

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **1.1. Deskripsi Objek Penelitian**

PT Bank Maybank Indonesia Tbk (d/h PT Bank Internasional Indonesia Tbk) didirikan pada tanggal 15 Mei 1959. PT Bank Internasional Indonesia atau biasa disebut BII mendapatkan izin sebagai bank devisa pada tahun 1988. Selanjutnya BII masuk ke bursa dengan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya (disebut Bursa Efek Indonesia pada saat ini) pada tahun 1989. BII setelah menjadi perusahaan terbuka telah tumbuh secara pesat dan menjadi salah satu bank swasta terkemuka di Indonesia.

Maybank Indonesia merupakan salah satu bank terbesar di Indonesia yang terkoneksi dengan jaringan regional maupun internasional Grup Maybank. Per 31 Desember 2018 Maybank Indonesia memiliki 440 cabang termasuk 13 kantor cabang syariah dan kantor fungsional mikro yang tersebar di Indonesia serta dua cabang luar negeri (Mauritius dan Mumbai, India), 20 mobil kas keliling dan 1.530 ATM<sup>[5]</sup> termasuk CDM<sup>[6]</sup> (*Cash Deposit Machine*) yang terkoneksi dengan lebih dari 20.000 ATM tergabung dalam jaringan ATM Prima, ATM Bersama, ALTO, Cirrus dan terhubung dengan 3.500 ATM Maybank di Singapura dan Malaysia melalui jaringan MEPS.

Maybank Indonesia menyediakan serangkaian produk dan jasa komprehensif bagi nasabah individu maupun korporasi melalui layanan Perbankan Ritel, Perbankan Bisnis, dan Perbankan Global, serta pembiayaan otomotif melalui entitas anak yaitu WOM Finance untuk kendaraan roda dua dan BII Finance untuk kendaraan roda empat. Maybank Indonesia juga terus mengembangkan layanan dan kapasitas *e-banking* melalui *Mobile Banking*, *Internet Banking* dan berbagai saluran lainnya. Per 31 Desember 2018, Maybank Indonesia mengelola simpanan nasabah sebesar Rp 117 triliun dan memiliki aset senilai Rp 177,5 triliun. (<https://www.maybank.co.id/>)

Maybank SMS+ Banking. Kapan saja dan dimana pun berada, cukup dengan menggunakan handphone, bisa melakukan transaksi informasi rekening, transfer uang, bayar tagihan, isi ulang, dan sebagainya melalui Maybank SMS+ Banking. Dimana bisa digunakan dalam hal :

1. Transaksi perbankan sangat praktis, dimanapun dan kapanpun
2. Registrasi mudah dan langsung aktif
3. Transfer online ke lebih dari 80 bank\* tanpa registrasi nomor rekening tujuan (BCA, Mandiri, BNI, BRI, dll)
4. Tarik Tunai Tanpa Kartu ATM (Cardless Withdrawal)
5. Dapat menggunakan semua jenis handphone, GSM dan CDMA
6. Mudah dan aman digunakan. Menu UMB Banking (USSD Menu Browser) dapat diakses dengan cara dial \*141\*3#.

Platform teknologi yang tersedia di Maybank SMS+ Banking yaitu :

1. SMS Plain Text yaitu transaksi dilakukan dengan mengetikkan SMS dan kirim ke 69811
2. UMB (USSD Menu Browser) yaitu transaksi dilakukan dengan bantuan menu yang dapat diakses melalui USSD, dengan mendial \*141#
3. Java Menu for Blackberry yaitu transaksi dilakukan dengan bantuan menu yang tersedia di Blackberry (telah diinstal menu Java Maybank SMS+ Banking)
4. Maybank SMS+ Banking Apps (Android, IOS, BB OS 10) yaitu transaksi dilakukan dengan bantuan menu yang tersedia di aplikasi Telpon Seluler dengan masing masing Operating System.

Pendaftaran bisa dilakukan melalui Maybank ATM atau datang ke cabang Maybank terdekat untuk mengisi form permohonan Maybank SMS+ Banking dengan melampirkan bukti asli identitas diri (KTP/SIM/Paspor/KIMS) dan bukti kepemilikan rekening (kartu ATM). Fitur transaksi apa saja yang bisa dilakukan melalui Maybank SMS+ Banking.

1. Informasi saldo

2. Informasi mutasi rekening (4 transaksi)
3. Transfer online antar rekening Maybank
4. Transfer online ke bank lain (ALTO, ATM Bersama, Prima)
5. Pembayaran tagihan : Kartu kredit Maybank, Telkom (Speedy & Flexy Classy), Telkomsel, Indosat, XL, Kartu Kredit Citibank, Kartu Kredit HSBC, Kartu Kredit ANZ, Kartu Kredit Permata, Kartu Kredit BNI, Kartu Kredit Danamon, Kartu Kredit MNC dan lain-lain.
6. Pembelian pulsa isi ulang HP : Telkomsel, XL Prepaid, Indosat Prepaid, Three, Esia, Smartfren.
7. Informasi tagihan kartu kredit Maybank
8. Informasi kurs
9. Informasi suku bunga Tabungan dan Deposito
10. Informasi jasa giro
11. Layanan bantuan (Help)
12. Aktivasi layanan SMS+ Banking

## **1.2. Deskripsi Responden**

Penelitian ini mengambil sampel karyawan di PT Bank Maybank Indonesia Tbk KCP Samanhudi di Jakarta. Pemilihan sampel dilakukan dengan terlebih dahulu memverifikasikan sampel nasabah. Sebagai hasil penelitian pendahuluan. Berikut ini akan diberikan tinjauan mengenai karakteristik responden yang dinyatakan dalam bentuk tabulasi identitas responden sebanyak 100 sampel responden. Penyajian data mengenai identitas responden untuk memberikan Gambaran tentang keadaan diri dari pada responden.

**Tabel 4.1.** Karakteristik Responden

<b>DATA RESPONDEN</b>	<b>JUMLAH</b>	<b>PERSENTASE</b>
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki-laki	46	46
Perempuan	54	54
Jumlah	<b>100</b>	<b>100</b>

<b>Usia</b>		
17-20 tahun	7	7
21-30 tahun	11	11
31-40 tahun	61	61
≥ 40 tahun	21	21
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

<b>Pendidikan Terakhir</b>		
SMA	21	21
D3	25	25
S1	35	35
S2/S3	19	19
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

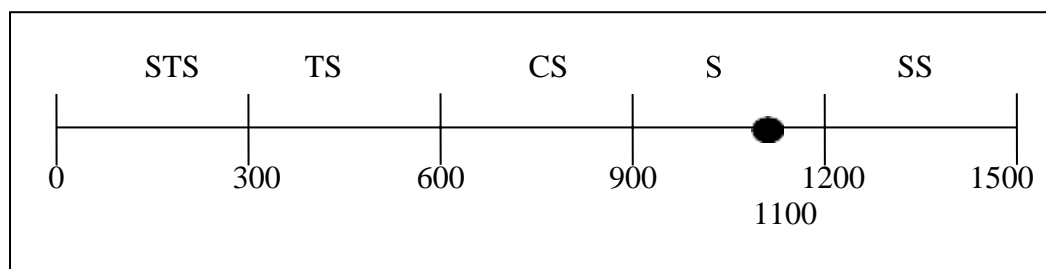
<b>Jenis Pekerjaan</b>		
Ibu Rumah Tangga	32	32
Karyawan (swasta/negeri)	15	15
Wiraswasta	29	29
Pelajar / Mahasiswa	24	24
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Diolah Penulis (2019)*

### 1.3. Deskripsi Data

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner dengan 100 responden atas pernyataan mengenai variabel kepercayaan diperoleh rekapitulasi data skor jawaban. Pada Gambar 4.1. di bawah untuk variabel bebas ( $X_1$ ), yaitu kepercayaan yang diajukan kepada 100 responden, diperoleh jumlah kriterium (bila setiap butir pernyataan mendapat skor tertinggi)  $X_1 = 5 \times 100 \times 3 = 1500$ . Jumlah skor hasil pengumpulan data adalah 1100, dengan demikian, kepercayaan menurut persepsi nasabah adalah  $1100 : 1500 = 73,3\%$  dari kriteria yang ditetapkan. Hasil tersebut dapat digambarkan dalam diagram sebagai berikut :

**Gambar 4.1.** Diagram Skala Likert Variabel Kepercayaan.

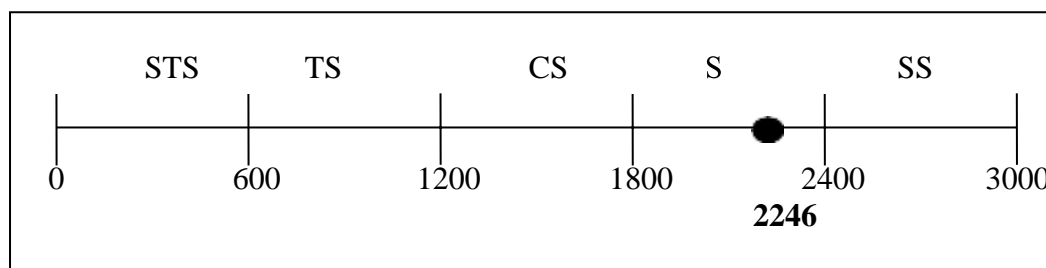


Sumber : Diolah Penulis (2019)

Dari Gambar 4.1. di atas disimpulkan bahwa jawaban responden tentang variabel kepercayaan ( $X_1$ ), terletak pada daerah setuju. Menurut nasabah, dimana kepercayaan nasabah atas produk perbankan sudah baik.

Pada Gambar 4.2. di bawah untuk variabel bebas ( $X_2$ ), yaitu manfaat yang diajukan kepada 100 responden, diperoleh jumlah kriterium (bila setiap butir pernyataan mendapat skor tertinggi)  $X_2 = 5 \times 100 \times 6 = 3000$ . Jumlah skor hasil pengumpulan data adalah 2246, dengan demikian, manfaat menurut persepsi nasabah adalah  $2246 : 3000 = 74,9\%$  dari kriteria yang ditetapkan. Hasil tersebut dapat digambarkan dalam diagram sebagai berikut :

**Gambar 4.2.** Diagram Skala Likert Variabel Manfaat.



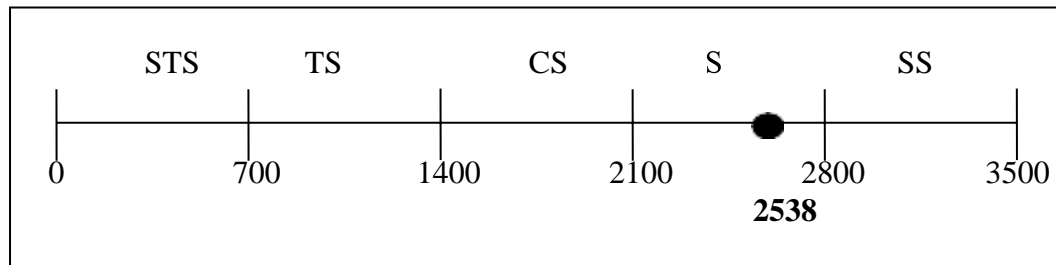
Sumber : Diolah Penulis (2019)

Dari Gambar 4.2. di atas disimpulkan bahwa jawaban responden tentang variabel manfaat ( $X_2$ ), terletak pada daerah setuju. Menurut persepsi nasabah atas manfaat yang diberikan bank sudah baik.

Pada Gambar 4.3. di bawah untuk variabel bebas ( $X_3$ ), yaitu kemudahan yang diajukan kepada 100 responden, diperoleh jumlah kriterium (bila setiap butir pernyataan mendapat skor tertinggi)  $X_3 = 5 \times 100 \times 7 = 3500$ . Jumlah skor hasil pengumpulan data adalah 2538, dengan demikian, kemudahan menurut

persepsi nasabah adalah  $2538 : 3500 = 72,5\%$  dari kriteria yang ditetapkan. Hasil tersebut dapat digambarkan dalam diagram sebagai berikut :

**Gambar 4.3.** Diagram Skala Likert Variabel Kemudahan.

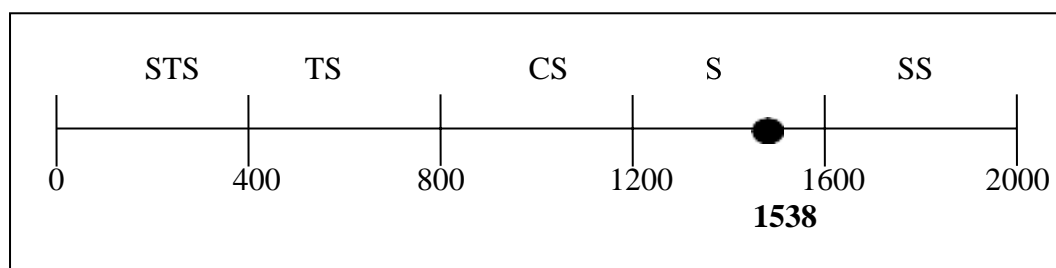


Sumber : Diolah Penulis (2019)

Dari Gambar 4.3. di atas disimpulkan bahwa jawaban responden tentang variabel kemudahan ( $X_3$ ), terletak pada daerah setuju. Menurut persepsi nasabah atas kemudahan yang diberikan pihak bank sudah sesuai.

Pada Gambar 4.4. di bawah variabel bebas ( $X_4$ ), yaitu keamanan yang diajukan kepada 100 responden, diperoleh jumlah kriterium (bila setiap butir pernyataan mendapat skor tertinggi)  $X_4 = 5 \times 100 \times 4 = 2000$ . Jumlah skor hasil pengumpulan data adalah 1538, dengan demikian, keamanan menurut persepsi nasabah adalah  $1538 : 2000 = 76,9\%$  dari kriteria yang ditetapkan. Hasil tersebut dapat digambarkan dalam diagram sebagai berikut :

**Gambar 4.4.** Diagram Skala Likert Variabel Keamanan.



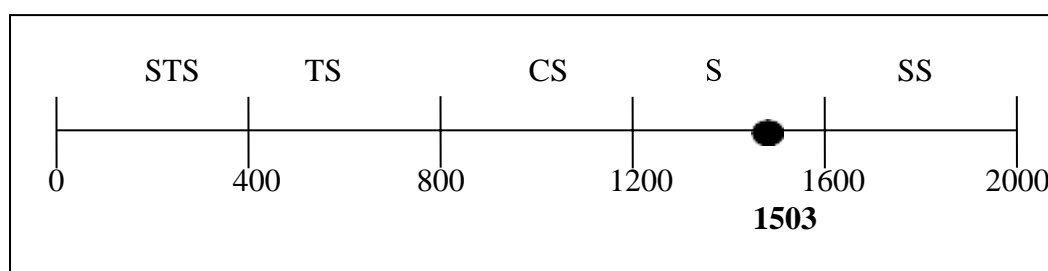
Sumber : Diolah Penulis (2019)

Dari Gambar 4.3. di atas disimpulkan bahwa jawaban responden tentang variabel keamanan ( $X_3$ ), terletak pada daerah setuju. Menurut persepsi nasabah atas keamanan yang diberikan pihak bank sudah baik.

Pada Gambar 4.5 di bawah untuk variabel terikat ( $Y$ ), yaitu minat nasabah menggunakan *SMS Mobile banking* yang diajukan kepada 100 responden,

diperoleh jumlah kriterium (bila setiap butir pernyataan mendapat skor tertinggi)  $Y = 5 \times 100 \times 4 = 2000$ . Jumlah skor hasil pengumpulan data adalah 1503, dengan demikian, minat nasabah menggunakan SMS Mobile banking menurut persepsi nasabah adalah  $1503 : 2000 = 75,2\%$  dari kriteria yang ditetapkan. Hasil tersebut dapat digambarkan dalam diagram sebagai berikut:

**Gambar 4.5.** Diagram Skala Likert Variabel Minat nasabah menggunakan *SMS Mobile banking*.



Sumber : Diolah Penulis (2019)

Dari Gambar 4.5. di atas disimpulkan bahwa jawaban responden tentang variabel minat nasabah menggunakan SMS Mobile banking (Y), terletak pada daerah setuju. Menurut persepsi nasabah atas minat sudah baik.

## 1.4. Hasil Pengujian Instrumen

### 1.4.1. Uji validitas

Validitas adalah ketepatan alat ukur penelitian tentang isi atau arti sebenarnya apa yang diukur dalam variabel penelitian. Suatu instrumen dikatakan valid apabila memiliki kemampuan mengukur apa yang seharusnya diukur. Kemudian untuk mengetahui valid atau tidaknya setiap pernyataan instrumen penelitian, maka dilakukan uji validitas per butir. Pengujian menggunakan rumus *product moment*, dengan bantuan program SPSS Versi 24.00. Hasil pengolahan data untuk semua pernyataan dalam instrumen terdiri dari 24 butir pernyataan, pada Tabel 4.4. sebagai berikut :

**Tabel 4.4.** Validitas Instrumen per Butir untuk variabel penelitian

No. Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{kritis}$	Keputusan
1	0,785	0,30	Valid
2	0,813	0,30	Valid
3	0,784	0,30	Valid
4	0,428	0,30	Valid
5	0,700	0,30	Valid
6	0,628	0,30	Valid
7	0,572	0,30	Valid
8	0,616	0,30	Valid
9	0,512	0,30	Valid
10	0,716	0,30	Valid
11	0,705	0,30	Valid
12	0,770	0,30	Valid
13	0,800	0,30	Valid
14	0,581	0,30	Valid
15	0,663	0,30	Valid
16	0,536	0,30	Valid
17	0,759	0,30	Valid
18	0,662	0,30	Valid
19	0,748	0,30	Valid
20	0,547	0,30	Valid
21	0,517	0,30	Valid
22	0,683	0,30	Valid
23	0,815	0,30	Valid
24	0,788	0,30	Valid

Sumber : Pengolahan data SPSS (2019)

Berdasarkan Tabel 4.2. di atas, diperoleh hasil untuk variabel, seluruh pernyataan memiliki nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{kritis}$  0,30 sehingga seluruh pernyataan pada variabel tersebut dapat digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini.

#### 1.4.2. Uji reliabilitas

Setelah melakukan uji validitas, maka untuk pernyataan yang valid selanjutnya dilakukan pengujian reliabilitas variabel *exogenous* dan *endogeneous*. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metoda *split half* dengan nama Spearman Brown atau Cronbach  $\alpha > 0,60$ . Berdasarkan pengolahan data mengenai *reliability statistics* dapat dilihat bahwa nilai Cronbach  $\alpha$  sama



dengan atau lebih besar dari 0,60 maka dapat dikatakan bahwa untuk keseluruhan pernyataan variabel adalah *reliable* (dapat diandalkan). Adapun variabel yang digunakan sebagai berikut:

**Tabel 4.5.** Reliabilitas Variabel Penelitian

No.	Variabel	Item	Cronbach's Alpha	Keputusan
1.	Kepercayaan (X <sub>1</sub> )	3	0,701	<i>Reliable</i>
2.	Manfaat (X <sub>2</sub> )	6	0,696	<i>Reliable</i>
3.	Kemudahan (X <sub>3</sub> )	7	0,809	<i>Reliable</i>
4.	Keamanan (X <sub>4</sub> )	4	0,618	<i>Reliable</i>
5	Minat nasabah menggunakan SMS Mobile Banking (Y)	4	0,657	<i>Reliable</i>

Sumber : Pengolahan data SPSS (2019)

Variabel penelitian terdapat 24 pernyataan yang diberikan kepada 100 responden. Berdasarkan pengelolaan data yang terdapat di lampiran dengan model Cronbach *alpha* semua variabel sudah *reliable* karena di atas 0,60.

## 1.5. Analisis Statistik

Di dalam melakukan serangkaian analisis statistik data akan terbagi menjadi beberapa bagian yang terdiri dari analisis seperti yang diuraikan berikut ini:

### 1.5.1. Analisis koefisien determinasi

Pengaruh kepercayaan, manfaat, kemudahan dan keamanan secara simultan terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* ditunjukkan oleh koefisien determinasi ( $R^2$ ). Koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan proporsi atau persentase variasi total dalam variabel Y yang dapat dijelaskan oleh variabel independen X<sub>1</sub> X<sub>2</sub> X<sub>3</sub> dan X<sub>4</sub>.

## 1. Koefisien Determinasi Parsial

- a. Nilai koefisien determinasi kepercayaan ( $X_1$ ) terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* (Y) sebagai berikut :

**Tabel 4.6.** Koefisien determinasi Parsial Kepercayaan ( $X_1$ ) terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* (Y)

Control Variables			Kepercayaan	Minat nasabah menggunakan SMS Mobile Banking
Manfaat	Kepercayaan	Correlation	1,000	,439
		Significance (2-tailed)	.	,000
		df	0	97
	Minat nasabah menggunakan SMS Mobile Banking	Correlation	,439	1,000
		Significance (2-tailed)	,000	.
		df	97	0

Sumber : Pengolahan data SPSS (2019)

Berdasarkan Tabel 4.6 didapat koefisien korelasi sebesar  $r = 0,439$  ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berkorelasi cukup kuat dengan minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking*.

Berdasarkan Tabel 4.6 di atas perhitungan koefisien determinasi parsial kepercayaan ( $X_1$ ) terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* (Y) adalah :

$$\begin{aligned} KDP_1 &= (r)^2 \times 100\% \\ &= (0,439)^2 \times 100\% \\ &= 0,193 \times 100\% \end{aligned}$$

$$KDP_1 = 19,3\%$$

Hal ini menunjukkan bahwa koefisien determinasi parsial sebesar 0,193 ini dapat ditafsirkan bahwa kontribusi kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* sebesar 19,3% atau dengan kata lain 19,3% variasi variabel minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* dapat diterangkan oleh variabel kepercayaan, sedangkan sisanya 80,7% merupakan kontribusi variabel lainnya yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini.

- b. Nilai koefisien determinasi manfaat ( $X_2$ ) terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* (Y) sebagai berikut :

**Tabel 4.7.** Koefisien determinasi Parsial Manfaat ( $X_2$ ) terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* (Y)

Control Variables		Manfaat	Minat nasabah menggunakan SMS Mobile Banking
Kemudahan	Correlation	1,000	,618
	Significance (2-tailed)	.	,000
	df	0	97
	Correlation	,618	1,000
	Significance (2-tailed)	,000	.
	df	97	0

Sumber : Pengolahan data SPSS (2019)

Berdasarkan Tabel 4.7 didapat koefisien korelasi sebesar  $r = 0,618$  ini menunjukkan bahwa variabel manfaat berkorelasi kuat dengan minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking*.

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas perhitungan koefisien determinasi parsial manfaat ( $X_2$ ) terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* (Y) adalah :

$$\begin{aligned} KDP_2 &= (r)^2 \times 100\% \\ &= (0,618)^2 \times 100\% \\ &= 0,382 \times 100\% \end{aligned}$$

$$KDP_2 = 38,2\%$$

Hal ini menunjukkan bahwa koefisien determinasi parsial sebesar 0,382 ini dapat ditafsirkan bahwa kontribusi manfaat terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* sebesar 38,2% atau dengan kata lain 38,2% variasi variabel minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* dapat diterangkan oleh variabel manfaat, sedangkan sisanya 61,8% merupakan kontribusi variabel lainnya yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini.

- c. Nilai koefisien determinasi kemudahan ( $X_3$ ) terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* (Y) sebagai berikut :

**Tabel 4.8.** Koefisien determinasi Parsial Kemudahan ( $X_3$ ) terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* (Y)

Correlations			Kemudahan	Minat nasabah menggunakan SMS Mobile Banking
Control Variables				
Keamanan	Kemudahan	Correlation	1,000	,730
		Significance (2-tailed)	.	,000
		df	0	97
	Minat nasabah menggunakan SMS Mobile Banking	Correlation	,730	1,000
		Significance (2-tailed)	,000	.
		df	97	0

Sumber : Pengolahan data SPSS (2019)

Berdasarkan Tabel 4.8 didapat koefisien korelasi sebesar  $r = 0,730$  ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan berkorelasi kuat dengan minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking*.

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas perhitungan koefisien determinasi parsial kemudahan ( $X_3$ ) terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* (Y) adalah :

$$\begin{aligned} KDP_3 &= (r)^2 \times 100\% \\ &= (0,730)^2 \times 100\% \\ &= 0,533 \times 100\% \end{aligned}$$

$$KDP_3 = 53,3\%$$

Hal ini menunjukkan bahwa koefisien determinasi parsial sebesar 0,533 ini dapat ditafsirkan bahwa kontribusi kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* sebesar 53,3% atau dengan kata lain 53,3% variasi variabel minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* dapat diterangkan oleh variabel kemudahan, sedangkan sisanya 46,7% merupakan kontribusi variabel lainnya yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini.

- d. Nilai koefisien determinasi keamanan ( $X_4$ ) terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* (Y) sebagai berikut :

**Tabel 4.9** Koefisien determinasi Parsial Keamanan ( $X_4$ ) terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* (Y)

Correlations			Keamanan	Minat nasabah menggunakan SMS Mobile Banking
Control Variables				
Kepercayaan	Keamanan	Correlation	1,000	,374
		Significance (2-tailed)	.	,000
		df	0	97
	Minat nasabah menggunakan SMS Mobile Banking	Correlation	,374	1,000
		Significance (2-tailed)	,000	.
		df	97	0

Sumber : Pengolahan data SPSS (2019)

Berdasarkan Tabel 4.9 didapat koefisien korelasi sebesar  $r = 0,374$  ini menunjukkan bahwa variabel keamanan berkorelasi lemah dengan minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking*.

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas perhitungan koefisien determinasi parsial keamanan ( $X_4$ ) terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* (Y) adalah :

$$\begin{aligned} KDP_4 &= (r)^2 \times 100\% \\ &= (0,374)^2 \times 100\% \\ &= 0,140 \times 100\% \end{aligned}$$

$$KDP_4 = 14\%$$

Hal ini menunjukkan bahwa koefisien determinasi parsial sebesar 0,140 ini dapat ditafsirkan bahwa kontribusi keamanan terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* sebesar 14% atau dengan kata lain 14% variasi variabel minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* dapat diterangkan oleh variabel keamanan, sedangkan sisanya 86% merupakan kontribusi variabel lainnya yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini.

## 2. Koefisien Determinasi Simultan

Nilai koefisien determinasi simultan kepercayaan ( $X_1$ ), manfaat ( $X_2$ ), kemudahan ( $X_3$ ) dan keamanan ( $X_4$ ) terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* ( $Y$ ) sebagai berikut :

**Tabel 4.10** Koefisien Korelasi dan Determinasi Simultan kepercayaan ( $X_1$ ), manfaat ( $X_2$ ), kemudahan ( $X_3$ ) dan keamanan ( $X_4$ ) terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* ( $Y$ )

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,906 <sup>a</sup>	,822	,814	1,25358

a. Predictors: (Constant), Keamanan, Kepercayaan, Kemudahan, Manfaat  
 Sumber : Pengolahan data SPSS (2019)

Berdasarkan Tabel 4.10. Hasil data perhitungan Koefisien korelasi berganda dengan *SPSS Versi 24.0* diperoleh nilai Koefisien korelasi berganda sebesar 0,906 yang berarti kepercayaan, manfaat, kemudahan dan keamanan mempunyai hubungan sangat kuat dengan minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* pada PT Bank Maybank Indonesia Tbk KCP Samanhudi di Jakarta artinya kepercayaan, manfaat, kemudahan dan keamanan secara simultan diberikan sesuai harapan karyawan maka minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* meningkat sangat kuat. jika semakin baik kepercayaan, manfaat, kemudahan dan keamanan yang diberikan maka akan menciptakan minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking*. Secara umum hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan, manfaat, kemudahan dan keamanan merupakan faktor yang penting agar diperoleh tingkat minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* yang tinggi.

Masih dalam Tabel 4.11 adapun hasil perhitungan koefisien determinasi berganda dengan nilai Adjusted  $R^2 = 0,814$  sehingga ditafsirkan bahwa kontribusi kepercayaan, manfaat, kemudahan dan keamanan secara simultan terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* sebesar 81,4% atau dengan kata lain 81,4% variasi variabel minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* dapat diterangkan oleh variabel kepercayaan, manfaat, kemudahan dan keamanan secara simultan, sedangkan

sisanya 18,6% merupakan kontribusi variabel lainnya yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini.

#### 4.4.3. Pengujian Hipotesis

##### 1. Pengujian secara parsial

**Tabel 4.11.** Pengujian Hipotesis Parsial kepercayaan ( $X_1$ ), manfaat ( $X_2$ ), kemudahan ( $X_3$ ) dan keamanan ( $X_4$ ) terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* ( $Y$ )

Coefficients <sup>a</sup>		
Model	t	Sig.
(Constant)	-1,399	,165
1 Kepercayaan_X1	2,783	,007
Manfaat_X2	5,348	,000
Kemudahan_X3	3,437	,001
Keamanan_X4	2,465	,015

a. Dependent Variable: Minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking\_Y*

Sumber : Pengolahan data SPSS (2019)

- a. Pengaruh kepercayaan ( $X_1$ ) terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* ( $Y$ )

$H_0 : \beta_1 = 0$  secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* pada PT Bank Maybank Indonesia Tbk KCP Samanhudi di Jakarta

$H_a : \beta_1 \neq 0$  secara parsial terdapat pengaruh signifikan kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* pada PT Bank Maybank Indonesia Tbk KCP Samanhudi di Jakarta

Setelah dilakukan pengujian hipotesis terhadap penelitian tersebut di atas dan berdasarkan hasil perhitungan *SPSS Versi 24.0* (Tabel 4.11) diperoleh *Signifikansi t* variabel  $X_1$  sebesar 0,007 lebih kecil dari taraf nyata atau  $0,007 < 0,05$ . Oleh karena itu dapat ditarik simpulan  $H_0$  ditolak maka  $H_a$  diterima, secara parsial terdapat pengaruh signifikan variabel kepercayaan

terhadap variabel minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* (pada tingkat kepercayaan 95%).

- b. Pengaruh manfaat ( $X_2$ ) terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* (Y)

Ho :  $\beta_2 = 0$  secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan manfaat terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* pada PT Bank Maybank Indonesia Tbk KCP Samanhudi di Jakarta).

Ha :  $\beta_2 \neq 0$  secara parsial terdapat pengaruh signifikan manfaat terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* pada PT Bank Maybank Indonesia Tbk KCP Samanhudi di Jakarta

Setelah dilakukan pengujian hipotesis terhadap penelitian tersebut di atas dan berdasarkan hasil perhitungan *SPSS Versi 24.0* (Tabel 4.11) diperoleh *Signifikansi t* variabel  $X_2$  sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf nyata atau  $0,000 < 0,05$ . Oleh karena itu dapat ditarik simpulan Ho ditolak maka Ha diterima, secara parsial terdapat pengaruh signifikan variabel manfaat terhadap variabel minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* (pada tingkat kepercayaan 95%).

- c. Pengaruh kemudahan ( $X_3$ ) terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* (Y)

Ho :  $\beta_3 = 0$  secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* pada PT Bank Maybank Indonesia Tbk KCP Samanhudi di Jakarta

Ha :  $\beta_3 \neq 0$  secara parsial terdapat pengaruh signifikan kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* pada PT Bank Maybank Indonesia Tbk KCP Samanhudi di Jakarta



Setelah dilakukan pengujian hipotesis terhadap penelitian tersebut di atas dan berdasarkan hasil perhitungan *SPSS Versi 24.0* (Tabel 4.12) diperoleh *Signifikansi t* variabel  $X_3$  sebesar 0,001 lebih kecil dari taraf nyata atau  $0,001 < 0,05$ . Oleh karena itu dapat ditarik simpulan  $H_0$  ditolak maka  $H_a$  diterima, secara parsial terdapat pengaruh signifikan variabel kemudahan terhadap variabel minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* (pada tingkat kepercayaan 95%).

- d. Pengaruh keamanan ( $X_4$ ) terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* (Y)

$H_0 : \beta_4 = 0$  secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan keamanan terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* pada PT Bank Maybank Indonesia Tbk KCP Samanhudi di Jakarta).

$H_a : \beta_4 \neq 0$  secara parsial terdapat pengaruh signifikan keamanan terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* pada PT Bank Maybank Indonesia Tbk KCP Samanhudi di Jakarta

Setelah dilakukan pengujian hipotesis terhadap penelitian tersebut di atas dan berdasarkan hasil perhitungan *SPSS Versi 24.0* (Tabel 4.11) diperoleh *Signifikansi t* variabel  $X_4$  sebesar 0,015 lebih kecil dari taraf nyata atau  $0,015 < 0,05$ . Oleh karena itu dapat ditarik simpulan  $H_0$  ditolak maka  $H_a$  diterima, secara parsial terdapat pengaruh signifikan variabel keamanan terhadap variabel minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* (pada tingkat kepercayaan 95%).

## 2. Pengujian secara simultan

**Tabel 4.12.** Pengujian Hipotesis Simultan kepercayaan ( $X_1$ ), manfaat ( $X_2$ ), kemudahan ( $X_3$ ) dan keamanan ( $X_4$ ) terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* ( $Y$ )

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	687,621	4	171,905	109,392	,000 <sup>b</sup>
	Residual	149,289	95	1,571		
	Total	836,910	99			

a. Dependent Variable: Minat nasabah menggunakan SMS Banking

b. Predictors: (Constant), Keamanan, Kepercayaan, Kemudahan, Manfaat

Sumber : Pengolahan data SPSS (2019)

$H_0 : \beta_{1234} = 0$  secara simultan tidak terdapat pengaruh signifikan kepercayaan, manfaat, kemudahan dan keamanan terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* pada PT Bank Maybank Indonesia Tbk KCP Samanhudi di Jakarta.

$H_a : \beta_{1234} \neq 0$  secara simultan terdapat pengaruh signifikan kepercayaan, manfaat, kemudahan dan keamanan terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* pada PT Bank Maybank Indonesia Tbk KCP Samanhudi di Jakarta

Setelah melakukan pengujian hipotesis sesuai dengan langkah-langkah pengujian yang disebutkan pada bab sebelumnya dan berdasarkan hasil perhitungan *SPSS Versi 24.0* (Tabel 4.12) diperoleh *Significance F* sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf nyata atau  $0,000 < 0,05$ . Oleh karena itu dapat ditarik simpulan  $H_0$  ditolak maka  $H_a$  diterimase, secara simultan terdapat pengaruh signifikan kepercayaan, manfaat, kemudahan dan keamanan terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* yang berarti penambahan dan pengurangan kepercayaan, manfaat, kemudahan dan keamanan akan berdampak signifikan pada peningkatan dan penurunan minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* pada tingkat kepercayaan 95%.

#### 4.5. Temuan Hasil Penelitian

**Tabel 4.13.** Matrik Hasil Penelitian

Variabel	Koefisien Determinasi	Uji Hipotesis
Pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan <i>SMS Mobile Banking</i>	19,3%	$0,007 < 0,05$
Pengaruh manfaat terhadap minat nasabah menggunakan <i>SMS Mobile Banking</i>	38,2%	$0,000 < 0,05$
Pengaruh kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan <i>SMS Mobile Banking</i>	53,3%	$0,001 < 0,05$
Pengaruh keamanan terhadap minat nasabah menggunakan <i>SMS Mobile Banking</i>	14%	$0,015 < 0,05$
Pengaruh kepercayaan, manfaat, kemudahan dan keamanan secara simultan terhadap minat nasabah menggunakan <i>SMS Mobile Banking</i>	81,4%	$0,000 < 0,05$

Sumber : Hasil olahan Data (2019)

Berdasarkan Tabel 4.13 di atas dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking*

Koefisien determinasi parsial  $X_1$  (kepercayaan) dengan  $Y$  (minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking*) sebesar 0,439 yang berarti hubungan kepercayaan dengan minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* adalah sedang dengan hubungan bersifat positif atau searah, sedangkan kontribusi kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* sebesar 19,3% atau dengan kata lain 19,3% variasi variabel minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* dapat diterangkan oleh variabel kepercayaan, sedangkan sisanya 80,7% minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* disumbang oleh variabel lain. Hasil pengujian hipotesis dimana *Signifikansi t* variabel  $X_1$  sebesar 0,007 lebih kecil dari taraf nyata atau  $0,007 < 0,05$ . Oleh karena itu dapat ditarik simpulan  $H_0$  ditolak maka  $H_a$  diterima, secara parsial terdapat pengaruh signifikan variabel kepercayaan terhadap variabel minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking*. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rahayu (2016) dan

Alsamydai dkk (2014) yang menyatakan adanya pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah.

2. Pengaruh manfaat terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking*

Koefisien determinasi parsial  $X_2$  (manfaat) dengan  $Y$  (minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking*) sebesar 0,618 yang berarti hubungan manfaat dengan minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* adalah kuat dengan hubungan bersifat positif atau searah, sedangkan kontribusi manfaat terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* sebesar 38,2% atau dengan kata lain 38,2% variasi variabel minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* dapat diterangkan oleh variabel manfaat, sedangkan sisanya 61,8% minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* disumbang oleh variabel lain. Hasil pengujian hipotesis dimana *Signifikansi t* variabel  $X_2$  sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf nyata atau  $0,000 < 0,05$ . Oleh karena itu dapat ditarik simpulan  $H_0$  ditolak maka  $H_a$  diterima, secara parsial terdapat pengaruh signifikan variabel manfaat terhadap variabel minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking*. Sehingga semakin tinggi manfaat yang didapatkan maka akan meningkatkan penggunaan *mobile banking* bank. Manfaat didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan suatu teknologi akan membantu meningkatkan kinerja pekerjaannya. Manfaat merupakan suatu kepercayaan seseorang tentang proses pengambilan keputusan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan dan didapatkan oleh nasabah maka akan berpengaruh secara signifikansi terhadap penggunaan *mobile banking*. Hal ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rahayu (2016), Laksana (2015), Dewi *et al* (2017), Dewi dan Warmika (2016) dan Gunawan (2014) yang mengatakan terdapat pengaruh manfaat terhadap minat nasabah.

3. Pengaruh kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking*

Koefisien determinasi parsial  $X_3$  (kemudahan) dengan  $Y$  (minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking*) sebesar 0,730 yang berarti

hubungan kemudahan dengan minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* adalah kuat dengan hubungan bersifat positif atau searah, sedangkan kontribusi kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* sebesar 53,3% atau dengan kata lain 53,3% variasi variabel minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* dapat diterangkan oleh variabel kemudahan, sedangkan sisanya 46,7% minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* disumbang oleh variabel lain. Hasil pengujian hipotesis dimana *Signifikansi t* variabel  $X_3$  sebesar 0,001 lebih kecil dari taraf nyata atau  $0,001 < 0,05$ . Oleh karena itu dapat ditarik simpulan  $H_0$  ditolak maka  $H_a$  diterima, secara parsial terdapat pengaruh signifikan variabel kemudahan terhadap variabel minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking*. Dengan demikian hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi terhadap kemudahan mempengaruhi nasabah Bank berminat menggunakan *SMS Mobile*, dimana semakin banyaknya kemudahan yang ditawarkan melalui layanan *SMS Mobile* maka akan sangat mendorong minat nasabah Bank untuk menggunakan *SMS Mobile*. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Herlambang, Dewayanti (2018), Rahayu (2016), Laksana (2015), Dewi *et al* (2017), Dewi dan Warmika (2016), Gunawan (2014) dan Olasina dkk (2015) yang menyatakan terdapat pengaruh kemudahan terhadap minat nasabah.

#### 4. Pengaruh keamanan terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking*

Koefisien determinasi parsial  $X_4$  (keamanan) dengan  $Y$  (minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking*) sebesar 0,374 yang berarti hubungan keamanan dengan minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* adalah lemah dengan hubungan bersifat positif atau searah, sedangkan kontribusi keamanan terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* sebesar 14% atau dengan kata lain 14% variasi variabel minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* dapat diterangkan oleh variabel keamanan, sedangkan sisanya 86% minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* disumbang oleh variabel lain. Hasil pengujian hipotesis dimana *Signifikansi t* variabel  $X_4$  sebesar 0,015 lebih kecil dari taraf nyata atau  $0,015 < 0,05$ . Oleh karena itu

dapat ditarik simpulan  $H_0$  ditolak maka  $H_a$  diterima, secara parsial terdapat pengaruh signifikan variabel keamanan terhadap variabel minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking*. Dengan demikian hasil hipotesis dalam penelitian ini dimana persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *SMS Mobile* menunjukkan bahwa semakin tinggi keamanan yang diberikan pada fasilitas *SMS Mobile* maka akan mendorong minat nasabah Bank menggunakan fasilitas *SMS Mobile*. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Laksana (2015), Dewi *et al* (2017) dan Gunawan (2014) yang mengatakan adanya pengaruh keamanan terhadap minat nasabah.

5. Pengaruh kepercayaan, manfaat, kemudahan dan keamanan secara simultan terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking*

Koefisien determinasi berganda sebesar 0,906 yang artinya hubungan antara kepercayaan, manfaat, kemudahan dan keamanan secara simultan terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* pada PT Bank Maybank Indonesia Tbk KCP Samanhudi di Jakarta adalah sangat kuat dengan hubungan yang bersifat positif atau searah, sedangkan kontribusi kepercayaan, manfaat, kemudahan dan keamanan secara simultan terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* sebesar 81,4% sedangkan sisanya 18,6% merupakan pengaruh variabel lain yang tidak di analisis dalam penelitian ini. Hasil pengujian hipotesis dimana *Significance F* sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf nyata atau  $0,000 < 0,05$ . Oleh karena itu dapat ditarik simpulan  $H_0$  ditolak maka  $H_a$  diterima, secara simultan terdapat pengaruh signifikan kepercayaan, manfaat, kemudahan dan keamanan terhadap minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking* yang berarti penambahan dan pengurangan kepercayaan, manfaat, kemudahan dan keamanan akan berdampak signifikan pada peningkatan dan penurunan minat nasabah menggunakan *SMS Mobile Banking*.