

Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pengguna pada Aplikasi *Mobile Banking*

Dicky Firmansyah¹⁾, Muhammad Malik Hakim^{*2)}, dan Fajar Agung Nugroho³⁾

^{1,2,3}Departemen Informatika, Universitas Diponegoro, Semarang - Indonesia
¹⁾dikidikay@live.undip.ac.id, ^{*2)}malik@live.undip.ac.id, ³⁾fajar@live.undip.ac.id

Abstrak

Sejak pandemi virus Covid-19, masyarakat terbiasa jauh lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi dimana masyarakat mulai terbiasa lebih memilih melakukan transaksi yang meminimalisir terjadinya kontak fisik. Salah satu cara yang dipilih adalah melakukan transaksi perbankan menggunakan teknologi mobile banking. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi pengguna pada aplikasi mobile banking. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan model DeLone & McLean serta tambahan variabel trust, social influence, intimacy, loyalty, dan continuance intention. Berdasarkan model dan variabel yang digunakan, penelitian ini dilakukan untuk mencari faktor yang memengaruhi penggunaan, kepuasan, keintiman, loyalitas, niat berkelanjutan, dan dampak individual pengguna mobile banking dalam menggunakan mobile banking. Data dikumpulkan dengan syarat responden pernah menggunakan mobile banking. Data yang terkumpul sebanyak 204 responden. Data dianalisis dengan metode Partial Least Square – Structural Equation Modeling (PLS-SEM) menggunakan aplikasi SmartPLS 3.2.9. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang memengaruhi pengguna dalam menggunakan mobile banking adalah kualitas sistem, kualitas layanan, kepercayaan, pengaruh sosial, penggunaan, kepuasan, dan keintiman.

Kata kunci : *Mobile banking, DeLone & McLean, PLS-SEM, IT Adoption*

Abstract

Since the Covid-19 outbreak, people have become accustomed to being much more careful in making transactions, and people are getting used to preferring to make transactions that minimize physical contact. One method chosen is to carry out banking transactions using mobile banking technology. Therefore, this research aims to determine what factors influence mobile banking application users. This research used the DeLone & McLean model and additional variables: trust, social influence, intimacy, loyalty, and continuance intention. Based on the model and variables used, this research was conducted to look for factors that influence usage, satisfaction, intimacy, loyalty, continuance intention, and the individual impact of mobile banking users in mobile banking. Data is collected on whether the respondent has ever used mobile banking. The data collected was 204 respondents. Data were analyzed using the Partial Least Square - Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method using the SmartPLS 3.2.9 application. The research results show that the factors that influence users in using mobile banking are system quality, service quality, trust, social influence, use, satisfaction, and intimacy.

Keywords : *Mobile banking, DeLone & McLean, PLS-SEM, IT Adoption*

1 PENDAHULUAN

Digitalisasi dalam dunia perbankan membuat transaksi melalui *mobile banking* semakin diminati oleh masyarakat karena dianggap lebih mudah dan praktis. *Mobile banking* merupakan aplikasi yang ada pada industri perbankan yang dapat dipasang oleh nasabah atau masyarakat di ponsel yang dapat berfungsi untuk mengelola rekening bank nasabah. Aplikasi *mobile banking* dapat memberikan kenyamanan dan kemudahan dalam mengelola tabungan maupun melakukan pembayaran [1]. Pandemi covid 19 menjadi salah satu penyebab terjadinya peningkatan penggunaan aplikasi *mobile banking* yang sangat signifikan karena masyarakat saat itu lebih memilih melakukan transaksi yang bersifat minim kontak fisik untuk menghindari terjadinya interaksi maupun sentuhan langsung. Hal tersebut dapat dilihat dari meningkatnya pertumbuhan transaksi *digital banking* di tengah pandemi dimana pada Agustus 2021, nilai transaksi digital banking mencapai pertumbuhan sebesar 61,80% [2].

Penerimaan suatu teknologi dapat dijelaskan dengan menggunakan teori penerimaan teknologi informasi seperti model *Technology Acceptance Model (TAM)*, *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*, DeLone & McLean, dan lain-lain. Kesuksesan sebuah sistem informasi dapat dilihat dari banyak sisi yang berbeda, dapat dilihat dari sisi teknis, sisi semantik, maupun sisi efektivitas. Oleh karena itu, dalam mengukur kesuksesan sebuah sistem informasi diperlukan suatu model yang mencakup semua sisi. Model DeLone & McLean merupakan model yang sederhana, lengkap, dan valid dalam mengukur kesuksesan sebuah sistem informasi, model ini dapat mengerti sistem informasi yang bersifat multidimensi. Pada model DeLone & McLean, tingkat keberhasilan sebuah sistem informasi dapat diukur dengan menggunakan beberapa variabel. DeLone & McLean menjelaskan bahwa pada model ini setiap variabel saling berhubungan dan nantinya akan memberi hasil evaluasi yang menunjukkan hubungan antara variabel [3].

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat keberhasilan sebuah sistem informasi dan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi pengguna pada penggunaan *mobile banking*, karena dalam menggunakannya setiap pengguna memiliki sudut pandang yang berbeda satu sama lain, sesuai dengan pengalaman yang didapatkan setelah menggunakan *mobile banking*. Penelitian ini tidak terfokus hanya untuk mencari faktor suatu hal saja, misalkan hanya mencari faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna. Penelitian ini menggunakan tambahan variabel diluar model DeLone & McLean yaitu tambahan variabel *social influence*, *trust*, *intimacy*, *loyalty*, dan *continuance intention*. Berdasarkan penambahan variabel tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mencari faktor yang memengaruhi penggunaan, kepuasan, keintiman, loyalitas, niat berkelanjutan, dan dampak individual pengguna dalam menggunakan *mobile banking*. Dengan mengetahui faktor yang memengaruhi hal-hal tersebut, diharapkan pengelola dapat meningkatkan dan memperbaiki sistem *mobile banking*.

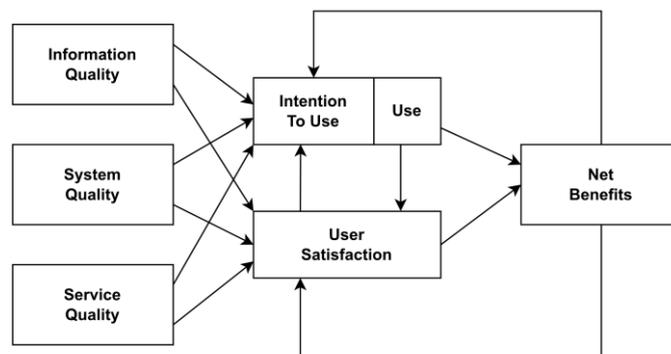
2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 MOBILE BANKING

Mobile banking adalah aplikasi yang ada pada industri perbankan yang dapat dipasang oleh nasabah perbankan di ponsel yang dapat berfungsi untuk mengelola rekening bank nasabah. Aplikasi *mobile banking* dapat memberikan kenyamanan dan kemudahan dalam mengelola tabungan maupun melakukan pembayaran. Aplikasi *mobile banking* dalam beberapa tahun terakhir mendapatkan popularitas dan telah dilaporkan bahwa penggunaannya meningkat [1]. Berdasarkan dari banyak penelitian, penggunaan teknologi khususnya telepon seluler dapat meningkatkan akses kepada produk finansial, terutama bagi masyarakat yang kurang mampu. Melakukan transaksi melalui telepon seluler lebih hemat karena dapat menghindari biaya-biaya servis yang harus dibayarkan ketika bertransaksi melalui bank secara langsung [4].

2.2 MODEL KESUKSESAN DELONE & MCLEAN

Model kesuksesan DeLone & McLean pertama kali diperkenalkan pada tahun 1992 oleh William H. DeLone dan Ephraim R. McLean untuk mengidentifikasi atau mengetahui faktor apa yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu sistem informasi. Pada tahun 1992 model kesuksesan DeLone & McLean memiliki enam variabel yaitu *system quality* (kualitas sistem), *information quality* (kualitas informasi), *use* (penggunaan), *user satisfaction* (kepuasan pengguna), *individual impact* (dampak individual), dan *organizational impact* (dampak organisasi) [5].



Gambar 1 Model Kesuksesan DeLone & McLean [6]

Selanjutnya DeLone & McLean memperbaiki modelnya, dimana pada model yang baru dilakukan perubahan yaitu menambahkan variabel *service quality* (kualitas layanan), *intention to use* (minat menggunakan) sebagai alternatif dari *use*, dan menggabungkan variabel *individual impact* dan *organizational impact* menjadi *net benefits* yaitu manfaat-manfaat bersih terhadap kinerja pengguna secara individu maupun organisasi [6]. Model kesuksesan DeLone & McLean yang baru dapat dilihat pada Gambar 1.

Pada model kesuksesan yang baru, DeLone & McLean memasukkan tujuh variabel yaitu *information quality* (kualitas informasi), *system quality* (kualitas sistem), *service quality* (kualitas layanan), *intention to use* (minat menggunakan), *use* (penggunaan), *user satisfaction*

(kepuasan pengguna), dan *net benefits* (manfaat bersih). *Service quality* digunakan untuk mengukur pelayanan yang diberikan pengelola sebuah sistem informasi kepada pengguna. *Intention to use* digunakan untuk mengukur minat pengguna untuk menggunakan sebuah sistem informasi. *Net benefits* digunakan untuk mengukur manfaat yang diperoleh dari sebuah sistem informasi baik secara individual maupun organisasi [6].

2.3 INFORMATION QUALITY

Variabel *information quality* pada penelitian ini digunakan untuk mengukur kualitas luaran (*output*) atau informasi yang dihasilkan pada sebuah sistem *mobile banking* ketika pengguna menggunakan sistem. *Information quality* mengacu pada informasi yang diberikan sistem *mobile banking* kepada pengguna, apakah pengguna mendapatkan informasi yang jelas.

2.4 SYSTEM QUALITY

Variabel *system quality* pada penelitian ini digunakan untuk mengukur *hardware* dan *software* pada sebuah sistem dan berfokus pada kinerja sistem serta merujuk pada seberapa baiknya kemampuan sebuah *software*, *hardware*, kebijakan, prosedur dan sistem [5]. *System quality* pada penelitian ini berfokus pada kinerja sistem dan kemudahan pengguna dalam menggunakan sistem *mobile banking*.

2.5 SERVICE QUALITY DAN USE

Variabel *service quality* pada penelitian ini digunakan untuk mengukur kualitas layanan yang diberikan pengelola sebuah sistem *mobile banking* dan berfokus pada seberapa baiknya layanan yang diberikan oleh sistem *mobile banking* kepada pengguna yang menggunakannya. Sedangkan variabel *use* digunakan untuk mengukur frekuensi penggunaan, pola penggunaan, dan ketergantungan pengguna kepada sistem *mobile banking*.

2.6 SATISFACTION

Variabel *satisfaction* pada penelitian ini digunakan untuk mengukur kepuasan pengguna menggunakan sebuah sistem informasi dan mencakup seluruh pengalaman pengguna [6]. Pada penelitian ini, variabel *satisfaction* merujuk pada tingkat kepuasan pengguna terhadap sistem *mobile banking*.

2.7 INDIVIDUAL IMPACT

Variabel *individual impact* pada penelitian ini digunakan untuk mengukur dampak individual pengguna sistem *mobile banking*. *Individual impact* mengacu pada meningkatnya produktivitas pengguna setelah menggunakan sistem *mobile banking*.

2.8 TRUST

Trust atau kepercayaan telah diterima secara luas sebagai elemen dalam hubungan social manusia, dan sebagai sebuah konsep yang merupakan komponen penting dalam mempengaruhi

perilaku pengguna atau pelanggan [7]. Pada penelitian ini variabel *trust* digunakan untuk mengukur kepercayaan pengguna sistem *mobile banking*.

2.9 INTIMACY

Intimacy atau keintiman sudah banyak digunakan untuk menilai hubungan atau ikatan relasional antara pengguna dan penyedia layanan. Hubungan adalah simbol kedalaman interkomunikasi, yang berkembang secara bertahap, bergerak dari tahap tidak akrab ke tahap yang lebih intim dan lebih dalam. Ketika pengguna berbagi informasi penting yang relevan dengan diri sendiri kepada penyedia layanan dan merasa dikenal, dipahami, dan diperhatikan berdasarkan respons positif yang diterima, hubungan keintiman telah terbentuk [8]. Pada penelitian ini variabel *intimacy* digunakan untuk mengukur tingkat keintiman pengguna kepada sistem *mobile banking*.

2.10 LOYALTY

Loyalty atau loyalitas merupakan sebuah komitmen yang dipegang teguh pengguna untuk menggunakan kembali layanan yang disukai secara konsisten. Pengguna loyal akan kurang mendengarkan informasi negatif tentang produk yang disukai dibandingkan dengan pengguna yang tidak loyal [8]. Pada penelitian ini *loyalty* digunakan untuk mengukur tingkat loyalitas pengguna kepada sistem *mobile banking*.

2.11 SOCIAL INFLUENCE

Social Influence atau pengaruh sosial adalah ketika seorang individu dipengaruhi pendapat orang penting lainnya tentang kebutuhannya sendiri untuk menggunakan sistem tertentu [9]. Pada penelitian ini *social influence* digunakan untuk mengukur tingkat pengaruh sosial pengguna sistem *mobile banking*.

2.12 CONTINUANCE INTENTION

Continuance intention atau niat berkelanjutan mengacu pada faktor-faktor yang menjelaskan mengapa seseorang menggunakan sebuah sistem pada jangka waktu yang lama, menjelaskan mengapa seseorang terus melanjutkan penggunaan pada sebuah sistem [10]. Pada penelitian ini *continuance intention* digunakan untuk mengukur tingkat niat berkelanjutan pengguna untuk menggunakan sistem *mobile banking*.

2.13 PARTIAL LEAST SQUARE – STRUCTURAL EQUATION MODELING (PLS-SEM)

SEM (*Structural Equation Modeling*) adalah teknik analisis yang biasa digunakan untuk menjelaskan beberapa hubungan statistik secara bersamaan melalui visualisasi dan validasi model. Model yang kompleks dapat dianalisis oleh SEM. SEM merupakan teknik yang berasal dari pemodelan linier tradisional seperti analisis regresi dan analisis varians. SEM bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel-variabel yang didasari berbagai indikator [11].

SEM mempunyai banyak pendekatan statistik, yang paling banyak diketahui dan dipakai adalah CB-SEM (*Covariance based – Structural Equation Modeling*) dan PLS-SEM (*Partial Least Square – Structural Equation Modeling*). PLS pada saat ini merupakan pendekatan yang lebih populer diantara para peneliti. PLS tidak mensyaratkan data distribusi harus normal seperti CB-SEM. PLS-SEM memberikan lebih banyak fleksibilitas untuk mengeksplorasi dengan berbagai konfigurasi. PLS-SEM merupakan pendekatan yang lebih baik untuk pengembangan teori dan prediksi [11].

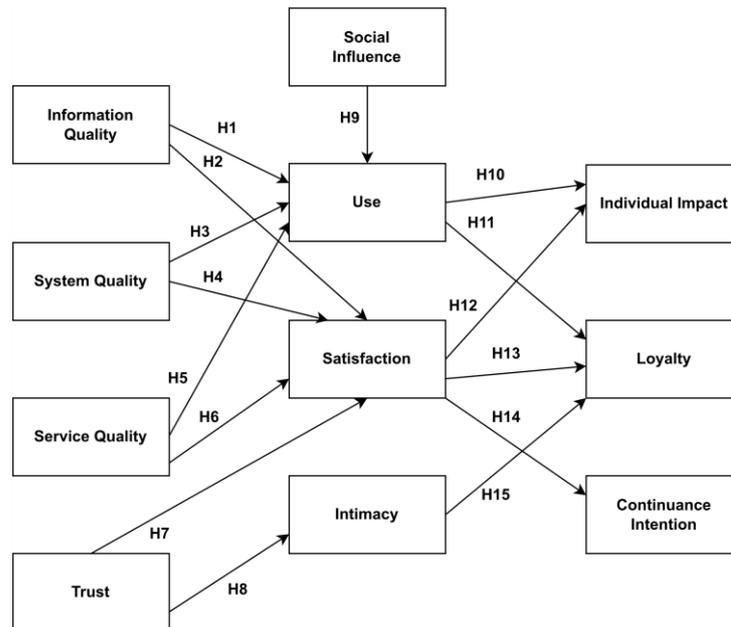
3 METODE PENELITIAN

3.1 MODEL PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Model penelitian yang diusulkan pada penelitian ini adalah hasil pengembangan dari model DeLone & McLean berdasarkan teori dari penelitian sebelumnya yang berkaitan. Model penelitian dari Analisis Faktor yang Memengaruhi Pengguna pada Aplikasi *Mobile banking* dapat dilihat pada Gambar 2. Berdasarkan model penelitian pada Gambar 3, berikut adalah hipotesis-hipotesis dalam penelitian ini:

- H1: *Information Quality* (INQ) berpengaruh positif kepada *Use* (USE) pada penggunaan *mobile banking*.
- H2: *Information Quality* (INQ) berpengaruh positif kepada *Satisfaction* (SAT) pada penggunaan *mobile banking*.
- H3: *System Quality* (SYQ) berpengaruh positif kepada *Use* (USE) pada penggunaan *mobile banking*.
- H4: *System Quality* (SYQ) berpengaruh positif kepada *Satisfaction* (SAT) pada penggunaan *mobile banking*.
- H5: *Service Quality* (SEQ) berpengaruh positif kepada *Use* (USE) pada penggunaan *mobile banking*.
- H6: *Service Quality* (SEQ) berpengaruh positif kepada *Satisfaction* (SAT) pada penggunaan *mobile banking*.
- H7: *Trust* (TR) berpengaruh positif kepada *Satisfaction* (SAT) pada penggunaan *mobile banking*.
- H8: *Trust* (TR) berpengaruh positif kepada *Intimacy* (INT) pada penggunaan *mobile banking*.
- H9: *Social Influence* (SI) berpengaruh positif kepada *Use* (USE) pada penggunaan *mobile banking*.
- H10: *Use* (USE) berpengaruh positif kepada *Individual Impact* (II) pada penggunaan *mobile banking*.
- H11: *Use* (USE) berpengaruh positif kepada *Loyalty* (LOY) pada penggunaan *mobile banking*.
- H12: *Satisfaction* (SAT) berpengaruh positif kepada *Individual Impact* (II) pada penggunaan *mobile banking*.
- H13: *Satisfaction* (SAT) berpengaruh positif kepada *Loyalty* (LOY) pada penggunaan *mobile banking*.
- H14: *Satisfaction* (SAT) berpengaruh positif kepada *Continuance Intention* (CI) pada penggunaan *mobile banking*.

H15: *Intimacy* (INT) berpengaruh positif kepada *Loyalty* (LOY) pada penggunaan *mobile banking*.



Gambar 2 Model Kesuksesan DeLone & McLean (2003)

3.2 PENGAMBILAN DATA

Model penelitian yang telah dikembangkan akan menjadi dasar dalam pembuatan instrument penelitian, dimana instrument penelitian ini berupa kuesioner. Pertanyaan yang dimasukkan dalam kuesioner berasal dari indikator masing-masing variabel yang selanjutnya diberikan pilihan dalam bentuk Skala Likert. Pilihan yang dimasukkan ke dalam kuesioner merupakan bentuk persetujuan responden berdasarkan pengalaman mereka masing-masing dalam menggunakan aplikasi *mobile banking*. Pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan melalui survey secara online dengan menyebarkan Google Forms pada media sosial yaitu Twitter, Line, dan WhatsApp. Dari hasil pengambilan data, diperoleh sebanyak 204 responden dengan pengisian data yang valid.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 PENGUJIAN *OUTER MODEL*

Data hasil pengumpulan data selanjutnya diolah dan dianalisis menggunakan perangkat lunak SmartPLS 3.2.9. Pada tahap pertama dilakukan pengujian *Outer Model* melalui Uji validitas konvergen. *Convergent validity* dapat dilakukan melalui dua cara, yaitu melalui perhitungan *outer loading* dan AVE. Pengujian *convergent validity* dengan menggunakan *outer loading* memiliki kriteria yaitu diperlukan nilai *outer loading* yang lebih besar dari 0,7 [12]. Pengujian validitas konvergen melalui *outer loading* menunjukkan bahwa hampir seluruh indikator memenuhi ambang batas minimal nilai *outer loading* sebesar 0,7. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar indikator-indikator yang terdapat dalam instrument penelitian adalah valid. Indikator dengan nilai *outer loading* kurang dari 0.7 harus dihapus dari

model pengukuran. Pengujian *outer loading* kedua dilakukan melalui penghitungan AVE. Nilai AVE yang diharapkan pada pengujian ini adalah lebih besar dari 0,5 [12].

4.1.1 PENGUJIAN *DISCRIMINANT VALIDITY* DENGAN *CROSS LOADING*

Pengujian *discriminant validity* bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh perbedaan antara suatu variabel dengan variabel yang lainnya, hal tersebut dapat dilihat dengan melihat nilai korelasi masing-masing indikator dengan variabelnya. Semua indikator yang ada pada penelitian ini harus memiliki nilai korelasi yang lebih besar dengan variabelnya sendiri daripada nilai korelasinya dengan variabel lainnya. Jika nilai korelasi indikator dengan variabelnya sendiri lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasinya dengan variabel lainnya, dapat dianggap bahwa seperangkat indikator tersebut hanya cocok jika dipasangkan dengan variabel laten yang mendasarinya. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa variabel valid untuk dimasukkan dalam pengujian hipotesis. Pengujian *discriminant validity* dilakukan dengan dua cara yaitu dengan melihat *cross loading* dan dengan membandingkan nilai akar kuadrat AVE dengan nilai *latent variable correlations*.

Berdasarkan hasil pengujian *cross loading* semua indikator variabel menunjukkan nilai *cross loading* indikator terhadap variabelnya sendiri lebih besar dibandingkan dengan nilainya terhadap variabel lainnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa semua variabel yang ada pada penelitian ini memiliki *discriminant validity* yang baik.

4.1.2 PENGUJIAN *DISCRIMINANT VALIDITY* DENGAN AKAR KUADRAT AVE DAN *LATENT VARIABLE CORRELATIONS*

Discriminant validity juga dapat diuji dengan membandingkan nilai akar kuadrat AVE dengan *latent variable correlations* (nilai hubungan antara variabel laten). Nilai akar kuadrat AVE yang lebih besar dari *latent variable correlations* menunjukkan nilai *discriminant validity* yang baik. Berdasarkan perhitungan dengan perangkat lunak Smart PLS 3.2.9, dapat diketahui bahwa semua nilai akar kuadrat AVE variabel laten lebih besar dari nilai *latent variable correlations*. Sehingga semua variabel yang diuji telah memenuhi kriteria pengujian *discriminant validity*.

4.1.3 PENGUJIAN RELIABILITAS DATA DENGAN *CRONBACH'S ALPHA*

Cronbach's Alpha adalah metode yang paling populer untuk memeriksa reliabilitas. Perhitungan *cronbach's alpha* berdasarkan dari jumlah pertanyaan dalam kuesioner dan nilai rata-rata korelasi antara indikator tersebut. Nilai *cronbach's alpha* diatas 0,75 dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi, sedangkan antara 0,5 sampai 0,75 dinilai cukup dan dapat diterima [13].

Nilai *cronbach's alpha* yang dimiliki oleh variabel *system quality* dan *use* adalah 0,737 dan 0,636 sehingga nilai tersebut masih dapat dikatakan cukup reliabel. Nilai *cronbach's alpha* selain variabel *system quality* dan *use* sudah lebih besar dari 0,75 sehingga dapat dikatakan nilai reliabilitas variabel sudah tinggi.

4.1.4 PENGUJIAN RELIABILITAS DATA DENGAN *COMPOSITE RELIABILITY*

Nilai *composite reliability* yang memenuhi kriteria menandakan data dapat dipercaya dan diandalkan untuk digunakan pada tahap berikutnya sampai pada tahap uji hipotesis penelitian. Kriteria nilai *composite reliability* yang baik adalah lebih besar dari 0,7 [12]. Pengujian reliabilitas dengan *composite reliability* dapat dihitung dengan menggunakan SmartPLS 3.2.9. Nilai *composite reliability* tertinggi dimiliki oleh variabel *social influence* dengan nilai sebesar 0,930 dan nilai terendah dimiliki oleh variabel *use* yaitu sebesar 0,805. Nilai *composite reliability* yang didapat semua variabel sudah lebih besar dari 0,7 sehingga semua variabel dapat dikatakan reliabel dan data yang digunakan dapat dipercaya serta diandalkan untuk digunakan dalam tahap selanjutnya sampai dengan tahap uji hipotesis.

4.2 PENGUJIAN *INNER MODEL*

Perancangan dan evaluasi *outer model* telah dilakukan dan hasilnya cukup berhasil sehingga tahap selanjutnya bisa dilanjutkan yaitu penilaian *inner model* atau dapat juga disebut model struktural. *Inner model* atau model struktural merupakan analisis yang bertujuan untuk mencari hubungan antara variabel eksogen dan variabel endogen [12]. Pengujian *Inner Model* dilakukan menggunakan *R-Square* dan *Q-Square*.

Pengujian *inner model* dengan melihat nilai *R-square* digunakan untuk mengukur tingkat proporsi varians didalam variabel endogen yang diprediksi atau diukur oleh variabel eksogen, dengan kata lain *R-square* mengukur tingkat pengaruh suatu variabel eksogen sebagai pengukur suatu variabel endogen. *R-square* memiliki jarak penilaian antara 0 sampai 1 dan tiga kategori penilaian yaitu kategori substansial jika nilai *R-square* sebesar 0,75, kategori moderat jika nilai *R-square* sebesar 0,50, dan kategori lemah jika nilai *R-square* sebesar 0,25 [13]. Sedangkan Pengujian *inner model* dengan melihat nilai *Q-square* adalah analisis yang mengukur seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan oleh model penelitian. Jika nilai *Q-square* lebih besar dari 0, artinya model tersebut mempunyai *predictive relevance*, jika kurang dari 0, artinya model tersebut tidak mempunyai *predictive relevance* [13]. Semua variabel endogen dalam penelitian ini memiliki nilai *Q-square* lebih besar dari 0 sehingga dapat dikatakan semua variabel endogen dalam penelitian ini memiliki *predictive relevance*.

4.3 PENGUJIAN HIPOTESIS

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menentukan diterima atau tidaknya hipotesis yang diusulkan pada penelitian ini. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai *t-statistic* dengan *t-table* dan melihat nilai *p-values*. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai *p-values* pada tingkat $\alpha = 5\%$ atau 0,05 dan tingkat keyakinan sebesar 95% dengan nilai *t-table* sebesar 1,96. Suatu hipotesis dapat diterima jika memiliki nilai *p-values* kurang dari tingkat $\alpha = 5\%$ atau 0,05 dan memiliki nilai *t-statistic* lebih dari 1,96. Selain menentukan hipotesis diterima atau ditolak, untuk menentukan apakah suatu variabel berpengaruh positif atau negatif digunakan parameter nilai *original sample*. Nilai *original sample* bernilai lebih dari nol sudah dapat dikatakan bahwa variabel laten tersebut berpengaruh secara positif terhadap variabel laten lain pada hipotesis tersebut. Nilai *original sample* bernilai kurang dari nol artinya variabel laten

tersebut berpengaruh secara negatif terhadap variabel laten lain tersebut. Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Original Sample	T-Statistics	P-Values	Hasil
H1	0,128	1,818	0,070	Ditolak
H2	0,032	0,424	0,672	Ditolak
H3	0,317	3,823	0,000	Diterima
H4	0,272	3,782	0,000	Diterima
H5	0,170	2,150	0,032	Diterima
H6	0,348	4,258	0,000	Diterima
H7	0,239	3,334	0,001	Diterima
H8	0,509	9,264	0,000	Diterima
H9	0,144	2,207	0,028	Diterima
H10	0,305	3,847	0,000	Diterima
H11	0,144	1,991	0,047	Diterima
H12	0,415	5,452	0,000	Diterima
H13	0,389	5,063	0,000	Diterima
H14	0,609	12,374	0,000	Diterima
H15	0,326	4,784	0,000	Diterima

4.4 ANALISIS HIPOTESIS

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, terdapat dua hipotesis yang ditolak atau tidak terbukti, yaitu H1 dan H2. H1 tidak terbukti kemungkinan masyarakat lebih mementingkan faktor lain seperti kualitas layanan maupun faktor lain yang menurut masyarakat lebih penting dibandingkan dengan kualitas informasi. Demikian juga dengan hipotesis H2 yang tidak terbukti, kemungkinan pengguna *mobile banking* lebih memperhatikan faktor lain seperti kualitas sistem atau kualitas layanan yang lebih berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Sementara itu, berdasarkan hasil pengujian H3 dan H4 yang terbukti atau diterima terkait dengan fitur *mobile banking*, dapat diketahui bahwa ketika masyarakat pengguna *mobile banking* merasa bahwa apabila *mobile banking* memuat fitur yang dimilikinya dalam bentuk teks dan grafik dengan cepat, mudah digunakan, dan mudah diarahkan maka hal tersebut berpengaruh kepada kepuasan masyarakat terhadap *mobile banking* dan bahkan akan merekomendasikan *mobile banking* kepada orang lain.

Di sisi lain, H5, H6, dan H7 yang terbukti, dapat dipahami bahwa jika masyarakat pengguna merasa bahwa *mobile banking* memegang janji terhadap pelanggan, dapat dipercaya, sesuai harapan pelanggan, serta memperhatikan apa yang diminati oleh pelanggan maka hal tersebut berpengaruh kepada kepuasan masyarakat dan tingkat kepercayaan kepada *mobile banking* akan semakin tinggi sehingga pengguna lebih nyaman dalam menggunakannya. Lebih lanjut, hipotesis H8, H9, H10, H11, H12 dan H13 diterima, hal ini menunjukkan bahwa diantara pengguna terhadap hubungan saling mempengaruhi antara satu orang dengan orang lainnya menunjukkan adanya pengaruh sosial diantara para penggunanya, baik dalam lingkungan yang terbatas maupun pada lingkungan yang lebih luas.

Selanjutnya hipotesis H14 dan H15 yang diterima membuktikan bahwa ketika masyarakat pengguna *mobile banking* puas dalam menggunakan *mobile banking*, hal tersebut akan berpengaruh terhadap loyalitas atau kesetiaan pengguna dalam menggunakan *mobile banking*.

Hal itu akan berdampak pada masyarakat yang mereka akan memilih *mobile banking* sebagai pilihan pertama dalam melakukan pembayaran, serta memberikan penilaian secara positif tentang *mobile banking* kepada orang lain.

5 KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi pengguna dalam menggunakan *mobile banking* menggunakan model DeLone & McLean dan tambahan variabel *trust*, *social influence*, *intimacy*, *loyalty*, dan *continuance intention*. Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan terhadap hipotesis pada penelitian ini, dari 15 hipotesis terdapat 13 hipotesis diterima dan 2 hipotesis ditolak, sehingga ditemukan beberapa variabel yang mempengaruhi pengguna dalam menggunakan *mobile banking*. Hipotesis yang ditolak adalah hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas informasi dari sebuah sistem akan memengaruhi penggunaan dan kepuasan pengguna *mobile banking*. Berdasarkan hipotesis yang diterima, dapat disimpulkan bahwa faktor yang memengaruhi penggunaan, kepuasan, keintiman, loyalitas, niat berkelanjutan, dan dampak individual pengguna adalah kualitas sistem, kualitas layanan, kepercayaan, pengaruh sosial, penggunaan, kepuasan, dan keintiman.

Sebagai saran untuk penelitian selanjutnya agar topik penelitian terkait menjadi lebih holistik, diperlukan kajian secara empirik dengan pengambilan data yang melibatkan responden dari kondisi demografi yang bervariasi agar model yang dihasilkan lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Y. Hanif and H. S. Lallie, "Security factors on the intention to use mobile banking applications in the UK older generation (55+). A mixed-method study using modified UTAUT and MTAM - with perceived cyber security, risk, and trust," *Technology in Society*, vol. 67, p. 101693, Nov. 2021, doi: 10.1016/j.techsoc.2021.101693.
- [2] G. Mediatama, "Digital banking tumbuh di tengah pandemi, masyarakat kian sering bertransaksi online - Page all," kontan.co.id. Accessed: Nov. 27, 2023. [Online]. Available: <https://newssetup.kontan.co.id/news/digital-banking-tumbuh-di-tengah-pandemi-masyarakat-kian-sering-bertransaksi-online>
- [3] L. H. Trihandayani, I. Aknuranda, and Y. T. Mursityo, "Penerapan Model Kesuksesan Delone dan Mclean pada Website Fakultas Ilmu Komputer (FILKOM) Universitas Brawijaya," *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, vol. 2, no. 12, Art. no. 12, Aug. 2018.
- [4] S. Loaba, "The impact of mobile banking services on saving behavior in West Africa," *Global Finance Journal*, vol. 53, p. 100620, Aug. 2022, doi: 10.1016/j.gfj.2021.100620.
- [5] W. H. DeLone and E. R. McLean, "Information Systems Success: The Quest for the Dependent Variable," *Information Systems Research*, vol. 3, no. 1, pp. 60–95, 1992.
- [6] W. H. Delone and E. R. McLean, "The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update," *Journal of Management Information Systems*, vol. 19, no. 4, pp. 9–30, Apr. 2003, doi: 10.1080/07421222.2003.11045748.
- [7] A. Geebren, A. Jabbar, and M. Luo, "Examining the role of consumer satisfaction within mobile eco-systems: Evidence from mobile banking services," *Computers in Human Behavior*, vol. 114, p. 106584, Jan. 2021, doi: 10.1016/j.chb.2020.106584.

- [8] S. Yuan, L. Liu, B. Su, and H. Zhang, “Determining the antecedents of mobile payment loyalty: Cognitive and affective perspectives,” *Electronic Commerce Research and Applications*, vol. 41, p. 100971, May 2020, doi: 10.1016/j.elerap.2020.100971.
- [9] R. F. Malaquias and Y. Hwang, “Mobile banking use: A comparative study with Brazilian and U.S. participants,” *International Journal of Information Management*, vol. 44, pp. 132–140, Feb. 2019, doi: 10.1016/j.ijinfomgt.2018.10.004.
- [10] F. B. Franque, T. Oliveira, and C. Tam, “Understanding the factors of mobile payment continuance intention: empirical test in an African context,” *Heliyon*, vol. 7, no. 8, p. e07807, Aug. 2021, doi: 10.1016/j.heliyon.2021.e07807.
- [11] G. Dash and J. Paul, “CB-SEM vs PLS-SEM methods for research in social sciences and technology forecasting,” *Technological Forecasting and Social Change*, vol. 173, p. 121092, Dec. 2021, doi: 10.1016/j.techfore.2021.121092.
- [12] N. K. Avkiran, “Rise of the Partial Least Squares Structural Equation Modeling: An Application in Banking,” in *Partial Least Squares Structural Equation Modeling: Recent Advances in Banking and Finance*, N. K. Avkiran and C. M. Ringle, Eds., in International Series in Operations Research & Management Science. , Cham: Springer International Publishing, 2018, pp. 1–29. doi: 10.1007/978-3-319-71691-6_1.
- [13] A. Safi’i *et al.*, “The effect of the adversity quotient on student performance, student learning autonomy and student achievement in the COVID-19 pandemic era: evidence from Indonesia,” *Heliyon*, vol. 7, no. 12, p. e08510, Dec. 2021, doi: 10.1016/j.heliyon.2021.e08510.