



JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI DAN MANAJEMEN BISNIS

Halaman Jurnal: <https://journal.amikveteran.ac.id/index.php/jaemb>



PENGARUH KUALITAS LAYANAN, RISIKO YANG DIRASAKAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN APLIKASI BRIMO

Fhaif Yusron Afdillah^a, Mahmud^b

^a Fakultas Ekonomi dan Bisnis/ Jurusan Manajemen, email : 211201905808@mhs.dinus.ac.id,
Universitas Dian Nuswantoro

^b Fakultas Ekonomi dan Bisnis/ Jurusan Manajemen, email : mahmud@dsn.dinus.ac.id, Universitas Dian Nuswantoro

ABSTRACT

The purpose of the research was to determine the effect of service quality, perceived risk and trust on customers' interest in using the BRIMO application. This study uses a quantitative research design. Data obtained from distributing online questionnaires with Google Form. The sampling technique used is a purposive sampling technique. The number of samples used amounted to 100 respondents. In this study several tests were carried out such as validity tests, reliability tests, classic assumption tests, t-tests and F-tests with a significance value of 0.05. The results of the study prove that partially, the variables of service quality and trust have a positive effect on the intention to use the application, while perceived risk has a negative effect on the intention to use the application.

Keywords : Service Quality, Perceived Risk, Trust, Interest In Using Application

ABSTRAK

Tujuan dilakukan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, risiko yang dirasakan dan kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi brimo. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif. Data diperoleh dari penyebaran kuesioner online dengan Google Form. Teknik sampling yang digunakan berupa teknik purposive sampling. Banyaknya sampel yang digunakan berjumlah 100 responden. Dalam penelitian ini dilakukan beberapa pengujian seperti uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji-t dan uji-F dengan nilai signifikansi sebesar 0,05. Hasil penelitian membuktikan bahwa secara parsial, variabel kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi, sedangkan risiko yang dirasakan berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan aplikasi.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Risiko Yang Dirasakan, Kepercayaan, Minat Menggunakan Aplikasi

1. PENDAHULUAN

Layanan aplikasi perbankan sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Namun banyak bank saat ini mengalami kesulitan operasional karena perubahan teknologi dan perubahan tuntutan pelanggan mereka. Akibatnya, bank harus menyesuaikan strategi mereka untuk memenuhi kondisi ekonomi saat ini dan untuk mengelola risiko secara efisien. Selain itu, mereka harus menjawab tuntutan kenyamanan nasabah dengan memungkinkan transaksi perbankan melalui layanan aplikasi mobile banking. Banyak bank telah mengembangkan model layanan berbasis mobile banking untuk memudahkan transaksi nasabah. Penggunaan mobile banking dalam layanan perbankan telah dianggap sebagai inovasi keuangan, karena tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan kualitas layanan dan memberikan manfaat bagi nasabah. Ini juga membantu bank mengurangi biaya, karena lebih sedikit kontak tatap muka dengan pelanggan diperlukan. Pada gilirannya, nasabah dapat menikmati kemudahan, kenyamanan, dan layanan cepat dari sistem perbankan online. Masalah "ATM Skimming" yang membuat nasabah khawatir akan keamanan transaksinya saat menggunakan ATM (Anjungan Tunai Mandiri), menjadikan online banking sebagai alternatif yang lebih menarik (Sultan, 2019). Perluasan penggunaan internet di banyak negara dan penggunaan mobile banking yang sebenarnya meningkat pesat (Nasri dan Charfeddine, 2012). Meskipun pelanggan merasa khawatir tentang keamanannya, seperti jebakan perubahan kata sandi. Oleh karena itu, bank berusaha menemukan cara inovatif untuk mengamankan transaksi yang akan meyakinkan pelanggan untuk percaya dan terus menggunakan layanan mereka. Industri

Perbankan wajar untuk menyediakan layanan pelanggan yang cepat dan berkualitas dalam bentuk fasilitas perbankan berbasis teknologi modern seperti mobile banking (Nusrat, 2021). Dengan pesatnya kemajuan teknologi dan meningkatnya. Penggunaan telepon seluler, layanan aplikasi mobile banking menjadi semakin populer di negara maju bahkan di negara berkembang, mobile banking sudah menjadi kebutuhan seperti di Indonesia. Masyarakat kini memiliki lebih banyak pilihan dalam memilih layanan perbankan untuk menyimpan uang mereka untuk menghindari risiko yang dirasakan. Hal ini merupakan kombinasi antara operasional bank dan teknologi informasi (TI) yang dapat membuat transaksi internet menjadi lebih efisien (Montazemi dan Qahri-Saremi, 2015).

Beberapa faktor seperti kualitas layanan, risiko yang dirasakan, kepercayaan, kegunaan situs web, keamanan yang dirasakan, kemudahan penggunaan, akses, ketersediaan, dan kegunaan telah mempengaruhi niat perilaku untuk menggunakan mobile banking (Yoon dan Steege, 2013). Meskipun niat individu untuk menggunakan mobile banking rumit dan tidak dapat diprediksi, setiap bank perlu terus mengembangkan layanan mobile banking seperti kualitas layanan, struktur kepercayaan dan layanan untuk meningkatkan efisiensi operasi dan mendorong pelanggan untuk menggunakan layanan perbankan.

Kualitas layanan telah menjadi penting di banyak layanan mobile banking sebagai faktor yang berguna untuk meningkatkan niat perilaku untuk menggunakan. Bukti menunjukkan bahwa kualitas layanan dan niat perilaku untuk menggunakan memiliki hubungan positif, yang berarti layanan mobile banking diperlukan untuk bank dan pelanggan memerlukan penggunaan layanan ini. Untuk itu perlu ditingkatkan kualitas layanan mobile banking dengan memasukkan informasi yang disajikan melalui website internet, menginput perintah, tanggung jawab, kehandalan, jaminan dan menunjukkan empati terhadap tuntutan nasabah, yang dapat meningkatkan efisiensi layanan dan respon. dengan permintaan pelanggan (Takeddine dan Sun, 2015).

Risiko dan kepercayaan yang dirasakan adalah konsep pervasif yang mempengaruhi niat perilaku untuk menggunakan mobile banking (Martins, 2014). Mayoritas pelanggan percaya bahwa mobile perbankan tidak memiliki keamanan, efisiensi, kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan kualitas layanan termasuk faktor risiko yang dirasakan seperti risiko kinerja, risiko keuangan, risiko waktu, dan risiko privasi (Martins, 2014). Studi ini menemukan bahwa peningkatan kualitas layanan dan kualitas sistem mobile banking membantu mengurangi risiko yang dirasakan pelanggan dan dengan demikian meningkatkan niat mereka untuk menggunakan (Liebana Cabanillas, 2013). Bahwa kepercayaan merupakan penentu utama niat nasabah untuk beralih ke mobile banking.

Kepercayaan mempengaruhi niat perilaku untuk menggunakan mobile banking dan mengurangi persepsi risiko yang diterima nasabah. Oleh karena itu, bank harus mencari cara untuk menciptakan strategi mobile banking untuk meningkatkan kualitas layanan lebih jauh lagi. Semakin banyak pelanggan merasakan layanan ini secara positif, maka semakin mereka akan mempercayai layanan tersebut.

Minat menggunakan aplikasi merupakan faktor yang mengukur keberhasilan penerimaan dalam penggunaan teknologi. niat perilaku untuk menggunakan adalah pengukuran minat individu, yang menyebabkan perilaku atau menghubungkan sikap individu dan pengakuan kontribusi layanan. Niat merupakan konseptualisasi sebagai keinginan dalam diri individu untuk melakukan perilaku tertentu (Finisha, 2019). Konsep ini mengisyaratkan bahwa individu akan bertindak jika memiliki niat. Niat perilaku dapat digunakan untuk memprediksi perilaku yang sebenarnya (Ifinedo, 2017).

Tabel 1. Top Brand Index “Mobile Banking BRIImo” dari Tahun 2018 – 2022

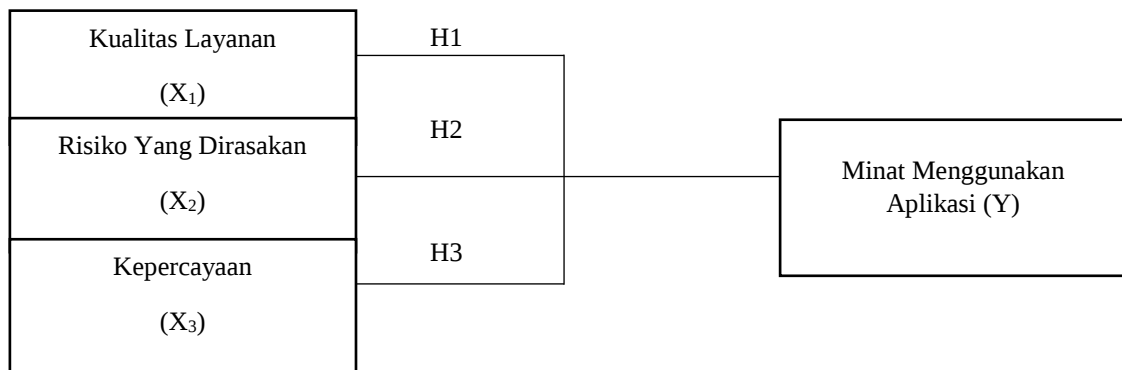
BRAND	TOP BRAND INDEX				
	2018	2019	2020	2021	2022
BRI Mobile	14.6%	17.0%	20.5%	17.0%	19.4%
m-BCA	49.5%	44.5%	45.5%	47.5%	47.4%
m-Banking Mandiri	17.8%	16.6%	13.8%	12.9%	12.9%
BNI Mobile	11.4%	12.3%	11.3%	14.0%	11.2%
CIMB Niaga Mobile	3.3%	3.4%	4.0%	4.1%	3.8%

Sumber : Website Resmi Top Brand Index (diakses 20 Oktober 2022)

Data laporan tersebut, Setiap tahun terdapat kenaikan dan penurunan yang signifikan dari pengguna aplikasi BRIImo. Pada penelitian ini terdapat permasalahan yang dapat menjadikan sebuah alasan dalam menyusun judul penelitian yaitu Kualitas Layanan membuat perbedaan nyata dalam bisnis jasa. Mempertahankan tingkat layanan yang tinggi adalah persyaratan untuk memenuhi harapan pelanggan. Risiko Yang Dirasakan

merupakan faktor penting dalam menjalankan bisnis, manajemen risiko yang efektif sangat penting untuk keberhasilannya (Nair, 2014). Selanjutnya, risiko dapat muncul dari berbagai alasan seperti kurangnya pengetahuan tentang TI, informasi terkini, identitas individu dan kecenderungan inovasi (Martin, 2014). Kepercayaan merupakan faktor utama keberhasilan internet banking, dan memainkan peran penting dalam kepercayaan pelanggan di mobile bankin.

2. TINJAUAN PUSTAKA



Sumber : Penelitian Terdahulu 2017
Gambar 1. Kerangka Penelitian

Penelitian ini berfokus pada kualitas layanan, risiko yang dirasakan dan kepercayaan sebagai variabel penjelas untuk niat perilaku dalam mengadopsi penggunaan mobile banking. Model penelitian diusulkan untuk mengatasi masalah pada gambar 1. Semua variabel yang dihipotesiskan dalam penelitian ini dan sifat hubungan yang diharapkan dengan minat menggunakan aplikasi mobile banking.

Minat menggunakan aplikasi

Perubahan minat manusia disebabkan oleh perubahan keyakinan. Individu mengambil tindakan karena mereka percaya bahwa perilaku mereka adalah cara yang tepat untuk bertindak. niat perilaku adalah salah satu variabel yang paling penting dan esensial yang dapat digunakan untuk mempelajari dan mengembangkan model untuk menjelaskan minat menggunakan aplikasi individu saat menggunakan teknologi. minat menggunakan aplikasi dapat didefinisikan sebagai persepsi peluang individu untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku mereka di masa depan. Minat tersebut dipengaruhi oleh sikap dan keyakinan. Selain itu, Fishbein (2010) menyatakan bahwa minat menggunakan diterima sebagai indikator untuk mengukur perilaku manusia, yang dapat ditentukan dan diukur dari pesan dan ekspresi mereka.

Pengembangan hipotesis dan kerangka yang diusulkan :

Kualitas layanan membuat perbedaan nyata dalam bisnis jasa. Mempertahankan tingkat layanan yang tinggi adalah persyaratan untuk memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan mengharapkan layanan berkualitas berdasarkan pengalaman masa lalu mereka, dari mulut ke mulut dan layanan iklan. Meskipun kualitas layanan yang baik dapat mengurangi persepsi risiko (Chen, 2013), sedikit penelitian yang mempelajari hubungan antara kualitas layanan terhadap persepsi risiko internet banking. Hal ini dapat menyebabkan perbedaan dalam hal mengurangi risiko yang dirasakan antara teori dan praktik.

H1. Kualitas layanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi.

Untuk menangani risiko seperti risiko kinerja, risiko keuangan, risiko waktu dan risiko pribadi (Martins, 2014) telah menjadi isu penting yang mempengaruhi minat menggunakan aplikasi untuk menggunakan mobile banking. Ketika pelanggan mengetahui tentang peretas yang memengaruhi operasi perbankan atau sistem bank yang gagal karena virus atau masalah teknis serupa, pelanggan kemudian akan kurang percaya diri dalam menggunakan layanan tersebut. Konsekuensinya, bank harus memberikan kode keamanan untuk perbankan yang aman, dan dengan ini, kepercayaan pelanggan akan meningkat dan ini akan memacu pertumbuhan internet banking (Martins, 2014).

Nasabah harus mengetahui keamanan yang diberikan oleh perusahaan bank sebelum menggunakan mobile banking dalam bertransaksi seperti transfer uang, pembayaran tagihan dan pengecekan saldo. Menurut studi tentang risiko yang dirasakan dari mobile banking, manajemen risiko yang efektif sangat penting untuk keberhasilannya (Nair, 2014).

H2. Risiko yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi.

Hubungan antara kepercayaan dan minat menggunakan aplikasi mobile banking dan menemukan bahwa kepercayaan menunjukkan hubungan positif terhadap niat perilaku dengan peningkatan jumlah penggunaannya. Misalnya, jika bank meningkatkan kepercayaan di antara nasabahnya dengan memberikan informasi tentang keamanan dan stabilitas mobile banking, hal itu berpotensi mengurangi ketakutan nasabah tentang efisiensi layanan (Montazemi dan Qahri-Saremi, 2015). Akibatnya, nasabah mengembangkan kepercayaan yang lebih besar mengenai penggunaan layanan mobile banking oleh karena itu dapat dikatakan bahwa kepercayaan dalam menggunakan mobile banking merupakan faktor utama yang menarik lebih banyak pengguna (Kim dan Prabhakar, 2004; Montazemi dan Qahri-Saremi, 2015).

H3. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi.

3. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Sehingga tersajikan berupa data analisis dimana diharapkan dapat memperoleh hasil yang berbentuk angka secara pasti. Kuesioner atau angket dikembangkan untuk mengumpulkan data dari pengguna BRImo untuk menguji variabel penelitian. Data penelitian ini dikumpulkan dari penyebaran kuesioner online dengan menggunakan Google Form.

Semua skala yang disertakan dalam kuesioner diukur menggunakan skala likert lima poin, dengan 1 untuk “sangat tidak setuju” dan 5 untuk “sangat setuju”. Responden diminta untuk menanggapi setiap pernyataan dengan menandai skala tersebut. Sampel penelitian ini adalah pengguna aplikasi BRImo di Kota Semarang dengan kriteria sampel penelitian berusia minimal 17 tahun, merupakan nasabah yang memiliki rekening Bank BRI dan pengguna aplikasi BRImo minimal 6 bulan penggunaan aplikasi. Sebanyak 100 orang responden akan diperoleh hasil jawaban sebagai sampel peneliti.

Penelitian ini menggunakan analisis data yaitu analisis regresi linier berganda, hal tersebut setelah melakukan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik yaitu yang dilakukan sebelum dilakukan uji pada regresi linier berganda, yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi. Dan yang terakhir adalah uji hipotesis yaitu, uji t (parsial) dan uji F(simultan).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Validitas

Berdasarkan hasil dari penilaian kuesioner yaitu alat untuk pengukuran perlu di uji validitasnya dengan menggunakan program SPSS dari 100 responden dapat diketahui bahwa keakuratan item pertanyaan adalah sebagai berikut :

Tabel 2
Uji Validitas SPSS

Variabel	Indikator	r hitung	Nilai batas	Keterangan
Kualitas Layanan (X ₁)	X1.1	0.750	0.199	Valid
	X1.2	0.698	0.199	Valid
	X1.3	0.683	0.199	Valid
	X1.4	0.676	0.199	Valid
Risiko Yang Dirasakan (X ₂)	X2.1	0.809	0.199	Valid
	X2.2	0.806	0.199	Valid
	X2.3	0.839	0.199	Valid
	X2.4	0.797	0.199	Valid
Kepercayaan (X ₃)	X3.1	0.790	0.199	Valid
	X3.2	0.817	0.199	Valid

Minat Menggunakan Aplikasi (Y)	X3.3	0.785	0.199	Valid
	X3.4	0.664	0.199	Valid
	Y.1	0.789	0.198	Valid
	Y.2	0.772	0.198	Valid
	Y.3	0.774	0.198	Valid

Sumber : Data Primer (2022)

Dari tabel 2 dapat dilihat uji validitas Kualitas Layanan (X₁), Risiko Yang Dirasakan (X₂), Kepercayaan (X₃) dan Minat Menggunakan Aplikasi (Y) menghasilkan nilai r hitung lebih besar dari nilai batas 0,198 dan 0,199 atau r hitung > nilai batas, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel dinyatakan valid.

4.2 Uji Reliabilitas

Tabel 3
Uji Reliabilitas

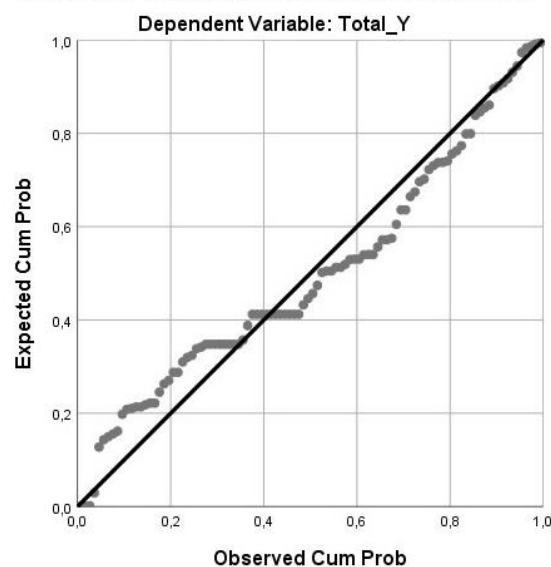
Variabel	r hitung	Nilai batas	Keterangan
Kualitas Layanan (X ₁)	0.857	0.6	Reliabel
Risiko Yang Dirasakan (X ₂)	0.917	0.6	Reliabel
Kepercayaan (X ₃)	0.892	0.6	Reliabel
Minat Menggunakan Aplikasi (Y)	0.886	0.6	Reliabel

Sumber : Data Primer (2022)

Berdasarkan tabel 3 pengujian diperoleh hasil yang menunjukkan r hitung > nilai batas (0,6) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Layanan (X₁), Risiko Yang Dirasakan (X₂), Kepercayaan (X₃) dan Minat Menggunakan Aplikasi (Y) yang dipakai menghasilkan nilai diatas 0,6 dan penelitian ini dinyatakan reliabel.

4.3 Uji Normalitas

Gambar 1
Grafik Uji Normalitas P-P Plot
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Dari gambar 1 dapat dilihat sebagai berikut berupa data penyebarannya berada disekitar dan mengikuti garis diagonal. Sehingga data diatas bersifat model regresi berdistribusi normal.

4.4 Uji Multikolinearitas

Tabel 4
Uji Regresi Linear Berganda

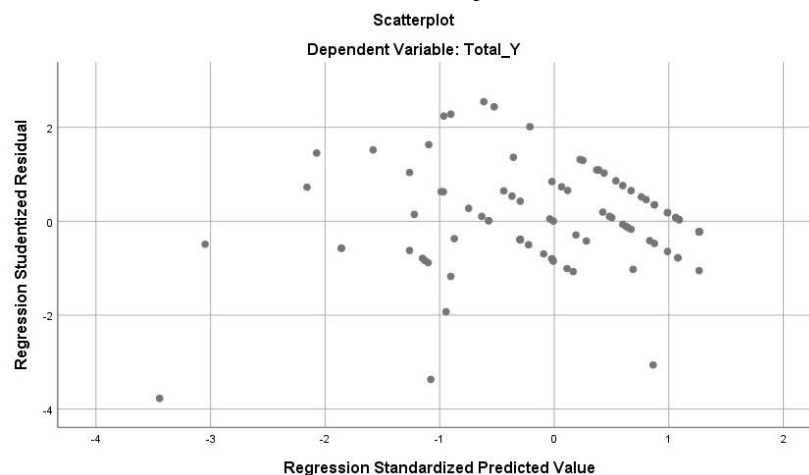
Model	Unstandarized Coefficient		Standarized Coefficient		Collinearity Statistic		
	B	Std error	Beta	t	Sig	Tolerance	VIF
1 (Constan)	1.308	0.827		1.582	0.117		
Kualitas Layanan	0.494	0.100	0.599	4.965	0.000	0.224	4.461
Risiko Yang Dirasakan	-0.129	0.087	-0.168	-1.483	0.141	0.254	3.932
Kepercayaan	0.333	0.104	0.404	3.200	0.002	0.204	4.897

Sumber : Data Primer (2022)

Berdasarkan tabel 4 bahwa nilai Tolerance untuk Kualitas Layanan adalah 0,224, Risiko Yang Dirasakan sebesar 0,254 dan Kepercayaan sebesar 0,204 yang dimana nilai tolerance > 0,100. Untuk nilai VIF untuk Kualitas Layanan sebesar 4,461, Risiko Yang Dirasakan sebesar 3,932 dan Kepercayaan sebesar 4.897 yang dimana nilai VIF < 10,00. Berdasarkan pada tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Layanan (X1), Risiko Yang Dirasakan (X2), Kepercayaan (X3) dinyatakan tidak ada gejala multikolinearitas.

4.5 Uji Heterokedastisitas

Gambar 2
Grafik Scatterplot



Dari gambar 2 grafik scatterplot menunjukkan bahwa data tersebut memiliki titik yang menyebar diatas dan bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y dan tidak terdapat pola yang jelas seperti gelombang, melebar kemudian menyempit pada gambar scatterplot. Berdasarkan pada tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Layanan (X1), Risiko Yang Dirasakan (X2), Kepercayaan (X3) dinyatakan tidak ada gejala heteroskedastisitas.

4.6 Uji Autokorelasi

Tabel 5
Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin Watson
1	0.829 ^a	0.687	0.677	1.226	1.773

Sumber : Data Primer (2022)

Dari tabel 5 dapat dilihat autokorelasi, tidak terjadi gejala autokorelasi, jika nilai Durbin Watson terletak antara dua sampai dengan (4-du). du 1,736 < Durbin Watson 1,773 < 4-du 2,264. Berdasarkan pada tabel diatas maka hasil uji autokorelasi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala autokorelasi.

4.7 Uji t

Tabel 6
Uji t

Model	Unstandarized Coefficient		Standardized Coefficient		t	Sig
	B	Std error	Beta			
1 (Constan)	1.308	0.827			1.582	0.117
Kualitas Layanan	0.494	0.100	0.599		4.965	0.000
Risiko Yang Dirasakan	-0.129	0.087	-0.168		-1.483	0.141
Kepercayaan	0.333	0.104	0.404		3.200	0.002

Sumber : Data Primer (2022)

Menurut Imam Ghazali (2011: 101) jika nilai Sig. < 0,05 maka artinya variabel independent (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependent (Y). Berdasarkan pada tabel 6 yaitu Uji t pada variabel kualitas layanan significancynya adalah 0,000. Nilai Sig 0,000 < 0,05 maka kesimpulannya Kualitas Layanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi (Y). Pada variabel Risiko Yang Dirasakan significancynya adalah 0,141. Nilai Sig 0,141 < 0,05 maka kesimpulannya Risiko Yang Dirasakan (X2) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi (Y). Pada variabel Kepercayaan significancynya adalah 0,002. Nilai Sig 0,002 < 0,05 maka kesimpulannya Kepercayaan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi (Y).

Menurut V. Wiratama Sujarweni (2014; 155), jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka artinya variabel independent (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependent (Y). Berdasarkan pada tabel 6 yaitu variabel Kualitas Layanan (X1) diperoleh t hitung adalah 4,965 dan nilai t tabel adalah 1,988. Nilai t hitung 4,965 > 1,988 maka kesimpulannya adalah Kualitas Layanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Menggunakan Aplikasi (Y). Pada variabel Risiko Yang Dirasakan (X2) diperoleh t hitung adalah -1.483 dan nilai t tabel adalah 1,988. Nilai t hitung -1.483 > 1,988 maka kesimpulannya adalah Risiko Yang Dirasakan (X2) berpengaruh negatif dan tidak signifikan secara parsial terhadap Minat Menggunakan Aplikasi (Y). Pada variabel Kepercayaan (X3) diperoleh t hitung adalah 3,200 dan nilai t tabel adalah 1,988. Nilai t hitung 3,200 > 1,988 maka kesimpulannya adalah Kepercayaan (X3) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Menggunakan Aplikasi (Y).

4.8 Uji F

Tabel 7
Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	316.764	3	105.588	70.282	0.000 ^b
Residual	144.226	96	1.502		
Total	460.990	99			

Sumber : Data Primer (2022)

Jika nilai Sig. < 0,05 maka artinya variabel independent (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependent (Y). Kualitas Layanan (X1), Risiko Yang Dirasakan (X2), Kepercayaan (X3) secara simultan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Aplikasi (Y).

Menurut V. Wiratama Sujarwati (2014;154), jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka artinya variabel independent (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependent (Y). Berdasarkan pada tabel 7 yaitu Uji F nilai Sig sebesar 0,000 dan nilai F_{hitung} 70,282 > F_{tabel} 2,70. Maka kesimpulannya Kualitas Layanan (X1), Risiko Yang Dirasakan (X2), Kepercayaan (X3) secara simultan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Aplikasi (Y).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pada analisis yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

Dari hasil pengukuran validitas pada variabel Kualitas Layanan (X1), Risiko Yang Dirasakan (X2), Kepercayaan (X3) dan Minat Menggunakan Aplikasi (Y) menghasilkan nilai r hitung lebih besar dari nilai batas 0,198 dan 0,199 atau r hitung > nilai batas, berdasarkan nilai tersebut adalah valid, sehingga dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya. Dan hasil pengukuran reliabel variabel Kualitas Layanan (X1), Risiko Yang Dirasakan (X2), Kepercayaan (X3) dan Minat Menggunakan Aplikasi (Y) yang dipakai menghasilkan nilai diatas 0,6, artinya semua variabel penelitian ini dinyatakan reliabel.

Berdasarkan hasil uji secara parsial (Uji t) untuk variabel kualitas layanan dan kepercayaan dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel Kualitas Layanan (X1) dan Kepercayaan (X3) terhadap Minat Menggunakan Aplikasi (Y). Sedangkan variabel risiko yang dirasakan dapat disimpulkan bahwa berpengaruh negatif dan tidak signifikan antara variabel Risiko Yang Dirasakan (X2) terhadap Minat Menggunakan Aplikasi (Y). Untuk variabel Kualitas Layanan (X1), Risiko Yang Dirasakan (X2), Kepercayaan (X3) dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan terhadap variabel Minat Menggunakan Aplikasi (Y).

Berdasarkan kesimpulan tersebut, adapun saran yang berguna bagi kemajuan perusahaan dari hasil penelitian ini yaitu perusahaan perlu mempertahankan kualitas layanan untuk pelanggan termasuk dalam peningkatan layanan sehingga minat menggunakan aplikasi dapat dicapai. Perusahaan perlu mempertahankan lagi kepercayaan pelanggan. Karena hal tersebut berpengaruh baik pada minat menggunakan aplikasi BRImo dan dengan adanya minat menggunakan aplikasi yang baik maka hasil dari perusahaan juga akan meningkat. Sehingga risiko yang dirasakan pada pelanggan tidak dapat dirasakan lagi dan pelanggan semakin percaya akan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Akhlaq, A. dan Ahmed, E. (2013), "Pengaruh motivasi pada kepercayaan dalam penerimaan internet banking di negara berpenghasilan rendah", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 31 No.2, hal.115-125.
- [2] Afghani, Moh. Faqih,dkk. 2016. Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi e-banking di Bank BRI Surabaya. *Journal of Business and Banking*. Vol. 6, No. 1.
- [3] Benamati, J., Fuller, MA, Serva, MA dan Baroudi, J. (2010), "Mengklarifikasi integrasi kepercayaan dan TAM dalam lingkungan e-commerce: implikasi untuk desain dan manajemen sistem", *Transaksi IEEE pada Manajemen Teknik*, Vol . 57 No.3, hal.380-393.
- [4] Bussakorn, J. dan Dieter, F. (2005), "Strategi adopsi perbankan internet untuk negara berkembang: Boateng, P., Chen, Z. dan Ogunlana, SO (2016), "Kerangka kerja dinamis untuk mengelola kompleksitas risiko dalam megaprojek", *Jurnal Internasional Riset Teknologi dan Manajemen*, Vol. 1 No.5, hlm. 1-13.
- [5] Chen, KH, Liu, HH dan Chang, FH (2013), "Faktor layanan pelanggan penting dan segmentasi pengunjung yang lebih tua dalam pariwisata kesehatan berdasarkan hotel sumber air panas", *Jurnal Internasional Manajemen Perhotelan*, Vol. 35 No.1, hal.122-132.
- [6] Clow, DKE, Baack, D. dan Fogliasso, C. (1998), "Mengurangi risiko yang dirasakan melalui isyarat kualitas layanan periklanan", *Journal of Service Marketing*, Vol. 16 No.1, hal.151-162.
- [7] Fishbein, M. dan Ajzen, I. (2010), *Memprediksi dan Mengubah Perilaku: Pendekatan Tindakan Beralasan*, Psychology Press, Taylor & Francis Group, New York, NY.
- [8] Gill, SA, Flaschner, BA dan Shachar, M. (2006), "Faktor yang mempengaruhi kepercayaan klien bisnis di bank mereka", *Jurnal Internasional Pemasaran Bank*, Vol. 24 No.6, hal.384-405.
- [9] Hapsara, Radityo Febri, 2015, "Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile banking (Studi pada nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Solo Kartasura)" skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- [10] Herlambang, Admaja Dwi,dkk. 2018. Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*. Vol. 12, No. 01

- [11] Liebana-Cabanillas, F., Munoz-Leiva, F. dan Rejon-Guardia, F. (2013), "Penentu kepuasan dengan ebanking", *Manajemen Industri & Sistem Data*, Vol. 113 No. 5, hlm. 750-767.
- [12] Luo, X., Li, H., Zhang, J. dan Shim, J. (2010), "Meneliti kepercayaan multi-dimensi dan risiko multi-wajah dalam penerimaan awal teknologi yang muncul: studi empiris layanan mobile banking", *Sistem Pendukung Keputusan*, Vol. 49 No.2, hal.222-234.
- [13] Martins, C., Oliveira, T. Dan Popovi, A. (2014), "Memahami adopsi internet banking: teori terpadu penerimaan dan penggunaan teknologi dan penerapan risiko yang dirasakan", *International Journal of Information Management*, Vol. 34 No.1, hlm. 1-13.
- [14] Montazemi, AR dan Qahri-Saremi, H. (2015), "Faktor yang mempengaruhi adopsi perbankan online: studi pemodelan persamaan struktural meta-analitik", *informasi & Manajemen*, Vol. 52 No.2, hal.210-226.
- [15] Nair, GK, Purohit, H. dan Choudhary, N. (2014), "Pengaruh manajemen risiko pada kinerja: studi empiris Bank Islam Internasional", *International Journal of Economics and Financial Issues*, Vol. 4 No.3, hal.549-563.
- [16] Nasri, W. Dan Charfeddine, L.(2012), "Faktor yang mempengaruhi adopsi internet banking di Tunisia: teori integrasi model penerimaan dan teori perilaku terencana", *Jurnal Penelitian Manajemen Teknologi Tinggi*, Vol. 23 No. 1, 1-14.
- [17] Nimako, SG, Gyamfi, NK dan Wandaogou, AMM (2013), "Kepuasan pelanggan dengan kualitas layanan internet banking di industri perbankan Ghanaian", *International Journal of Scientific and Technology Research*, Vol. 2 No.7, hal.165-175.
- [18] Parasuraman, A., Zeithaml, VA dan Berry, LL (1988), "SERVQUAL: skala multi-item untuk mengukur persepsi konsumen tentang kualitas layanan", *Journal of Retailing*, Vol. 64 No. 1, hlm. 12-40.
- [19] Pisnik, KA dan Snoj, B. (2010), "Pengembangan, validitas dan keandalan kualitas layanan yang dirasakan di perbankan ritel dan hubungannya dengan nilai yang dirasakan dan kepuasan pelanggan", *Managing Global Transitions*, Vol. 8 No.2, hal.187-205.
- [20] Raisian, K., Minouei, A., Khosravi, A., Hashemi, A., Nilashi, M., Ibrahim, O., Zakaria, R. dan Nazari, M. (2014), "Pendekatan Multi Kriteria untuk model kepercayaan nasabah di internet banking: kasus bank UTM CIBM", *Life Science Journal*, Vol. 11 No.6, hal.81-93.
- [21] Song, HL (2010), "Pengadopsian pelanggan internet banking: integrasi TAM dengan kepercayaan, risiko yang dirasakan, dan kualitas", *Konferensi Internasional tentang Jaringan dan Keamanan Informasi Multimedia*, hal. 264-268.
- [22] Takieddine, S. Dan Sun, J. (2015). "Difusi perbankan internet: analisis tingkat negara", *Elektronik Penelitian dan Aplikasi Perdagangan*, Vol. 14 No.5, hal.361-371.
- [23] Teo, TSH, Srivastava, SC dan Jiang, L. (2008), "Kepercayaan dan keberhasilan pemerintah elektronik: studi empiris", *Jurnal Sistem Informasi Manajemen*, Vol. 25 No.3, hal.99-132.
- [24] Yoon, HS dan Steege, LMB (2013). "Pengembangan model kuantitatif dampak kepribadian dan persepsi pelanggan pada penggunaan internet banking", *Komputer dalam Perilaku Manusia*, Vol. 29 No. 3, hlm. 1133-1141.
- [25] Zafar, M., Zafar, S., Asif, A., Hunjra, AI dan Ahmad, HM (2012), "Kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas pelanggan: analisis empiris sektor perbankan di Pakistan", *Manajemen Informasi dan Tinjauan Bisnis*, Jil. 4 No.3, hlm. 159-167.