6:433-422.
- Luam dan H. Lin. 2005. Predicting Consumer Intentions To Shop Online: an Empirical Test of Competing Theories. *Journal of Electronic Commerce Research And Applications* 6: 422-433.
- LM L, H. S. D. K., MS, 2011. an International Comparison Technology Adoption

- Testing The UTAUT Model. *Journal of Information and Management* 48: 1-8.
- Maditinos, D; C. Tsairidis, dan C. Grigoriadis. 2009. Internet Banking User Acceptance: Evidence From Greece And Bulgaria. *Journal of Business and Economics*: 25-27.
- Nazar dan Syahrani. 2008. Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan dan Pengalaman Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Secara Online. *Tesis Program Pasca Sarjana Universitas Gajah Mada*.
- Ndubisi Oly N dan S. Queenie. 2006. Consumer Attitudes, Systems, Characteristics And Internet Banking. *Emerald Insight Journal* 29.
- Nguyen K. D. 2012. Factors Affecting Behavioral Intentions Toward Mobile Banking Usage: A Study of Banking Customers In Ho Chi Minh City. *Thesis. University of Economics Ho Chi Minh City*
- Nor, K. Md dan Pearson, J. Michael. 2007, The Influence of Trust on Internet Banking Acceptance. *Journal of Internet Banking And Commerce* 12(2).
- Polatoglu, V. N, dan S. Ekin. 2001. An Empirical Investigation of The Turkish Consumers Acceptance of Internet Banking Services. *International Journal Of Marketing* 19(4): 156-165
- Rilvari, J. 2005. Mobile Banking: a powerful new marketing and CRM tool for financial service companies all over Europe. *Journal of Financial Service marketing* 10(1): 11-20.
- Safeena, R., Abdullah dan Date, H.2009. Customer Perspectives on E-Business Value: Case Study on Internet Banking. *Journal of Internet Banking And Commerce* 15: 1
- Sekaran, U., Dan R. Bougie. 2010. *Research Methods For Business: A Skill Building Approach* (5th Ed.). West Sussex, UK: John Wiley and Sons Ltd.
- Shin, D. H. 2010. MVNO Services: Policy Implications For Promoting MVNO Difussion Telecommunication Cations Policy. *Science Direct Journal* : 425-451.
- Shih Ya-Yueh dan F. Kwoting. 2004. The Use of A Decomposed Theory of Planned Behaviour To Study Internet Banking In Taiwan. *Emerald Insight Journal* 14: 213.
- Sulistiyarini, S. 2012. Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory of Planned Behavior (TPB). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 1: 2.
- Taylor, S. A and Todd. 1995. Understanding Information Technology Usage: A Test of Compating Models. *Journal of Information System Research* 6: 144-176.
- Teo, T. M. A.2000. Factors Influencing The Adoption of Internet Banking. *Journal of Association For Information System* 1(5): 1 - 42.
- Teo T. S. H dan S. H. Pok. 2003. Adoption of WAP-Enable Mobile Phones Among Internet Users. *Omega The International Journal of Management Sciences*. 31: 483-498.