Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis [JIMEIS]
Vol. 6, No. 4, Juli 2026, Hal. 514-520
ISSN: 2808-6686

PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN PERSEPSI KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN MOBILE BANKING PADA MAHASISWA PERBANKAN SYARIAH

[1]Helpina Novriani

[1]Program Studi Perbankan Syariah, [1]Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (Jl. Kapten Muchtar Basri No.3, Glugur Darat II, Kec. Medan Timur, Kota Medan, Sumatera Utara 20238)

[1]Email: hlpnovriahasty@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan mobile banking pada mahasiswa Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Pendekatan yang digunakan adalah asosiatif kuantitatif dengan data primer melalui kuesioner kepada 100 mahasiswa yang dipilih menggunakan rumus Slovin dari populasi 214 mahasiswa angkatan 2019 sampai 2022. Analisis data menggunakan Partial Least Square Structural Equation Modeling dengan bantuan program SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan mobile banking dengan nilai t statistik 1,493 dan p value 0,135. Persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking dengan nilai t statistik 3,643 dan p value 0,000. Persepsi kepercayaan juga berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking dengan nilai t statistik 2,735 dan p value 0,006. Secara simultan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking dengan nilai F statistik 202,339 dan p value 0,000. Implikasinya, pihak bank perlu memperkuat aspek kemudahan dan kepercayaan sebagai strategi utama untuk meningkatkan minat mahasiswa dalam menggunakan layanan mobile banking.

Kata Kunci: *Minat Penggunaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan*

I. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi telah mengubah cara masyarakat menjalankan aktivitas keuangan. Perbankan menjadi salah satu industri yang paling cepat beradaptasi dengan perubahan tersebut. Inovasi layanan berbasis digital terus dikembangkan untuk meningkatkan kinerja organisasi dan memperluas jangkauan nasabah. Salah satu wujud nyata dari transformasi ini adalah kehadiran mobile banking, yaitu layanan perbankan yang dapat diakses melalui perangkat telepon pintar. Kurniawati (2017) menyatakan bahwa mobile banking menjadi bagian penting dari strategi perbankan modern karena mampu menjawab kebutuhan nasabah akan transaksi yang cepat dan mudah.

Di Indonesia, persaingan antar bank dalam menyediakan layanan mobile banking semakin ketat. Bank pemerintah maupun swasta berlomba menawarkan berbagai fitur dan kemudahan. Nasabah, terutama mahasiswa, dihadapkan pada banyak pilihan aplikasi dengan karakteristik yang berbeda beda. Setiap aplikasi memiliki keunggulan dan kelemahannya masing masing. Mahasiswa sebagai pengguna aktif teknologi dituntut mampu memilih layanan yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka. Namun, tidak semua mahasiswa langsung tertarik menggunakan mobile banking. Ada yang merasa ragu karena khawatir akan keamanan transaksi, ada pula yang menganggap layanan tersebut belum memberikan manfaat yang signifikan.

Minat penggunaan mobile banking dipengaruhi oleh berbagai faktor. Dalam kerangka Technology Acceptance Model yang dikembangkan oleh Davis (1989), persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan menjadi dua variabel utama yang menentukan penerimaan teknologi. Persepsi kegunaan merujuk pada keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu sistem akan meningkatkan kinerja atau produktivitasnya. Adapun persepsi kemudahan merujuk pada keyakinan bahwa sistem tersebut tidak memerlukan usaha yang berlebihan untuk dipelajari dan digunakan. Selain dua variabel tersebut, persepsi kepercayaan juga memegang peran penting dalam konteks layanan keuangan digital. Tanpa kepercayaan, pengguna akan enggan menyerahkan data pribadi dan melakukan transaksi melalui aplikasi.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Lestari (2016) menemukan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan tidak mempengaruhi minat penggunaan mobile banking. Sebaliknya, Rozi dan Ziyad (2019) menyatakan bahwa ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking. Perbedaan hasil ini menarik untuk ditelusuri lebih lanjut, terutama jika dikaitkan dengan konteks mahasiswa Perbankan Syariah yang memiliki karakteristik tersendiri. Mahasiswa Perbankan Syariah dibekali pemahaman tentang prinsip prinsip keuangan syariah, sehingga persepsi mereka terhadap layanan perbankan digital bisa jadi berbeda dengan mahasiswa dari program studi lain.

Rahayu (2019) menegaskan bahwa adopsi teknologi informasi di sektor keuangan tidak hanya ditentukan oleh aspek teknis, tetapi juga oleh faktor psikologis dan sosial. Dalam konteks mahasiswa, faktor sosial seperti pengaruh teman sebaya dan lingkungan

kampus turut membentuk persepsi mereka terhadap mobile banking. Jufrizen (2020) juga menekankan bahwa kepemimpinan dan budaya organisasi berpengaruh terhadap kinerja, yang dalam hal ini dapat diartikan bahwa lingkungan akademik yang mendukung literasi digital akan mendorong mahasiswa lebih terbuka terhadap inovasi layanan keuangan.

Penelitian ini bertujuan menguji dan menganalisis pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan mobile banking pada mahasiswa Perbankan Syariah. Dengan memahami pengaruh masing masing variabel, diharapkan dapat dirumuskan strategi yang tepat bagi industri perbankan dalam meningkatkan adopsi layanan mobile banking di kalangan generasi muda.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif kuantitatif. Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara angkatan 2019 sampai 2022 yang berjumlah 214 orang. Sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat toleransi kesalahan 10 persen, sehingga diperoleh 100 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert lima titik. Analisis data dilakukan menggunakan Partial Least Square Structural Equation Modeling dengan bantuan program SmartPLS 4.0. Tahapan analisis meliputi pengukuran model outer model, pengukuran model struktural inner model, dan pengujian hipotesis.

III. HASIL PENELITIAN

Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 mahasiswa Perbankan Syariah. Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh gambaran mengenai karakteristik responden yang meliputi jenis kelamin, angkatan, dan intensitas penggunaan mobile banking. Mayoritas responden adalah perempuan dengan persentase 68 persen, sedangkan laki laki sebesar 32 persen. Berdasarkan angkatan, responden terbanyak berasal dari angkatan 2021 dengan persentase 35 persen, diikuti angkatan 2020 sebesar 28 persen, angkatan 2022 sebesar 22 persen, dan angkatan 2019 sebesar 15 persen. Adapun berdasarkan intensitas penggunaan, sebanyak 72 persen responden mengaku menggunakan mobile banking lebih dari tiga kali dalam seminggu.

Hasil uji hipotesis parsial atau uji t menunjukkan dinamika yang menarik. Variabel persepsi kegunaan X1 memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,218 dengan t statistik 1,493 dan p value 0,135. Nilai t statistik tersebut lebih kecil dari t tabel 1,96 dan p value lebih besar dari 0,05, sehingga persepsi kegunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking. Variabel persepsi kemudahan X2 memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,535 dengan t statistik 3,643 dan p value 0,000. Nilai t statistik lebih besar dari 1,96 dan p value lebih kecil dari 0,05, sehingga persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking. Variabel persepsi kepercayaan X3 memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,213 dengan t statistik 2,735 dan p value 0,006. Nilai tersebut memenuhi kriteria signifikansi, sehingga persepsi kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking.

Hasil uji simultan atau uji F menunjukkan nilai F statistik sebesar 202,339 dengan p value 0,000. Nilai p value yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan secara bersama sama berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking. Nilai R Square yang diperoleh sebesar 0,876, yang berarti 87,6 persen variasi minat penggunaan mobile banking dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen, sedangkan sisanya sebesar 12,4 persen dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

IV. PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking. Temuan ini menarik untuk dicermati karena bertentangan dengan asumsi umum dalam Technology Acceptance Model yang menyatakan bahwa semakin tinggi persepsi kegunaan, semakin tinggi pula minat penggunaan. Namun, dalam konteks mahasiswa Perbankan Syariah, hasil ini dapat dipahami melalui beberapa sudut pandang. Mahasiswa pada dasarnya sudah menyadari bahwa mobile banking memiliki banyak kegunaan, seperti kemudahan transfer, pembayaran tagihan, dan pengecekan saldo. Kesadaran tersebut sudah menjadi pengetahuan umum, sehingga tidak lagi menjadi faktor pembeda yang mendorong minat. Ketika sesuatu sudah dianggap biasa, maka pengaruhnya terhadap minat menjadi lemah.

Sari (2022) menegaskan bahwa pemahaman akuntansi dan keuangan yang memadai diperlukan agar individu mampu mengambil keputusan yang rasional. Dalam konteks ini, mahasiswa Perbankan Syariah yang telah mendapatkan mata kuliah tentang teknologi keuangan mungkin sudah memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap mobile banking. Ekspektasi yang tinggi tersebut membuat mereka tidak lagi terkesan dengan fitur fitur dasar, sehingga persepsi kegunaan tidak lagi menjadi pemicu utama minat. Mereka lebih memperhatikan aspek lain, seperti kemudahan dan keamanan. Hal ini sejalan dengan pandangan Hanum (2018) yang menyatakan bahwa kepatuhan dan minat seseorang sangat dipengaruhi oleh pemahaman yang mendalam terhadap regulasi dan prosedur, bukan sekadar pengetahuan permukaan.

Berbeda dengan persepsi kegunaan, persepsi kemudahan justru menunjukkan pengaruh yang signifikan. Mahasiswa cenderung lebih berminat menggunakan mobile banking ketika aplikasi tersebut mudah dipelajari, mudah dioperasikan, dan tidak memakan waktu lama untuk menyelesaikan transaksi. Kemudahan menjadi faktor penentu karena mahasiswa memiliki mobilitas tinggi dan tuntutan waktu yang ketat. Mereka tidak ingin menghabiskan waktu berjam jam hanya untuk memahami cara kerja aplikasi. Ketika aplikasi mobile banking dirancang dengan antarmuka yang intuitif dan alur transaksi yang sederhana, minat untuk menggunakannya pun meningkat.

Harahap (2019) menyoroti bahwa kesalahan pencatatan dan prosedur yang rumit dapat menyebabkan salah saji material, yang pada akhirnya menurunkan kualitas informasi. Analoginya, dalam konteks mobile banking, prosedur yang rumit akan menurunkan kualitas pengalaman pengguna, sehingga minat mereka menurun. Fahmi (2023) juga menegaskan bahwa pemanfaatan data analitik dapat membantu organisasi memahami pola perilaku pengguna, termasuk preferensi mereka terhadap kemudahan akses. Dengan memahami

pola tersebut, bank dapat merancang fitur yang lebih sederhana dan sesuai kebutuhan mahasiswa.

Persepsi kepercayaan juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking. Kepercayaan merupakan fondasi utama dalam layanan keuangan digital. Mahasiswa akan merasa aman menggunakan mobile banking jika mereka yakin bahwa data pribadi mereka terlindungi, transaksi tidak akan disalahgunakan, dan bank memiliki reputasi yang baik. Pasaribu dan Harahap (2023) menegaskan bahwa kondisi keuangan dan solvabilitas suatu entitas memerlukan perhatian serius agar tidak menimbulkan opini audit yang merugikan. Dalam konteks mobile banking, kepercayaan nasabah adalah opini publik yang menentukan keberlanjutan layanan. Ketika kepercayaan hilang, nasabah akan beralih ke layanan lain atau kembali menggunakan cara konvensional.

Lestari (2021) menekankan pentingnya tata kelola dan kebijakan yang tepat dalam menjaga stabilitas keuangan organisasi. Prinsip tersebut relevan dengan pengelolaan layanan mobile banking, karena kepercayaan nasabah hanya dapat dibangun jika bank memiliki sistem keamanan yang andal dan kebijakan perlindungan data yang jelas. Gunawan (2020) juga menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan. Dalam konteks ini, mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang baik akan lebih selektif dalam memilih layanan mobile banking, dan mereka cenderung memilih bank yang memberikan jaminan keamanan dan kepercayaan.

Secara simultan, ketiga variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking. Temuan ini menunjukkan bahwa minat mahasiswa tidak ditentukan oleh satu faktor tunggal, melainkan oleh kombinasi dari berbagai faktor. Ketika mahasiswa merasa bahwa mobile banking bermanfaat, mudah digunakan, dan dapat dipercaya, maka minat mereka akan meningkat secara signifikan. Sebaliknya, jika salah satu aspek lemah, misalnya kepercayaan menurun karena isu keamanan, maka minat mereka pun akan tergerus meskipun aplikasi tersebut menawarkan banyak fitur.

Dahrani (2022) menegaskan bahwa model pengelolaan keuangan yang baik harus berbasis literasi dan inklusi keuangan. Dalam konteks mobile banking, inklusi keuangan berarti memastikan bahwa layanan dapat diakses oleh semua kalangan, termasuk mahasiswa dengan berbagai latar belakang. Hafsah (2023) juga menyoroti bahwa pemahaman akuntansi dan keuangan tidak cukup hanya dari aspek kognitif, tetapi juga harus didukung oleh kecerdasan emosional dan perilaku belajar yang baik. Mahasiswa yang memiliki kesadaran diri yang tinggi akan lebih bijak dalam menggunakan mobile banking, sehingga minat mereka tidak hanya didorong oleh tren semata, tetapi juga oleh pertimbangan yang matang.

Temuan penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi industri perbankan. Pertama, bank perlu terus meningkatkan kemudahan penggunaan aplikasi mobile banking, misalnya dengan menyederhanakan menu, mempercepat proses transaksi, dan menyediakan panduan yang mudah dipahami. Kedua, bank harus memperkuat aspek kepercayaan dengan memberikan jaminan perlindungan data, meningkatkan transparansi biaya, dan menangani keluhan nasabah secara cepat. Ketiga, meskipun persepsi kegunaan

tidak berpengaruh signifikan secara parsial, bank tetap perlu mengedukasi mahasiswa tentang manfaat fitur fitur baru yang mungkin belum mereka ketahui. Edukasi ini penting agar persepsi kegunaan tetap terjaga dan tidak menurun seiring berjalannya waktu.

Dari perspektif teoretis, hasil penelitian ini mendukung sebagian kerangka Technology Acceptance Model, khususnya pada variabel persepsi kemudahan. Namun, temuan yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan tidak berpengaruh signifikan menunjukkan bahwa TAM perlu dimodifikasi ketika diterapkan pada konteks mahasiswa yang sudah memiliki tingkat literasi digital yang tinggi. Dalam konteks seperti ini, faktor kepercayaan menjadi lebih dominan dibandingkan faktor kegunaan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel tambahan seperti risiko yang dipersepsikan, pengaruh sosial, dan pengalaman pengguna untuk memperkaya model.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa persepsi kegunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking pada mahasiswa Perbankan Syariah. Persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking. Persepsi kepercayaan juga berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking. Secara simultan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking dengan kontribusi sebesar 87,6 persen.

Untuk meningkatkan minat penggunaan mobile banking, bank perlu memprioritaskan aspek kemudahan dan kepercayaan. Penyederhanaan antarmuka aplikasi, percepatan proses transaksi, dan penguatan sistem keamanan data menjadi langkah yang strategis. Selain itu, edukasi mengenai manfaat fitur mobile banking tetap perlu dilakukan agar persepsi kegunaan tidak menurun. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang relevan, seperti risiko yang dipersepsikan dan pengaruh sosial, agar model penelitian menjadi lebih komprehensif.

VI. REFERENSI

Dahrani, D., Saragih, F., & Ritonga, P. (2022). Model Pengelolaan Keuangan Berbasis Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan: Studi pada UMKM di Kota Binjai. Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi, 6(2), 1509 sampai 1518.

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. MIS Quarterly, 13(3), 319 sampai 339.

Fahmi, M., Harahap, R. U., & Rozi, F. (2023). Data Analitik Audit: Kontribusi Dan Hambatan Pada Praktik Audit. JRAM (Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma), 10(2), 32 sampai 36.

Gunawan, A., Pirari, W. S., & Sari, M. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Jurnal Humaniora: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi Dan Hukum, 4(2), 23 sampai 35.

Hafsah, H., Hanum, Z., Saragih, F., & Ningsih, R. W. (2023). Pengaruh Kecerdasan Emosional Dan Perilaku Belajar Terhadap Tingkat Pemahaman Akuntansi Pada Mahasiswa Akuntansi FEB UMSU. Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi, 7(1), 312 sampai 321.

Hanum, Z. (2018). Analisis Penyampaian SPT Masa dan Jumlah Wajib Pajak Badan Dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak Penghasilan Pasal 21 di KPP Pratama Medan Belawan. Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan, 18(2), 123 sampai 133.

Harahap, R. U. (2019). Pengaruh Kompetensi, Independensi dan Profesionalisme terhadap Salah Saji Material pada KAP Di Kota Medan. Jurnal Riset Akuntansi & Bisnis, 19(2), 183 sampai 199.

Jufrizen, J., & Lubis, A. S. P. (2020). Pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan Kepemimpinan Transaksional Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Locus of Control Sebagai Variabel Moderating. Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen, 3(1), 41 sampai 59.

Kurniawati, H. A., & Wahyu, A. A. (2017). Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi. E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi, 4(1), 24 sampai 29.

Lestari, D. (2016). Determinan Minat Penggunaan Mobile Banking. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, 4(2).

Lestari, S. P., Dahrani, D., Purnama, N. I., & Jufrizen, J. (2021). Model Determinan Kebijakan Hutang dan Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen, 4(2), 245 sampai 256.

Pasaribu, M. H., & Harahap, R. U. (2023). Pengaruh Debt Default, Pertumbuhan Perusahaan, dan Solvabilitas terhadap Opini Audit Going Concern. Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah, 5(1), 185 sampai 194.

Rahayu, P. P. (2019). Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan mobile banking (Studi Empiris pada Mahasiswa di Yogyakarta). Skripsi, Universitas Islam Indonesia.

Rozi, F., & Ziyad, M. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank BTN. Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan, 3(2), 92 sampai 102.

Sari, E. N., & Harianto, A. (2022). Pengaruh Fasilitas Belajar Dan Kapasitas Guru Terhadap Pemahaman Akuntansi Dengan Ilc Sebagai Variabel Moderasi Pada Smk Akuntansi Bagian Medan Utara. JRAK (Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis), 8(2), 185 sampai 196.

Uno, H. B. (2023). Teori motivasi dan pengukurannya: Analisis di bidang pendidikan. Bumi Aksara.