

**PREDIKSI INTENSI PERILAKU TERHADAP PENGGUNAAN MOBILE BANKING
MENGUNAKAN THE UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF
TECHNOLOGY, TRUST, DAN NETWORK EXTERNALITIES (STUDI PADA
PENGGUNAAN MOBILE BANKING DI KOTA BANDUNG)**

Armelia Firana Deameta*¹

Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan
Bisnis, Universitas Telkom

armeliafiranadeameta@student.telkomuniversity.ac.id^{*1}

Abstrak: Perkembangan teknologi yang semakin pesat dan layanan keuangan di era digital berhasil mendorong hadirnya *financial technology*. Salah satu produk dari *financial technology* adalah *mobile banking*. Walaupun penggunaan *mobile banking* di Indonesia meningkat, Kota Bandung memiliki tingkat presentase kepemilikan akun paling rendah dibandingkan dengan kota-kota lainnya. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 400 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *effort expectancy*, *performance expectancy*, *social influence*, *trust*, dan *network externalities* berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* untuk menggunakan *mobile banking* sebesar 34% sisanya 66% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: Teknologi Keuangan, Mobile banking, Kepercayaan, Ektsternalitas Jaringan.

Abstract: The increasingly rapid development of technology and financial services in digital era have succeeded in encouraging financial technology. One product of financial technology is mobile banking. Although the use of mobile banking in Indonesia has increased, Bandung City has the lowest percentage level of account ownership compared to other cities. The research method used in this study is a quantitative method. Data collection is done by distributing questionnaires to 400 respondents. Data analysis techniques used descriptive analysis, classical assumption test, and multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that the variable effort expectancy, performance expectancy, social influence, trust, and network externalities have a significant positive effect on behavioral intention to use mobile banking mounted 34%, while the rest 66% is influenced by other factors.

Key words : Financial Technology, Mobile Banking, UTAUT, Trust, Network Externalities.

PENDAHULUAN

Latar belakang

Perkembangan teknologi yang semakin pesat di era digital saat ini mampu mengubah berbagai aspek, salah satunya aspek layanan keuangan berbasis digital. Perkembangan teknologi dan layanan keuangan bersama-sama menghasilkan suatu teknologi yang disebut dengan *financial technology* Bank Indonesia. (2018). Indonesia merupakan negara berkembang yang memiliki

potensi besar dalam perkembangan *financial technology*. Perkembangan *financial technology* di Indonesia sangat didukung oleh pemerintah dan lembaga perbankan.

Dengan kehadiran *financial technology* dalam lembaga perbankan, maka efektivitas waktu dapat dipercepat dalam sistem transaksi perbankan antar nasabah, Christmastianto (2017) . Pernyataan tersebut juga didukung oleh hasil survei yang dipublikasikan oleh

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2017) yang mengungkapkan bahwa pengguna internet di Indonesia semakin meningkat dari tahun ke tahun. Hal tersebut berhasil memicu tumbuhnya bisnis menggunakan teknologi jaringan telekomunikasi nirkabel untuk menjalankannya yang dikenal sebagai *mobile commerce*, Yang (2005) .

Dengan berkembangnya bisnis *mobile commerce* dan tingginya perilaku pengguna melakukan pembelian dengan menggunakan perangkat *mobile* di Indonesia, semakin menguatkan peran *mobile banking* sebagai salah satu produk

financial technology yang dihasilkan oleh industri perbankan serta salah satu alternatif untuk melakukan pembayaran pada bisnis *mobile commerce* Yang, S., Lu, Y., Gupta, S., Cao, Y., & Zhang, R. (2012).

Layanan yang terdapat pada *mobile banking* meliputi pembayaran, *transfer*, *history*, dan lain sebagainya. Penggunaan layanan *mobile banking* pada telepon seluler memungkinkan para nasabah lebih mudah untuk menjalankan aktivitas perbankannya tanpa batas ruang dan waktu Cruz (2010).

Tabel 1 Presentase Kepemilikan Akun

Kota	Memiliki Akun <i>Mobile Banking</i>	
	Ya	Tidak
Jakarta	39,2%	60,8%
Bandung	33,0%	67,0%
Semarang	56,8%	43,2%
Surabaya	33,5%	66,5%
Medan	51,5%	48,5%

Sumber: Marsindonesia, 2013

MARS (*Marketing Research*) Indonesia melakukan survei pada tahun 2013 mengenai kepemilikan akun *mobile banking*, Kota Semarang memiliki tingkat presentase kepemilikan akun tertinggi sebesar 56,8% dan tingkat presentase kepemilikan akun *mobile banking* terendah adalah Kota Bandung dengan tingkat presentase kepemilikan akun sebesar 33,0%.

Venkatesh, Thong, & Su (2003) menyatakan bahwa *the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) merupakan model yang dapat digunakan untuk memprediksi tingkat penerimaan dan penggunaan terhadap suatu teknologi. Berdasarkan fenomena tersebut, penulis akan meneliti apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi intensi

perilaku pada penggunaan layanan *mobile banking* di Kota Bandung. Faktor-faktor yang mempengaruhi *behavioral intention* pada penggunaan *mobile banking* di penelitian ini didasarkan pada identifikasi faktor-faktor model *the Unified Theory Of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) dengan penambahan variabel *Trust* dan *Network Externalities*.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *behavioral intention* untuk menggunakan *mobile banking* di Kota Bandung. Model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan *The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*

dengan penambahan variabel trust dan network externalities

Financial Technology

Financial technology atau yang biasa disebut dengan "*Fintech*" adalah teknologi yang digunakan untuk membuat layanan keuangan menjadi lebih efisien, *financial technology* muncul untuk menyediakan layanan keuangan baru dengan biaya yang lebih rendah me, lalu suatu *platform* dan aplikasi seluler Yang (2005). *Financial technology* menawarkan layanan yang bisa dipercaya, transparan, dengan teknologi yang canggih, melalui inovasi seperti peminjaman *peer-to-peer* dan *crowdfunding financial technology* memberi para pengguna untuk mengakses dengan mudah dalam hal peminjaman dan memperluas peluang untuk melakukan investasi Wewege (2016).

Mobile Banking

Mobile banking merupakan layanan yang dioperasikan dengan menggunakan perangkat *mobile* atau ponsel untuk melakukan suatu kegiatan transaksi keuangan Anderson (2016). *Mobile banking* memungkinkan para pelanggannya untuk mengakses rekening bank mereka melalui perangkat *mobile* untuk memeriksa saldo mereka atau untuk melakukan sebuah transaksi keuangan Lin (2011). Dengan layanan *mobile banking*, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual atau kegiatan yang sebelumnya dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, kini dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi gerai bank, hanya dengan menggunakan *smartphone* nasabah dapat menghemat waktu dan biaya Wulandari, & Moeliono. (2017).

The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology

Kehadiran teknologi informasi telah banyak merubah berbagai aspek

termasuk aspek layanan keuangan, agar kinerja teknologi layanan keuangan tersebut dapat meningkat teknologi tersebut harus dapat diadopsi dan diterima terlebih dahulu oleh para penggunanya, salah satu model yang dapat digunakan untuk memprediksi adopsi dan penerimaan teknologi adalah *the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* Qasim & Shanab (2015). UTAUT mengintegrasikan delapan teori dan model dibidang penerimaan teknologi yang terdiri dari *the Theory of Reasoned Action* (TRA), *the Theory of Planned Behaviour* (TPB), *the Technological Acceptance* (TAM), *the Motivation Model* (MM), *the Combined TAM-TPB* (C-TAM-TPB), *the Model of Computer Utiliation* (MPCU), *Innovation Diffusion Theory* (IDT), *Social Cognitive Theory* (SCT).

Dari kedelapan model teori penerimaan tersebut dievaluasi dan ditemukan tujuh konstruk yang memengaruhi *behavioral intention* atau *use behavior* yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *attitude toward using technology*, *self efficacy*, dari keenam determinan tersebut kemudian dilakukan pengujian lebih lanjut dan didapatkan hasil bahwa terdapat empat konstruk utama yang mempengaruhi *behavioral intention* dan *use behavior* yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*.

Menurut Jogiyanto (2007) *performance expectancy* didefinisikan sebagai seberapa tinggi seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem akan membantu dia untuk mendapatkan keuntungan-keuntungan kinerja di pekerjaannya.

Effort expectancy didefinisikan sebagai tingkat kemudahan yang dihubungkan dengan penggunaan suatu sistem, apabila sistem mudah digunakan maka usaha yang dilakukan tidak akan

terlalu tinggi dan sebaliknya jika suatu sistem sulit digunakan maka diperlukan usaha yang tinggi untuk menggunakannya.

Social influence adalah tekanan yang diberikan oleh lingkungan sosial seorang individu, untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang bersangkutan.

Facilitating condition merupakan infrastruktur yang mendukung penggunaan teknologi.

Trust

Kepercayaan (*trust*) adalah alat yang paling efektif untuk mengurangi ketidakpastian atau meminimalisir sebuah risiko dan menghasilkan rasa aman, dengan adanya rasa aman dalam melakukan suatu hal, maka akan sangat mudah untuk pengguna berpikir bahwa dengan menggunakan teknologi akan menguntungkan bagi dirinya.

Network Externalities

Network externalities akan terjadi ketika nilai yang dirasakan dari layanan atau produk meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah pengguna dari produk atau layanan tersebut, apabila terjadi peningkatan dari penggunaan *mobile banking*, maka kualitas dari layanan *mobile banking* juga akan ikut meningkat.

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori dan penelitian sebelumnya, model *the Unified Theory Of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) merupakan model yang dapat digunakan untuk mempelajari faktor-faktor yang mempengaruhi *behavioral intention* seseorang dalam menggunakan dan mengadopsi suatu teknologi. Model *the Unified Theory Of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) memiliki variabel independen *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition* dan

variabel dependen yaitu *behavioral intentions*.

Performance expectancy terbukti dapat mempengaruhi *behavioral intention* dari kegunaan yang dirasakan, keuntungan relatif dan ekspektasi hasil yang dirasakan oleh masing-masing individu.

Effort expectancy secara langsung mempengaruhi intensi perilaku jika seorang individu berpikir bahwa dalam menggunakan teknologi tertentu harus memerlukan usaha yang besar untuk menggunakannya, maka persepsi yang akan terbentuk mengenai teknologi tersebut akan menurun seiring dengan pemikiran tersebut.

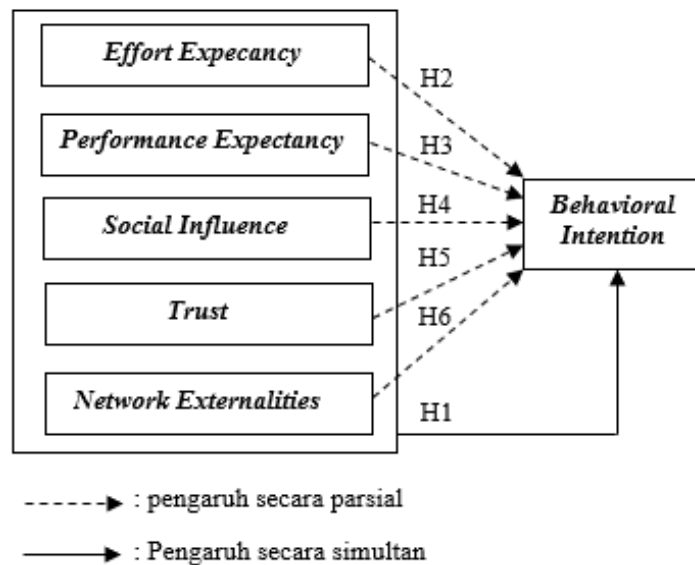
Social influence mempengaruhi *behavioral intention* dari seorang individu mengenai teknologi baru, karena *social influence* merupakan sejauh mana seorang individu merasa bahwa orang lain yang dianggap penting bagi mereka percaya bahwa mereka harus menggunakan suatu teknologi tertentu

Di sisi lain, *facilitating condition* yang merupakan salah satu konstruk asli dari *the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) tidak memiliki pengaruh signifikan pada penerimaan *mobile banking* [9]. Sesuai dengan model asli konstruk, *facilitating condition* mempengaruhi penggunaan aktual secara langsung oleh karena itu konstruk *facilitating condition* harus dihilangkan dari model penelitian ini, karena penelitian berfokus pada *behavioral intention* dari pada *use behavior*.

Faktor *trust* merupakan faktor yang sangat penting karena pada umumnya seseorang akan melakukan transaksi keuangan didasarkan pada faktor kepercayaan dalam menjalankannya, dimana seorang individu mampu untuk percaya terhadap teknologi dan penyedia layanan dari layanan keuangan tersebut. *Network externalities* berdampak pada penerimaan *mobile banking* oleh para

penggunanya. Layanan *mobile banking* pada umumnya tergantung pada *network externalities* yang ada, dimana layanan dari *mobile banking* pada umumnya meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah pengguna dari *mobile banking* tersebut. Berdasarkan hal tersebut, penelitian kali ini menggunakan variabel independen yang terdiri dari *effort*

expectancy, *performance expectancy*, *social influence*, *trust*, dan *network externalities* dengan variabel dependen yaitu *behavioral intentions* untuk memprediksi tingkat penerimaan dan penggunaan terhadap penggunaan *mobile banking* sebagai salah satu produk dari *financial technology*.



Gambar 1 Kerangka Pemikiran
Sumber: Qasim & Shannab, 2015

Sumber: Qasim & Shannab, 2015

Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan pernyataan sementara yang diperkirakan akan didukung oleh data empiris dalam penelitian dimana hipotesis tersebut diperoleh dari teori yang menjadi dasar pembentukan model konseptual penelitian [11]. Hipotesis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

H1 : *Effort expectancy* (EE), *performance expectancy* (PE), *social influence* (SI), *trust*, *network externalities* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* (BI) pada

penggunaan *mobile banking* di Kota Bandung.

H2 : *Effort expectancy* (EE) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* (BI) pada penggunaan *mobile banking* di Kota Bandung.

H3 : *Performance expectancy* (PE) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* (BI) pada penggunaan *mobile banking* di Kota Bandung.

H4 : *Social influence* (SI) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* (BI) pada

penggunaan *mobile banking* di Kota Bandung.

H5 : *Trust* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* (BI) pada penggunaan *mobile banking* di Kota Bandung.

H6 : Jumlah pengguna dari *mobile banking* (*network externalities*) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* (BI) pada penggunaan *mobile banking* di Kota Bandung.

METODE PENELITIAN

Variabel Operasional

Variabel merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari variabel independen dan dependen.

Variabel independen yang digunakan pada penelitian ini ialah *effort expectancy*, *performance expectancy*, *social influence*, *trust*, dan *network externalities* dan variabel dependen yang digunakan adalah *behavioral intention*.

Pengumpulan data dan sumber data

Data yang dikumpulkan dan digunakan dalam penelitian ini didapat dari dua sumber data, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data [19]. Pada penelitian kali ini, data primer digunakan dengan teknik pengumpulan data kuesioner (angket). Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Data sekunder merupakan suatu informasi yang dikumpulkan dari berbagai sumber yang sudah ada. Pada penelitian

ini, data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan dimana studi kepustakaan merupakan metode pengumpulan data yang diperoleh dari buku, jurnal, literatur atau penelitian yang telah dilakukan oleh orang lain yang berhubungan dengan materi penelitian dan digunakan sebagai teori dasar dalam penelitian ini.

Populasi

Populasi adalah keseluruhan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian kali ini, populasi yang digunakan adalah seluruh pengguna dari *mobile banking* di Kota Bandung.

Sampel

Dalam penelitian kuantitatif, sampel adalah sebagian dari populasi yang telah ditentukan. Pada penelitian kali ini, teknik sampling yang digunakan oleh peneliti adalah *non probability sampling* dengan tipe *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel sumber daya dengan pertimbangan tertentu. Pada penelitian kali ini, peneliti memilih *purposive sampling* berdasarkan karakteristik sebagai berikut:

- a. Responden yang menggunakan *mobile banking*
- b. Responden yang berada di wilayah Kota Bandung

Dikarenakan populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti jumlahnya, maka untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti oleh peneliti menggunakan persamaan *Cochran* dengan hasil yang didapatkan adalah sebesar 385 sampel yang dibulatkan menjadi 400 sampel.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel independen dengan satu variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Pada penelitian ini, responden yang digunakan pada penelitian ini adalah masyarakat pengguna *mobile banking* di Kota Bandung, pada penelitian kali ini, teknik sampling yang digunakan oleh peneliti adalah *non probability sampling* dengan tipe *purposive sampling* serta menggunakan skala likert 1-5 dengan 20 butir item pertanyaan. Karakteristik responden terbagi menjadi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, serta *mobile banking* yang

digunakan. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner terhadap 400 responden, mayoritas responden berjenis kelamin wanita sebanyak 206 responden (51%), mayoritas berusia 20-24 tahun sebanyak 282 responden (70%), mayoritas pendidikan terakhir S1 sebanyak 259 responden (65%), mayoritas pekerjaan adalah pelajar/mahasiswa sebanyak 303 responden (76%), mayoritas *mobile banking* yang digunakan adalah m-bca sebanyak 152 responden (38%).

Analisis Deskriptif

Analisa deskriptif pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui presentase persepsi responden mengenai pengaruh *effort expectancy*, *performance expectancy*, *social influence*, *trust*, dan *network externalities* terhadap *behavioral intention* pada penggunaan *mobile banking* di Kota Bandung.

Tabel 2 Rekapitulasi Tanggapan Responden

Variabel	Skor Total	Persentase	Kategori
EE	7083	88,53%	Sangat Baik
PE	7113	88,90%	Sangat Baik
SI	4680	78%	Baik
TR	6552	83,15%	Baik
NE	5168	86,13%	Sangat Baik
BI	3489	87,25%	Sangat Baik

Sumber: Data yang telah diolah oleh penulis, 2018

Berdasarkan tanggapan responden yang kemudian dianalisis menggunakan analisa deskriptif pada Tabel 2 dengan masing-masing skor ideal sebesar 8000, variabel *effort expectancy* berada dalam kategori

sangat baik dengan perolehan persentase sebesar 88,53%, variabel *performance expectancy* berada dalam kategori sangat baik dengan perolehan persentase sebesar 88,9%, variabel *social influence* berada dalam kategori

baik dengan perolehan persentase sebesar 78%, variabel *trust* berada dalam kategori baik dengan perolehan persentase sebesar 83,15%, variabel *network externalities* berada dalam kategori sangat baik dengan perolehan persentase sebesar 86,13%, serta variabel *behavioral intention* berada dalam kategori sangat baik dengan persentase sebesar 86,9%.

Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah data yang diuji memiliki distribusi yang normal atau tidak. Hasil dari penelitian ini menunjukkan hasil uji normalitas menggunakan Kolmogrov-Smirnov dengan nilai Asym.sig sebesar 0,159. Dapat disimpulkan bahwa data memiliki distribusi yang normal karena nilai Asym sig (0,159) > nilai signifikansi (0,05).

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk melihat apakah data yang diuji memiliki korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel independen apabila terjadi hal tersebut akan menyebabkan nilai koefisien regresi berfluktuasi tinggi sehingga mengurangi keyakinan akan hasil pengujian. Hasil dari penelitian ini menunjukkan nilai *tolerance* pada seluruh variabel independen lebih besar dari 0,20 dan nilai VIF seluruh variabel independen kurang dari empat. Dapat disimpulkan

pada penelitian ini bahwa tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat apakah terjadi ketidak samaan variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji Glesjer dengan ketentuan bahwa semua variabel terbebas dari heteroskedastisitas jika memiliki nilai sig lebih dari nilai alpha (0,05). Hasil dari penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi seluruh variabel independen memiliki nilai lebih besar dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa variabel *effort expectancy*, variabel *performance expectancy*, variabel *social influence*, variabel *trust*, dan variabel *network externalities* terbebas dari heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Sehingga dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh *effort expectancy*, *performance expectancy*, *social influence*, *trust*, *network externalities* sebagai variabel independen terhadap *behavioral intention* sebagai variabel dependen.

]

Tabel 3 Koefisien Regresi

Model	B
(Constant)	411,287
Effort Expectancy	0,114
Performance Expectancy	0,154
Social Influence	0,079
Trust	0,066
Network Externalities	0,124

Sumber: data yang telah diolah oleh penulis, 2018

Tabel 3 menunjukkan hasil dari koefisien regresi yang menjelaskan bahwa nilai konstanta sebesar 411,287 menunjukkan bahwa ketika X atau nilai dari variabel independen dalam penelitian ini adalah *effort expectancy*, *performance expectancy*, *social influence*, *trust*, *network externalities* bernilai nol, maka nilai Y atau *behavioral intention* bernilai 411,287. Nilai koefisien regresi *effort expectancy* sebesar 0,144 memiliki arti bahwa setiap adanya peningkatan dari *effort expectancy*, maka *behavioral intention* akan meningkat sebesar 0,144. Nilai koefisien regresi *performance expectancy* sebesar 0,154 memiliki arti bahwa setiap adanya peningkatan dari *performance expectancy*, maka *behavioral intention* akan meningkat sebesar 0,154. Nilai koefisien regresi *social influence* sebesar 0,079 memiliki arti bahwa setiap adanya peningkatan dari *social influence*, maka *behavioral*

intention akan meningkat sebesar 0,079. Nilai koefisien regresi *trust* sebesar 0,066 memiliki arti bahwa setiap adanya peningkatan dari *trust*, maka *behavioral intention* akan meningkat sebesar 0,066. Nilai koefisien *network externalities* sebesar 0,124 memiliki arti bahwa setiap adanya peningkatan dari *network externalities*, maka *behavioral intention* akan meningkat sebesar 0,124.

Pengujian Hipotesis

Uji F

Pengujian hipotesis secara simultan (Uji F) dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh (X1) *effort expectancy*, (X2) *performance expectancy*, (X3) *social influence*, (X4) *trust*, dan (X5) *network externalities* secara bersama-sama terhadap (Y) *behavioral intention*. Berikut merupakan hasil pengujian secara simultan (Uji F):

Tabel 4 Hasil Uji F

	F Hitung	Sig
F	40,630	0,000

Sumber: data yang telah diolah oleh penulis, 2018

Tabel 4 menunjukkan nilai F hitung sebesar 40,630 dan nilai sig sebesar 0,000. Dengan nilai F hitung (40,630) > F tabel (2,21) dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 maka Ho ditolak, yang artinya bahwa *effort expectancy* (EE), *performance expectancy* (PE), *social influence* (SI), *trust*, dan *network externalities* memiliki pengaruh positif signifikan secara simultan terhadap

behavioral intention (BI) untuk menggunakan *mobile banking*.

Uji t

Pengujian hipotesis secara parsial (Uji t) dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *effort expectancy* (X1), *performance expectancy* (X2), *social influence* (X3), *trust* (X4), dan *network externalities* (X5) secara bersama-sama terhadap *behavioral intention* (Y).

Tabel 5 Hasil Uji t

Model	t Hitung	Sig
Effort Expectancy	4,121	0,000
Performance Expectancy	4,842	0,000
Social Influence	2,452	0,015
Trust	2,085	0,038
Network Externalities	3,416	0,001

Sumber: data yang diolah oleh penulis, 2018

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada Tabel 7 menunjukkan bahwa seluruh hipotesis diterima dengan penjelasan sebagai berikut:

Effort expectancy (EE) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap behavioral intention (BI) untuk menggunakan mobile banking.

Nilai t hitung dari variabel *effort expectancy* terhadap *behavioral intention* sebesar 4,121 dan nilai sig sebesar 0,000. Dengan nilai t hitung (4,121) > t tabel (1,649) dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 maka Ho ditolak, artinya secara parsial *Effort expectancy* (EE) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* (BI) untuk menggunakan *mobile banking*.

Performance expectancy (PE) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap behavioral intention (BI) untuk menggunakan mobile banking.

Nilai t hitung dari variabel *social influence* terhadap *behavioral intention* sebesar 2,452 dan nilai sig sebesar 0,000. Dengan nilai t hitung (2,452) > t tabel (1,649) dan nilai signifikansi 0,015 < 0,05 maka Ho ditolak, artinya secara parsial *Social influence* (SI) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* (BI) untuk menggunakan *mobile banking*.

Social influence (SI) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap behavioral

intention (BI) untuk menggunakan mobile banking.

Nilai t hitung dari *social influence* terhadap *behavioral intention* sebesar 2,452 dan nilai sig sebesar 0,000. Dengan nilai t hitung (2,452) > t tabel (1,649) dan nilai signifikansi 0,015 < 0,05 maka Ho ditolak, artinya secara parsial *Social influence* (SI) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* (BI) untuk menggunakan *mobile banking*.

Trust memiliki pengaruh positif signifikan terhadap behavioral intention (BI) untuk menggunakan mobile banking.

Nilai t hitung dari variabel *trust* terhadap *behavioral intention* sebesar 2,085 dan nilai sig sebesar 0,000. Dengan nilai t hitung (2,085) > t tabel (1,649) dan nilai signifikansi 0,038 < 0,05 maka Ho ditolak, artinya secara parsial *Trust* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* (BI) untuk menggunakan *mobile banking*.

Jumlah pengguna dari mobile banking (network externalities) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap behavioral intention (BI) untuk menggunakan mobile banking.

Nilai t hitung dari variabel *network externalities* terhadap *behavioral intention* sebesar 3,416 dan nilai sig sebesar 0,000. Dengan nilai t hitung (3,416) > t tabel

(1,649) dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak, artinya secara parsial jumlah pengguna dari *mobile banking* (*network externalities*) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* (BI) untuk menggunakan *mobile banking*.

Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi yang diperoleh pada penelitian ini adalah sebesar 0,340 atau jika dalam bentuk persentase adalah sebesar 34,0%. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebesar 34,0% *behavioral intention* dalam menggunakan *mobile banking* dapat dijelaskan dengan menggunakan variabel *effort expectancy*, *performance expectancy*, *social influence*, *trust* dan *network externalities*, sedangkan sebesar 66% dijelaskan oleh faktor lain diluar dari penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang didapatkan ialah:

1. *Effort expectancy*, *performance expectancy*, *social influence*, *trust*, dan *network externalities* memiliki pengaruh positif signifikan secara simultan terhadap *behavioral intention* pada penggunaan *mobile banking* di Kota Bandung.
2. *Effort expectancy* memiliki pengaruh positif signifikan secara parsial terhadap *behavioral intention* pada penggunaan *mobile banking* di Kota Bandung.
3. *Performance expectancy* memiliki pengaruh positif signifikan secara parsial terhadap *behavioral intention* pada penggunaan *mobile banking* di Kota Bandung.
4. *Social influence* memiliki pengaruh positif signifikan secara parsial

terhadap *behavioral intention* pada penggunaan *mobile banking* di Kota Bandung.

5. *Trust* memiliki pengaruh positif signifikan secara parsial terhadap *behavioral intention* pada penggunaan *mobile banking* di Kota Bandung.
6. *Network externalities* memiliki pengaruh positif signifikan secara parsial terhadap *behavioral intention* pada penggunaan *mobile banking* di Kota Bandung.

Saran

Saran atau rekomendasi yang dapat diberikan kepada pihak bank selaku penyedia *mobile banking* adalah meningkatkan *trust* terhadap *behavioral intention* seseorang untuk menggunakan *mobile banking* dengan memberikan informasi kepada para konsumennya terkait detail mengenai fasilitas dari *mobile banking*, nomor kontak yang bisa digunakan oleh konsumen untuk menyampaikan keluhan atau *feedback* terkait *mobile banking*, dan informasi terkait layanan terbaru dari *mobile banking* sehingga para konsumen dapat percaya bahwa *mobile banking* merupakan layanan yang aman, akurat, dan terpercaya. Saran untuk peneliti selanjutnya adalah berdasarkan hasil penelitian ini *effort expectancy*, *performance expectancy*, *social influence*, *trust*, dan *network externalities* berpengaruh sebesar 34% terhadap *behavioral intention* pada penggunaan *mobile banking* di Kota Bandung, sisanya sebesar 66% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian. Sehingga penulis dapat memberikan saran bagi peneliti selanjutnya untuk dapat mempertimbangkan dan menambahkan variabel independen lain seperti *hedonic motivation*, *price value* yang dapat berpengaruh terhadap *behavioral intention*.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, F. (2016). The Fintech Book: The Financial Technology Handbook for Investors, Entrepreneurs and Visionaries. *Journal of Indonesian Economy and Business*.
- Anderson, J. (2016). M-Banking in developing markets: competitive and regulatory implications. *Vol 12 no.1 pp. 1825,2010*.
- APJII. (2017). *kominfo*. Retrieved from Laporan Survei APJII: https://web.kominfo.go.id/sites/default/files/Laporan%20Survei%20APJII_2017_v1.3.pdf
- Attuquayefio, S., & Addo, H. (2014). Review of Studies with UTAUT as Conceptual Framework. *European Scientific Journal*.
- Bank Indonesia. (2018). Retrieved from Edukasi Perlindungan konsumen edukasi produk dan jasa fintech: <https://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/edukasi/produk-dan-jasa-sp/fintech/Pages/default.aspx>
- Carter, L., Schaupp, L. C., & Evans, A. (2008). Antecedents to e-File Adoption: The U.S. Perspective. *Proceedings of the 41st Hawaii International Conference on System Sciences*, 2-7.
- Christianto, I. A. (2017). Analisis SWOT Implementasi Teknologi Finansial Terhadap Kualitas Layanan Perbankan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 133 - 144.
- Cruz, P. (2010). Mobile banking rollout in emerging markets: evidence from Brazil. *The International Journal of Bank Marketing*, 342-271.
- Dass, R., & Pal, S. (2011). A Meta Analysis on Adaption Mobile Financial Services. *Indian Institute Of Management Ahmebad*.
- Dewayanti, A., Kusyanti, A., & Herlambang, A. D. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking dengan menggunakan UTAUT. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 2798-2805.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bandung: Refika Aditama.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: C.V Andi Offset
- Lewis, N. K., Palmer, A., & Moll, A. (2010). Predicting young consumers' take up of mobile banking services. *International Journal of Bank Marketing*, 410-432.
- Lin, H. F. (2011). An empirical investigation of mobile banking adoption: The effect of innovation attributes and knowledge-based trust. *International journal of information management*, 253-259.
- Marsindonesia. (2013). Retrieved from Awareness Penetrasi Mobile Banking Melonjak Tinggi: <https://www.marsindonesia.com/newsletter/awareness-penetrasi-mobile-banking-melonjak-tinggi>
- Pearson, J. M., & Shanab, E. A. (2007). Internet Banking in Jordan: the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) perspective. *System and Information Technology*.
- Qasim, H., & Shanab, E. A. (2015). Drivers of mobile payment acceptance: The impact of network externalities. *Inf Syst Front*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2009). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian*. Bandung: ALFABETA.
- Taylor, S., & Todd, P. A. (1995). Understanding Information

- Technology Usage: A Test of Computing Models. *Institute for Operation Research and the Management Sciences*.
- Vankatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2003). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*.
- Wang, S., Zeng, S., Xu, L., Li, D., & Meng, H. (2008). A literature review of electronic marketplace research: Themes, theories and an integrative framework. *Information Systems Frontiers*, 555-571.
- Wewege, L. (2016). *The Digital Banking Revolution*. New York: CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Wulandari, N. P., & Moeliono, N. K. (2017). Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Layanan Mobile Banking di Bandung. *Bisnis dan Iptek*, 139-149.
- Yang, K. (2005). Exploring factors affecting the adoption of mobile commerce in Singapore. *Telematics and Informatics*.
- Yang, S., Lu, Y., Gupta, S., Cao, Y., & Zhang, R. (2012). Mobile payment services adoption across time: An empirical study of the effects of behavioral beliefs, social influences, and personal traits. *Computers in Human Behavior*, 129-142.
- Yu, C.-S., & Tao, Y. H. (2013). Enterprise e-marketplace adoption: from the perspectives of technology acceptance model, network externalities, and transition costs. *Journal of International Management*.
- Zhou, T. (2011). The effect of initial trust on user adoption of mobile payment. *Information Development*.