

**ANTESENDEN MINAT MENGGUNAKAN BRI MOBILE (BRIMO) PADA NASABAH BRI  
KANTOR CABANG SESETAN, DENPASAR**

**Putu Ayu Titha Paramita Pika<sup>1)</sup>, Kadek Darmaastawan<sup>2)</sup>, Ayu Indira Dewiningrat<sup>3)</sup>,  
Jonathan Jacob Paul Latupeirissa<sup>4)</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Nasional

E-mail: [paramitatitha@undiknas.ac.id](mailto:paramitatitha@undiknas.ac.id)

<sup>2</sup>Fakultas Teknik dan Informatika, Universitas Pendidikan Nasional

E-mail: [darmaastawan@undiknas.ac.id](mailto:darmaastawan@undiknas.ac.id)

<sup>3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Nasional

E-mail: [dewiningrat@undiknas.ac.id](mailto:dewiningrat@undiknas.ac.id)

<sup>4</sup>Fakultas Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas Pendidikan Nasional

E-mail: [jonathanlatupeirissa@undiknas.ac.id](mailto:jonathanlatupeirissa@undiknas.ac.id)

**Abstrak**

*Tujuan dari penelitian ini adalah memperoleh bukti empiris pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi keamanan dengan mediasi kualitas pelayanan terhadap minat menggunakan BRI Mobile (BRIMO) pada nasabah Bank BRI Cabang Sesetan, Denpasar. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif dengan responden yang dijadikan sampel terdiri dari 155 responden yang diambil secara accidental sampling. Data diperoleh melalui kuisisioner yang disebarakan untuk mengukur atau memperoleh pendapat atau tanggapan dari nasabah terhadap minat menggunakan BRIMO. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Structural Equation Modelling (SEM) melalui pendekatan Part lease square (PLS) dengan program SmartPLS 3.2. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Pelayanan dan juga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menggunakan Aplikasi BRIMO melalui mediasi Kualitas Pelayanan. Terdapat pengaruh yang paling kuat yaitu persepsi manfaat dengan nilai koefisien jalur 0,486 dan terlemah adalah variabel persepsi keamanan dengan koefisien jalur 0,109. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan memperluas obyek penelitian dalam skala kota atau kabupaten serta menambahkan variabel baru yang belum pernah di hubungkan sebelumnya.*

**Kata Kunci :** TAM; Model Penerimaan Teknologi, Mobile Banking, BRIMO, Kualitas Pelayanan

**Abstract**

*This study aimed to obtain empirical evidence of the effect of perceived usefulness, ease of use, and perceived security by mediating service quality on intention to use BRI Mobile (BRIMO) on the customer of BRI Bank, Sesetan Branch, Denpasar, Bali Province. This research is descriptive quantitative research with respondents used as samples of 155 respondents taken by accidental sampling. Data was collected by distributing questionnaires to obtain customer responses to using the BRIMO mobile application. Analysis of the data in this study using Structural Equation Modeling (SEM) through the Part lease square (PLS) approach with the SmartPLS 3.2 program. The results showed that usefulness, perceived ease of use, and perceived security had a positive and significant impact on service quality and had a positive and significant impact on intention to use the BRIMO application through service quality mediation. The most substantial influence is the perception of benefits with a path coefficient of 0.486, and the weakest is a security perception variable with a path coefficient of 0.109. For further research, it is recommended to conduct research on a city or district scale and add new variables that have not been previously linked.*

**Keywords:** TAM; technology acceptance model; mobile banking; BRIMO; Service Quality.

**JEL Classification :** G40

## 1. PENDAHULUAN

Sistem pembayaran memiliki peran penting dalam aktivitas transaksi di era modern. Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi menuntut keamanan dan sistem pembayaran yang efektif, sehingga mengurangi risiko yang timbul dari kurangnya pemahaman atas penggunaan teknologi dan perkembangan informasi (Saraswati & Mukhlis, 2018). Dengan perkembangan teknologi dan informasi, sistem pembayaran yang digunakan untuk alat tukar dalam aktivitas ekonomi juga akan berkembang dari waktu ke waktu. Bank juga menciptakan uang non tunai sebagai inovasi teknologi modern untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi ekonomi. Uang non tunai adalah alat pembayaran yang menggunakan media atau instrumen tanpa uang tunai, seperti kartu ATM, cek, kartu kredit, dan e-money.

Menurut (Lintangsari et al., 2018) Dengan dukungan perkembangan teknologi serta pergeseran paradigma gaya hidup masyarakat memicu peningkatan perkembangan transaksi non tunai dari tahun ke tahun. Dengan demikian, maka perkembangan inovasi sistem pembayaran non tunai pun semakin berkembang di Indonesia. Disamping itu faktor penting yang paling di minati oleh masyarakat adalah praktisnya dari inovasi sistem tersebut. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, dorongan untuk terus melakukan inovasi salah satunya dari sektor perbankan untuk terus berinovasi produknya salah satunya aplikasi *Mobile Banking (M-Banking)*. *Mobile Banking* adalah salah satu solusi alternatif dari produk non tunai yang bisa mempercepat dan mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi. Walaupun sangat efisien dan bermanfaat, aplikasi *mobile banking* juga memiliki beberapa faktor kelemahan diantaranya ketergantungan pada koneksi internet, dan tindak kejahatan dalam dunia internet seperti pembobolan bank atau penyalahgunaan informasi secara online menjadikan penerimaan teknologi *mobile banking* ini belum menyeluruh diterima oleh semua lapisan masyarakat (Gultom & Safitry, 2021).

Menurut (F. D. Davis et al., 1989) bahwa penerimaan atau penolakan teknologi serta perilaku penggunaannya dapat dijelaskan dalam *Technology Acceptance Model* atau yang lebih dikenal dengan TAM. Perilaku tersebut menjelaskan mengenai penyebab mengapa seorang individu mau menggunakan teknologi informasi. Beberapa sebab tersebut adalah bagaimana persepsi pengguna tentang manfaat atau kegunaan yang diterima dari teknologi tersebut yang disebut persepsi manfaat (*perceived usefulness*), selanjutnya bagaimana persepsi individu mengenai

kemudahan dalam memakai teknologi tersebut yang disebut persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), serta bagaimanakan individu memiliki kertertarikan dalam menggunakan teknologi tersebut yang disebut minat menggunakan (*behavioral intention to use*). Untuk mengukur atau meneliti tentang penerimaan teknologi Informasi, maka dapat menggunakan TAM (*Technology Acceptance Model*). TAM berorientasi pada bagaimana sikap individu pengguna teknologi berdasarkan faktor penyebab diatas, diantaranya manfaat penggunaan teknologi informasi (*perceived usefulness*) dengan pertimbangan dari kemudahan dalam menggunakan teknologi informasi tersebut (*perceived ease of use*) (Latupeirissa et al., 2020). *Technology Acceptance Model (TAM)* adalah model yang direkomendasikan beberapa peneliti yang mengidentifikasi kesiapan suatu populasi dalam menerapkan teknologi informasi, baik itu berbasis aplikasi maupun program computer dalam menunjang pekerjaannya. Model ini memiliki implikasi yang tinggi dalam memonitoring implementasi dari teknologi informasi. (Taherdoost, 2018).

Bank Rakyat Indonesia, selaku salah satu BUMN yang bergerak di perbankan dengan jumlah nasabah dan jaringan yang meliputi hampir seluruh Indonesia tidak dapat mengabaikan pentingnya *m-banking* sebagai salah satu kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah. Salah satu produk aplikasi *mobile banking* yang diluncurkan oleh BRI adalah BRI *Mobile* atau yang dikenal BRI*mo*. BRI*mo* adalah pembaharuan dari aplikasi *mobile banking* Bank BRI sebelumnya yaitu BRI *Mobile* yang masih mengandalkan penggunaan pesan singkat untuk kebutuhan verifikasi (*SMS Mobile*). Pembaharuan ke Aplikasi BRI*mo* memiliki fitur yang lebih banyak dan berbeda dari pendahulunya, seperti tampilan antarmuka dan *friendly user* dan nyaman. Serta tingginya faktor keamanan yang di kombinasikan dengan akses sidik jari atau akses tatap muka untuk login dan menggunakan aplikasi tersebut (Dias Prasongko, 2019).

Penelitian ini pengembangan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Changchit et al., 2017) yang berjudul "*Mobile Banking: Exploring Determinants of Its Adoption*" dan penelitian yang dilakukan oleh (Nurdin et al., 2021) yang berjudul "*Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu*" dengan menambahkan variabel persepsi keamanan dan kualitas pelayanan. Penelitian ini juga membedakan objek penelitiannya. Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini mencoba untuk memberikan pemahaman teoritis yang lebih baik tentang mengapa konsumen

menerima aplikasi mobile banking (BRImo) dan untuk mengungkapkan dampak yang berbeda dari faktor – faktor yang mempengaruhinya.

Menurut (Otoritas Jasa Keuangan, 2018) Mobile Banking adalah aplikasi yang diluncurkan oleh sektor perbankan untuk memberikan inovasi pelayanan terhadap nasabahnya untuk melakukan berbagai transaksi perbankan. Aplikasi tersebut di download dan di instal di smartphone dan nasabah bisa melakukan transaksi melalui fitur atau menu dalam aplikasi tersebut. Inovasi ini lebih maju dari inovasi sebelumnya dimana layanan tersebut masih berupa SMS Banking yang sedikit merepotkan nasabah dalam menghafal format SMS dan nomor tujuan untuk melakukan transaksi perbankan. Adapun layanan perbankan yang ditawarkan oleh Mobile Banking tersebut adalah pengecekan mutasi dan saldo rekening, informasi transaksi dan tagihan kartu kredit, Transfer dana ke sesama bank dan Bank Lain, pembayaran tagihan seperti Listrik, Telpon, Angsuran serta pembelian online seperti tiket Pesawat, Pulsa, Hotel dan fitur lainnya.

Aplikasi terbaru dari layanan Perbankan yang dikeluarkan oleh Bank BRI adalah BRImo. Aplikasi ini memiliki basis data melalui internet yang dapat memudahkan nasabahnya untuk bertransaksi secara online. Fitur dari aplikasi inipun cukup lengkap, dengan memiliki beberapa sumber dana dalam transaksi, halaman utama yang simpel serta dilengkapi sistem transfer atau pembayaran menggunakan QR Code. Dengan pergeseran habit masyarakat dalam melakukan aktivitas perbankan mulai dari ATM, SMS banking lalu terciptalah model bina baru dari pengembangan tersebut yaitu Mobile Banking ini. Untuk Mendapatkan Aplikasi BRImo ini cukup download aplikasi tersebut di Appstore atau Google Play dan sudah menjadi nasabah BRI terlebih dahulu. (Bank Rakyat Indonesia, 2019).

Model Penerimaan Teknologi yang berasal dari penerapan dan pengembangan Theory of Reasoned Action (TRA) digunakan untuk melihat tingkat penggunaan teknologi dengan memodelkan penerimaan pengguna terhadap sistem informasi, yang telah menjadi dasar penelitian teknologi dalam dua dekade terakhir (Ajzen et al., 1975) dan (F. Davis, 1989).

Dua variabel model TAM, yaitu **Perceived Usefulness** (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU) memiliki relevansinya dalam niat perilaku penggunaan dan penerimaan teknologi baru. Kinerja adalah tingkat dimana seorang memiliki kepercayaan bahwa keuntungan akan didapatkan lebih banyak dengan menggunakan sistem teknologi dalam pekerjaannya (Venkatesh et al., 2003).

- A. Persepsi Kemudahan dalam Penggunaan (*Perceived ease of Use*) adalah salah satu dari dua konstruksi utama dalam pemodelan TAM yang didefinisikan sebagai "tingkat yang diyakini individu bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari beban usaha" (F. Davis, 1989). Dari banyaknya penelitian, variabel ini adalah variabel yang paling dominan sebagai faktor penentu perilaku individu dalam menggunakan layanan transaksi pembayaran secara mobile (Phonthanukitithaworn et al., 2016). Persepsi penggunaan meluas ke situasi ketika seseorang percaya bahwa menggunakan sistem akan bebas dari upaya mental dan fisik (Mun et al., 2017). Dalam studi ini, istilah ini diterapkan untuk merujuk pada perspektif masyarakat tentang penggunaan mobile banking yang dapat meningkatkan pengalaman dan kinerja transaksi digital mereka.
- B. Persepsi Manfaat (*Perceived usefulness*) digambarkan sebagai pandangan subyektif calon pengguna tentang penggunaan sistem aplikasi spesifik yang akan meningkatkan kinerjanya dalam konteks organisasi (F. Davis, 1989). Persepsi kegunaan juga didefinisikan sebagai, "sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya." Ini mengikuti dari definisi kata 'useful': "mampu digunakan secara menguntungkan" (F. D. Davis et al., 1989). Persepsi Kegunaan telah menerima banyak perhatian dalam literatur penerimaan teknologi (Taylor & Todd, 1995). Di antara banyak tes empiris dari TAM, *Perceived usefulness* (Persepsi Manfaat) telah sangat terbukti sebagai salah satu penentu utama perilaku. Di tempat kerja, penelitian menunjukkan bahwa Persepsi kegunaan memainkan peran penting dalam penerimaan pengguna pengolah kata (F. D. Davis et al., 1989). *Perceived Usefulness* menandakan pandangan subyektif dari kepraktisan yang ditawarkan mobile banking untuk memfasilitasi layanan yang diinginkan konsumen.
- C. Minat Menggunakan adalah cara untuk mengukur niat dari individu untuk melakukan perilaku tertentu (Ajzen et al., 1975) serta dapat diartikan sebagai perasaan seseorang yang menimbulkan sikap positif atau negatif (pengaruh evaluatif) dalam proses menjalani perilaku yang ditentukan (Ajzen et al., 1975). *Behavior intention to use* adalah sikap perilaku individu dalam kecerendungannya menggunakan suatu teknologi. Sikap perhatian individu atas penerimaan

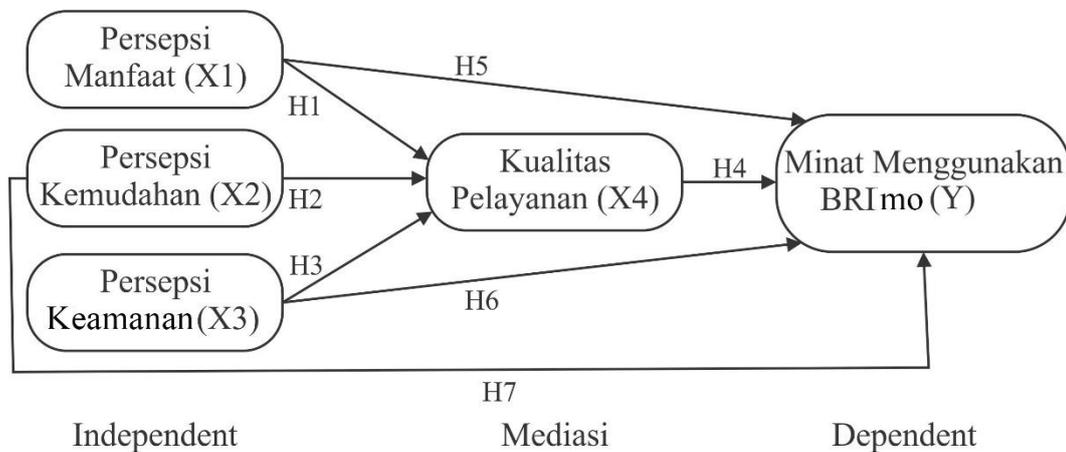
teknologi dapat diprediksi oleh bagaimana tingkat penggunaan terhadap teknologi tersebut. (F. D. Davis et al., 1989). Niat tidak selalu statis dan dapat berubah dengan berjalannya waktu. Seseorang melakukan suatu perilaku jika mempunyai keinginan atau minat untuk melakukannya).

Keamanan adalah stimulus yang mewakili kemampuan sistem dan fitur sedangkan persepsi kemudahan dan persepsi manfaat adalah pemicu yang dapat mewakili konsep motivasi untuk dapat menggunakan sistem dalam teknologi informasi yang lebih mengarah pada respons konsumen untuk menggunakan sistem tersebut (P. C. Lai, 2016). Jika layanan pembayaran yang aman tidak diberikan, itu tidak hanya menyebabkan kerusakan moneter bagi pengguna tetapi juga mengganggu privasi pengguna berdasarkan informasi pembayaran yang diregistrasi pengguna (Kang, 2018). Persepsi Keamanan berpengaruh signifikan positif terhadap Persepsi Manfaat dan Kemudahan (P. Lai, 2017). Persepsi

Keamanan, menunjukkan tingkat keamanan pada saat menggunakan mobile banking untuk bertransaksi.

(Kotler & Keller, 2016) menyatakan bahwa awal mula kualitas di dasarkan pada kebutuhan pelanggan dan berorientasi pada akhir dari persepsi pelanggan. Kualitas layanan adalah jumlah dari variasi konsep dan karakter produk atau layanan yang ditujukan dalam kepentingan memenuhi kebutuhan konsumen. Mereka yang menggunakan jasa atau menggunakan produk tersebut adalah mereka yang bisa menilai kualitas dari produk atau layanan tersebut. Untuk itu, perusahaan jasa yang ingin tetap kompetitif harus memberikan jasa yang berkualitas tinggi secara kompetitif. (Halimah, 2018). Keberhasilan suatu organisasi dapat dilihat dari konsep kualitas pelayanaannya, dengan demikian, kualitas pelayanan merupakan ukuran dari tercapainya tujuan organisasi, baik itu organisasi dalam sektor swasta maupun publik. (Hardiyansyah, 2018)

Berdasarkan tinjauan pustaka diatas maka dapat disusun kerangka konseptual seperti yang terlihat pada gambar 1 dibawah ini.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Adapun hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- H1** : Ada pengaruh persepsi manfaat terhadap kualitas pelayanan pengguna BRImo pada Nasabah Bank BRI Cabang Sasetan, Denpasar.
- H2** : Ada pengaruh persepsi kemudahan terhadap kualitas pelayanan pengguna BRImo pada Nasabah Bank BRI Cabang Sasetan, Denpasar.
- H3** : Ada pengaruh persepsi keamanan terhadap kualitas pelayanan pengguna BRImo pada Nasabah Bank BRI Cabang Sasetan, Denpasar.

- H4** : Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menggunakan BRImo pada Nasabah Bank BRI Cabang Sasetan, Denpasar.
- H5** : Ada pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan BRImo dengan mediasi kualitas pelayanan pada Nasabah Bank BRI Cabang Sasetan, Denpasar.
- H6** : Ada pengaruh persepsi keamanan terhadap minat menggunakan BRImo dengan mediasi kualitas pelayanan pada Nasabah Bank BRI Cabang Sasetan, Denpasar.

**H7** :Ada pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan BRImo dengan mediasi kualitas pelayanan pada Nasabah Bank BRI Cabang Sesetan, Denpasar.

## 2. METODE PENELITIAN

Desain atau pendekatan rancangan *quantitative research* (penelitian kuantitatif) digunakan dalam penelitian ini. Pendekatan ini memfokuskan dalam menguji serta mengembangkan teori melalui variabel – variabel dengan pengukuran angka – angka dalam statistik untuk menganalisis datanya. Penelitian ini dilakukan pada Bank BRI Kantor cabang Sesetan, Kota Denpasar, Provinsi Bali yang beralamat di Jalan Raya Sesetan No.140. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 155 orang yaitu nasabah pada Bank BRI Kantor Cabang Sesetan, Kota Denpasar, Provinsi Bali yang diambil secara *accidental sampling*. Teknik pengambilan data dengan menggunakan kuisisioner terbuka berdasarkan penilaian skala likert. Teknik ini memiliki data likert dengan skala 5 poin, mulai dari poin 1 menunjukkan skala ‘sama sekali tidak setuju’ hingga poin 5 yang menandai skala ‘sepenuhnya setuju’. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modelling* (SEM) yang bertujuan untuk menguji model struktural dan persamaan yang dikembangkan berdasarkan kajian literatur. Untuk melakukan penilaian terhadap instrumen pengukuran yang digunakan, maka penelitian ini menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS). Penelitian ini merupakan penelitian awal dan masih dalam tahap model pengembangan, untuk itu pendekatan PLS merupakan pendekatan yang tepat dalam penelitian ini. (J. Hair et al., 2014),(Joseph F. Hair et al., 2016)

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1. Analisis Deskriptif

Menurut (Sugiyono, 2018) sampel adalah sebagian dari seluruh total dan karakteristik yang diperloeh dari populasi. Adapun jumlah sampel yang ditentukan dalam penelitian ini sesuai dengan rujukan (Ferdinand, 2014) yang menyatakan bahwa sampel yang ideal sebaiknya menggunakan sampel sebanyak 5-10 kali jumlah pertanyaan dalam kuisisioner, sehingga dengan

jumlah item pertanyaan dalam kuisisioner sebanyak 19 pertanyaan, maka sampel yang digunakan adalah 5-10 kali jumlah pertanyaan. Untuk itu penelitian ini menentukan jumlah sampel agar memenuhi kriteria sebanyak 155 responden. Adapun dekripsi responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Deskriptif Responden Penelitian

Uraian	Deskriptif	Jumlah	%
Jenis Kelamin	Laki-Laki	87	56,2%
	Perempuan	68	43,8%
Usia	≤ 25 tahun	34	21,9%
	25-30 tahun	47	30,3%
	31-40 tahun	56	36,1%
	≥ 41 tahun	18	11,7%
Pendidikan	SMA/ Sederajat	76	49,0%
	Diploma	18	11,7%
	Sarjana	47	30,3%
	Pascasarjana	7	4,5%
	Lainnya	7	4,5%
Pekerjaan	Ibu Rumah Tangga	23	14,8%
	Pelajar/ Mahasiswa	19	12,3%
	Karyawan	86	55,5%
	PNS	19	12,2%
	Lainnya	8	5,2%

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

### 3.2. Uji Validitas dan Reliabilitas (*Outer Model*)

Pengujian validitas konvergen dalam pendekatan PLS dilakukan dengan menguji indikator yang bersifat reflektif didasarkan pada nilai Faktor loading. *Standardized loading factor* merefleksikan besarnya hubungan antar setiap indikator dengan konstruk. Nilai *loading factor*  $\geq 0.7$  dikatakan ideal (Fornell & Larcker, 1981), (Joe F. Hair et al., 2011), (J. Hair et al., 2014). Dalam penelitian ini memilik 19 indikator dan seluruhnya dinyatakan *valid* serta dapat mewakili dan mengukur konstruk yang dibentuknya. Maka itu, keabsahan validitas konvergen yang tinggi dalam lima (5) konstruk reflektif ini telah dikonfirmasi dan dapat dilihat pada tabel 2 dibawah ini.

Tabel 2.  
Faktor Loading Indikator

Item	Kualitas Pelayanan (KP)	Minat Menggunakan (MM)	Persepsi Keamanan (PKA)	Persepsi Kemudahan (PKM)	Persepsi Manfaat (PMF)
P1	0,941				
KP2	0,930				
KP3	0,945				
KP4	0,943				
MM1		0,875			
MM2		0,909			
MM3		0,907			
PKA1			0,955		
PKA2			0,950		
PKA3			0,944		
PKM1				0,941	
PKM2				0,964	
PKM3				0,939	
PKM4				0,880	
PMF1					0,933
PMF2					0,936
PMF3					0,934
PMF4					0,863
PMF5					0,910

Sumber: Output Smart PLS 3.2

*Composite reliability* adalah nilai ukuran sesungguhnya dari suatu konstruk apakah realibel atau tidak. Hal ini merupakan ukuran dalam *internal consistency* yang dilakukan dalam analisis SEM karena *Composite reliability* tidak dapat mengasumsikan

kesamaan *boot* dari setiap indikator. Konstruk dinyatakan reliabel dan sesuai kriteria jika nilai *composite reliability* diatas 0.70 (Joseph F Hair et al., 2014), (Joseph F. Hair et al., 2016).

Tabel 3.  
Reability Analysis

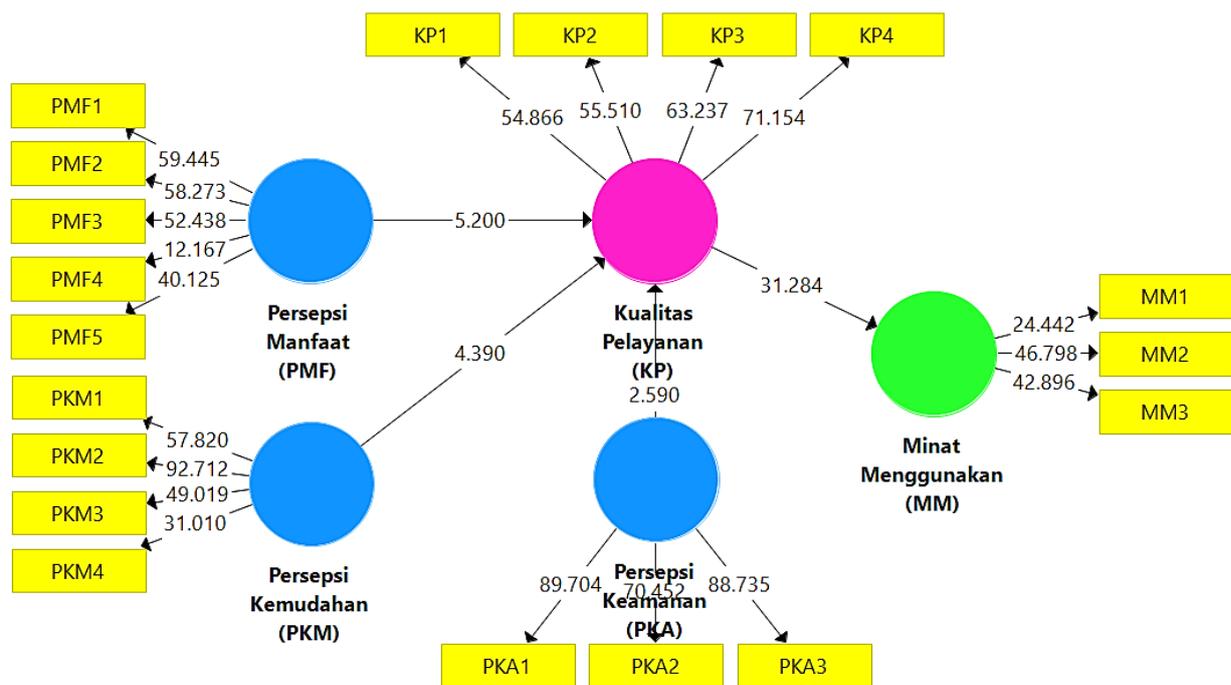
Variabel	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Kualitas Pelayanan (KP)	0,956	0,957	0,968	0,883
Minat Menggunakan (MM)	0,879	0,884	0,925	0,805
Persepsi Keamanan (PKA)	0,945	0,949	0,965	0,901
Persepsi Kemudahan (PKM)	0,949	0,950	0,963	0,868
Persepsi Manfaat (PMF)	0,952	0,953	0,963	0,838

Sumber: Output Smart PLS 3.2

3.3. Uji Hipotesis (Inner Model)

Sebelum melakukan Uji Hipotesis, dalam program Smart PLS 3.2 harus melakukan signifikansi statistik dari koefisien jalur dengan "Opsi Bootstrapping". Opsi ini merupakan pengembangan analisis untuk mendapatkan dan menghitung nilai-t. Opsi bootstrapping adalah pendekatan lanjutan dalam analisis nonparametrik untuk menentukan keakuratan dalam estimasi PLS (J. Hair et al., 2014). "Mean Replacement" adalah konfigurasi terhadap nilai yang hilang (Joseph F. Hair et al., 2016). Walaupun dalam dataset aslinya tidak melakukan pencatatan untuk nilai

yang hilang namun opsi bootstrapping ini tetap tersedia di sana. Dengan demikian, perolehan data yang ditetapkan menjadi total 155 karena jumlah ini sudah memenuhi kriteria sampel untuk sementara karena *partial lease square regression* merupakan teknik analisis yang distribusinya bebas maka jumlah sampel *bootstrap* ditetapkan menjadi 500 sesuai dengan standar program smart PLS untuk menguji dan menganalisis signifikansi estimasi parameter model (Joseph F. Hair et al., 2016). Model Struktur hasil *bootstrapping* dapat di lihat pada gambar 1 dibawah ini.



Gambar 1. Bootstrapping / Resampling

Tabel 3  
Hasil Uji Hipotesis

Hubungan Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values	Hasil
Persepsi Manfaat (PMF) -> Kualitas Pelayanan (KP)	0,486	0,486	0,093	5,200	0,000	Diterima
Persepsi Kemudahan (PKM) -> Kualitas Pelayanan (KP)	0,395	0,397	0,090	4,390	0,000	Diterima
Persepsi Keamanan (PKA) -> Kualitas Pelayanan (KP)	0,109	0,105	0,042	2,590	0,010	Diterima
Kualitas Pelayanan (KP) -> Minat Menggunakan (MM)	0,869	0,866	0,028	31,284	0,000	Diterima

Sumber: Output Smart PLS 3.2

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dinyatakan hubungan antar variabel dalam hipotesis yang dirumuskan memiliki hasil sebagai berikut:

**1) Hasil Uji Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Kualitas Pelayanan**

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Persepsi Manfaat terhadap Kualitas Pelayanan menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,486 dengan nilai t sebesar 5,200 yang lebih besar dari 2,58 ( $\alpha = 0.01$ ; *two-sided test*) yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara Persepsi Manfaat dengan kualitas pelayanan adalah positif dan signifikan karena nilai t statistik lebih besar dari t tabel. Hal ini sesuai dengan hipotesis kesatu sehingga dapat dikatakan bahwa **H1 diterima** yang artinya semakin tinggi persepsi manfaat yang diperoleh nasabah BRI cabang setetan Denpasar, maka semakin tinggi pula kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank BRI cabang Setetan, Denpasar.

**2) Hasil Uji Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Kualitas Pelayanan**

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Persepsi Kemudahan terhadap Kualitas Pelayanan menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,395 dengan nilai t statistik sebesar 4,390 yang lebih besar dari 2,58 ( $\alpha = 0.01$ ; *two-sided test*) yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara Persepsi Kemudahan dengan Kualitas Pelayanan adalah positif dan signifikan karena nilai t statistik lebih besar dari t tabel. Hal ini sesuai dengan hipotesis kedua sehingga dapat dikatakan bahwa **H2 diterima** yang artinya semakin tinggi persepsi kemudahan yang diperoleh nasabah BRI cabang setetan Denpasar, maka semakin tinggi pula kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank BRI cabang Setetan, Denpasar.

**3) Hasil Uji Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Kualitas Pelayanan**

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Persepsi

Keamanan terhadap Kualitas Pelayanan menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,109 dengan nilai t sebesar 2,590 yang lebih besar dari 2,58 ( $\alpha = 0.01$ ; *two-sided test*), yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara Persepsi Keamanan dengan Kualitas Pelayanan adalah positif dan signifikan karena nilai t statistik lebih besar dari t tabel. Hal ini sesuai dengan hipotesis ketiga sehingga dapat dikatakan bahwa **H3 diterima** yang artinya semakin tinggi persepsi keamanan yang diperoleh nasabah BRI cabang setetan Denpasar, maka semakin tinggi pula kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank BRI cabang Setetan, Denpasar.

**4) Hasil Uji Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menggunakan BRImo**

Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menggunakan BRImo menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,869 dengan nilai t sebesar 31,284 yang lebih besar dari 2,58 ( $\alpha = 0.01$ ; *two-sided test*), yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Minat Menggunakan BRImo adalah positif dan signifikan karena nilai t statistik lebih besar dari t tabel. Hal ini sesuai dengan hipotesis keempat sehingga dapat dikatakan bahwa **H4 diterima** yang artinya semakin tinggi kualitas pelayanan yang diperoleh nasabah BRI cabang setetan Denpasar, maka semakin tinggi pula minat menggunakan aplikasi BRImo pada nasabah Bank BRI cabang Setetan, Denpasar.

**3.4 Uji Mediasi**

Selain nilai path path coefficients, dalam penelitian ini memiliki satu variabel mediasi yang berperan menjadi mediasi antara variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk itu, uji mediasi variabel Kualitas Pelayanan di dasarkan pada nilai Specific Indirect Effects yang dapat dilihat di tabel 4. di bawah ini.

Tabel 4  
Hasil Uji Mediasi

Hubungan Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ((O/STDEV))	P Values	Hasil
Persepsi Manfaat (PMF) -> Kualitas Pelayanan (KP) -> Minat Menggunakan (MM)	0,422	0,421	0,083	5,109	0,000	Diterima
Persepsi Kemudahan (PKM) -> Kualitas Pelayanan (KP) -> Minat Menggunakan (MM)	0,343	0,343	0,078	4,396	0,000	Diterima
Persepsi Keamanan (PKA) -> Kualitas Pelayanan (KP) -> Minat Menggunakan (MM)	0,095	0,091	0,037	2,584	0,010	Diterima

Sumber: Output Smart PLS 3.2

1) Hasil Uji Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan BRImo, dengan Mediasi Kualitas Pelayanan

Hasil pengujian hipotesis kelima menunjukkan bahwa hubungan antara variabel persepsi manfaat dengan mediasi kualitas pelayanan terhadap Minat Menggunakan BRImo menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,422 dengan nilai t sebesar 5,109 yang lebih besar dari 2,58 ( $\alpha = 0.01$ ; *two-sided test*), yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara persepsi manfaat dengan Minat Menggunakan BRImo adalah positif dan signifikan karena nilai t statistik lebih besar dari t tabel. Hal ini sesuai dengan hipotesis kelima sehingga dapat dikatakan bahwa **H5 diterima**, yang artinya kualitas pelayanan berhasil memediasi pengaruh dari persepsi manfaat terhadap minat menggunakan aplikasi BRImo pada Nasabah Bank BRI cabang Sesetan, Denpasar.

2) Hasil Uji Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Minat Menggunakan BRImo, dengan Mediasi Kualitas Pelayanan

Hasil pengujian hipotesis keenam menunjukkan bahwa hubungan antara variabel persepsi kemudahan dengan mediasi kualitas pelayanan terhadap Minat Menggunakan BRImo menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,343 dengan nilai t sebesar 4,396 yang lebih besar dari 2,58 ( $\alpha = 0.01$ ; *two-sided test*), yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara persepsi kemudahan dengan Minat Menggunakan BRImo adalah positif dan signifikan karena nilai t statistik lebih besar dari t tabel. Hal ini sesuai dengan hipotesis keenam sehingga dapat dikatakan bahwa **H6 diterima**, yang artinya kualitas

pelayanan berhasil memediasi pengaruh dari persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan aplikasi BRImo pada Nasabah Bank BRI cabang Sesetan, Denpasar.

3) Hasil Uji Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan BRImo, dengan Mediasi Kualitas Pelayanan

Hasil pengujian hipotesis ketujuh menunjukkan bahwa hubungan antara variabel persepsi keamanan dengan mediasi kualitas pelayanan terhadap Minat Menggunakan BRImo menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,095 dengan nilai t sebesar 2,584 yang lebih besar dari 2,58 ( $\alpha = 0.01$ ; *two-sided test*), yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara persepsi keamanan dengan Minat Menggunakan BRImo adalah positif dan signifikan karena nilai t statistik lebih besar dari t tabel. Hal ini sesuai dengan hipotesis ketujuh sehingga dapat dikatakan bahwa **H7 diterima**, yang artinya kualitas pelayanan berhasil memediasi pengaruh dari persepsi keamanan terhadap minat menggunakan aplikasi BRImo pada Nasabah Bank BRI cabang Sesetan, Denpasar

4. KESIMPULAN

Kesimpulan Hasil analisis yang dilakukan memperlihatkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi keamanan terhadap kualitas pelayanan secara langsung serta bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan pengaruhnya ketiga variabel independen tersebut terhadap variabel minat menggunakan BRImo dengan dimediasi kualitas pelayanan. Dari hasil analisis juga diperlihatkan bahwa terhadap hubungan terkuat terhadap minat

menggunakan BRImo diberikan oleh persepsi manfaat dengan nilai koefisien jalur 0,486 dan terlemah adalah variabel persepsi keamanan dengan koefisien jalur 0,109. Hal ini menyatakan bahwa dalam menggunakan aplikasi BRImo nasabah sangat merasakan diuntungkan dengan manfaat yang didapatkan. Disamping itu, nasabah tidak merasa khawatir akan keamanan dalam bertransaksi menggunakan aplikasi BRImo, karena nasabah yakin dan percaya bahwa aplikasi BRImo memiliki keamanan yang cukup kuat untuk melindungi informasi dan transaksi yang dilakukan oleh nasabah tersebut. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan memperluas obyek penelitian bukan hanya pada satu bank saja, tetapi cabang lainnya dalam satu kota atau kabupaten serta menambahkan variabel baru yang belum pernah di hubungkan seperti persepsi resiko, persepsi kenikmatan dan lainnya diluar penelitian ini.

## REFERENSI

- Ajzen, I., Fishbein, M., & Hill, R. J. (1975). Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research. In *Contemporary Sociology*. Addison-Wesley Publishing Company, Inc. <https://doi.org/10.2307/2065853>
- Bank Rakyat Indonesia. (2019). *BRImo - Bank BRI / Melayani Dengan Setulus Hati*. <https://bri.co.id/>
- Changchit, C., Lonkani, R., & Sampet, J. (2017). Mobile banking: Exploring determinants of its adoption. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, 27(3), 239–261. <https://doi.org/10.1080/10919392.2017.1332145>
- Davis, F. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- Dias Prasongko. (2019, February 27). *BRI Luncurkan Aplikasi Digital Banking BRImo, Kelebihannya? - Bisnis Tempo.co*. <https://bisnis.tempo.co/read/1180172/bri-luncurkan-aplikasi-digital-banking-brimo-kelebihannya/full&view=ok>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (5th ed.). Universitas Diponegoro, Semarang.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error: Algebra and Statistics. *Journal of Marketing Research*, 18(3), 382–388. <https://doi.org/10.2307/3150980>
- Gultom, M. S., & Safitry, N. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Kemnfaatan, Persespsi Kemudahan Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunkan Alat Pembayaran Non Tunai Dengan Jakone Mobile. *Jurnal Ekonomi Islam*, 12(2), 241–261.
- Hair, J., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. (2014). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM): An Emerging Tool for Business Research. *European Business Review*, 26, 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hair, Joe F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152.
- Hair, Joseph F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2016). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage publications. (2nd ed.). SAGE Publications.
- Hair, Joseph F, Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. Ec. (2014). Multivariate Data Analysis (MVDA). In *Pearson Education Limited* (7th ed.). Pearson Education Limited.
- Halimah, S. N. (2018). *Pengaruh Internet Banking Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Tingkat Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi kasus BNI Syariah KC Surakarta)*.
- Hardiyansyah. (2018). *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gava Media.
- Kang, J. (2018). Mobile payment in Fintech environment: trends, security challenges, and services. *Human-Centric Computing and Information Sciences*, 8(1).

<https://doi.org/10.1186/s13673-018-0155-4>

Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management* (13th ed.). Erlangga, Indonesia.

Lai, P. (2017). The Literature Review of Technology Adoption Models and theories for novelty technology. *Journal of Information Systems and Technology Management*, 14(1), 21–38. <https://doi.org/10.4301/s1807-17752017000100002>

Lai, P. C. (2016). Design and Security impact on consumers' intention to use single platform E-payment. *Interdisciplinary Information Sciences*, 22(1), 111–122. <https://doi.org/10.4036/iis.2016.r.05>

Latupeirissa, J. J. P., Gorda, A. A. N. O. S., & Subanda, I. N. (2020). Antecedents of intention to use e-wallet: The development of acceptance model with pls-sem approach. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 12(7 Special Issue), 1416–1429. <https://doi.org/10.5373/JARDCS/V12SP7/20202244>

Lintangsari, N. N., Hidayati, N., Purnamasari, Y., Carolina, H., & Febranto, W. (2018). Analisis pengaruh instrumen pembayaran non-tunai terhadap stabilitas sistem keuangan di indonesia. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 1(1), 47–62. <https://doi.org/10.14710/jdep.1.1.47-62>

Mun, Y. P., Khalid, H., & Nadarajah, D. (2017). Millennials' Perception on Mobile Payment Services in Malaysia. *Procedia Computer Science*, 124, 397–404. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.12.170>

Nurdin, Rukma Ningrum, Sofyan Bacmid, & Abdul Jalil. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat

Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3(1), 30–45. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v3i1.37.30-45>

Otoritas Jasa Keuangan. (2018). *Apakah yang dimaksud dengan Internet Banking dan Mobile Banking? Cara Mendapatkan Internet Banking dan Mobile Banking Manfaat Internet Banking dan Mobile Banking Cara Bertransaksi Internet Banking dan Mobile Banking Tips Aman Bertransaksi dengan Internet*. <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Download/417>

Phonthanukitithaworn, C., Sellitto, C., & Fong, M. W. L. (2016). An investigation of mobile payment (m-payment) services in Thailand. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 8(1), 37–54. <https://doi.org/10.1108/APJBA-10-2014-0119>

Saraswati, N., & Mukhlis, I. (2018). The Influence of Debit Card, Credit Card, and E-Money Transactions Toward Currency Demand in Indonesia. *Quantitative Economics Research*, 1(2), 87–94.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Taherdoost, H. (2018). A review of technology acceptance and adoption models and theories. *Procedia Manufacturing*, 22, 960–967. <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2018.03.137>

Taylor, S., & Todd, P. A. (1995). Understanding information technology usage: A test of competing models. *Information Systems Research*, 6(2), 144–176. <https://doi.org/10.1287/isre.6.2.144>