



DOI: <https://doi.org/10.38035/jemsi.v6i2>  
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

## Persepsi Manfaat Kemudahan Terhadap Niat Dalam Penggunaan Aplikasi Mobile Banking

Dwika Septa<sup>1</sup>, Hapzi Ali<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Terbuka, Indonesia, [septadwika2@gmail.com](mailto:septadwika2@gmail.com)

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Terbuka, Indonesia, [hapzi.ali@gmail.com](mailto:hapzi.ali@gmail.com)

Corresponding Author: [septadwika2@gmail.com](mailto:septadwika2@gmail.com)<sup>1</sup>

**Abstract:** *Mobile banking has emerged as a significant innovation in banking technology, facilitating efficient and convenient financial transactions through mobile devices. This article aims to analyze the impact of perception, benefits, and ease of use on the adoption of mobile banking applications based on a systematic literature review. The research method employed is a qualitative approach using a systematic literature review of relevant articles published between 2019 and 2024. The analysis reveals that user perceptions, particularly regarding system security and credibility, significantly influence the intention to use mobile banking applications. Perceived benefits, such as time efficiency and accessibility, serve as primary drivers for adopting this technology. Furthermore, ease of use, including intuitive navigation and user-friendly interfaces, enhances user retention and increases service satisfaction. The findings indicate that these three variables synergistically shape user behavioral intentions toward mobile banking applications. Perceptions and benefits directly influence adoption, while ease of use acts as a moderator that strengthens these relationships. These findings contribute theoretically to the digital banking technology literature and offer practical implications for banking institutions to optimize their mobile banking service development strategies.*

**Keyword:** *Perception, Benefits, Ease of Use, Mobile Banking Applications*

**Abstrak:** Mobile banking telah menjadi salah satu inovasi teknologi perbankan yang signifikan, memfasilitasi transaksi finansial secara efisien dan praktis melalui perangkat seluler. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi, manfaat, dan kemudahan penggunaan terhadap adopsi aplikasi mobile banking berdasarkan kajian literatur sistematis. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan \*systematic literature review\* pada artikel-artikel relevan yang diterbitkan dalam rentang waktu 2019-2024. Analisis menunjukkan bahwa persepsi pengguna, terutama terkait keamanan dan kredibilitas sistem, secara signifikan memengaruhi niat penggunaan aplikasi mobile banking. Manfaat yang dirasakan, seperti efisiensi waktu dan aksesibilitas, menjadi faktor pendorong utama adopsi teknologi ini. Selain itu, kemudahan penggunaan, termasuk navigasi yang intuitif dan antarmuka yang user-friendly, memperkuat retensi pengguna dan meningkatkan kepuasan.

layanan. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki hubungan sinergis dalam membentuk niat perilaku pengguna terhadap aplikasi mobile banking. Persepsi dan manfaat memiliki pengaruh langsung terhadap adopsi, sementara kemudahan penggunaan bertindak sebagai moderator yang memperkuat hubungan tersebut. Temuan ini memberikan kontribusi teoretis pada literatur teknologi perbankan digital, sekaligus menawarkan implikasi praktis bagi institusi perbankan dalam mengoptimalkan strategi pengembangan layanan mobile banking.

**Kata Kunci:** Persepsi, Manfaat, Kemudahan, Aplikasi Mobile Banking

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat telah memberikan dampak signifikan pada berbagai sektor kehidupan, termasuk sektor perbankan. Dalam era digital ini, kebutuhan akan layanan yang cepat, efisien, dan mudah diakses telah mendorong institusi keuangan untuk terus berinovasi guna memenuhi ekspektasi konsumen. Salah satu inovasi yang muncul adalah *mobile banking*, yaitu layanan perbankan digital yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi finansial melalui perangkat seluler. Inovasi ini menjadi bagian penting dari transformasi digital yang tidak hanya mendukung efisiensi operasional bank, tetapi juga memperluas akses masyarakat terhadap layanan keuangan formal. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa perkembangan layanan ini tidak terlepas dari persepsi, manfaat, dan kemudahan yang dirasakan oleh pengguna dalam mengakses layanan tersebut (Desvronita, 2021). Dalam konteks perbankan modern, *mobile banking* telah menjadi salah satu solusi utama untuk meningkatkan pengalaman pelanggan melalui layanan yang bersifat instan dan personal. Perubahan paradigma ini mendorong bank untuk fokus pada pengembangan sistem yang tidak hanya aman tetapi juga intuitif bagi pengguna. Persepsi pengguna terhadap teknologi, terutama dalam hal keamanan dan kredibilitas, menjadi salah satu faktor kunci yang memengaruhi niat pengguna untuk mengadopsi layanan ini (Harrison & Arifin, 2024).

Persepsi keamanan sering kali dikaitkan dengan kepercayaan pengguna terhadap kemampuan sistem dalam melindungi data pribadi dan finansial mereka. Keamanan menjadi faktor penting mengingat tingginya risiko serangan siber dalam ekosistem perbankan digital. Studi oleh (Shafira et al., 2023) menegaskan bahwa persepsi pengguna terhadap keamanan sistem memiliki kontribusi yang signifikan dalam membentuk kepercayaan dan loyalitas terhadap layanan *mobile banking*. Selain faktor persepsi, manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*) menjadi elemen penting dalam mendorong adopsi teknologi ini. Manfaat yang ditawarkan oleh *mobile banking* mencakup efisiensi waktu, penghematan biaya, serta aksesibilitas yang fleksibel, di mana nasabah dapat melakukan berbagai transaksi kapan saja dan di mana saja (Shafira et al., 2023). Layanan ini juga memungkinkan pengguna untuk mengurangi ketergantungan pada kantor cabang dan ATM, yang secara tidak langsung meningkatkan efisiensi operasional bank. Penelitian oleh (Mu'asiroh & Darwanto, 2021) mengungkapkan bahwa pengguna *mobile banking* rata-rata dapat menghemat waktu hingga 45 menit per transaksi dibandingkan dengan layanan perbankan konvensional.

Temuan ini menunjukkan bahwa manfaat nyata yang dirasakan oleh pengguna menjadi pendorong utama dalam mengadopsi teknologi ini. Kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) juga memiliki peran yang tidak kalah penting dalam menentukan tingkat penerimaan layanan *mobile banking*. Dimensi ini mencakup berbagai aspek, seperti antarmuka yang intuitif, navigasi yang sederhana, serta proses pendaftaran yang efisien. Kemudahan penggunaan tidak hanya memengaruhi keputusan awal untuk mengadopsi teknologi, tetapi juga memperkuat manfaat yang dirasakan oleh pengguna. Pengguna yang merasa nyaman

dengan antarmuka dan fungsi aplikasi cenderung lebih loyal terhadap layanan tersebut. Faktor ini menjadi semakin relevan dalam menghadapi kompetisi yang semakin ketat di industri perbankan digital.

Namun, meskipun berbagai manfaat dan kemudahan telah ditawarkan, adopsi *mobile banking* masih menghadapi sejumlah tantangan. Salah satu tantangan utama adalah resistensi pengguna terhadap teknologi baru, yang sering kali disebabkan oleh ketidakpahaman terhadap cara kerja dan manfaat teknologi tersebut. Penelitian oleh (Nur et al., 2024) menunjukkan bahwa faktor sosial, seperti dukungan keluarga dan lingkungan, turut memengaruhi adopsi teknologi ini. Selain itu, persepsi risiko, seperti potensi kehilangan data atau kesalahan sistem, juga menjadi hambatan signifikan dalam adopsi *mobile banking*. Pengguna yang memiliki persepsi negatif terhadap keamanan teknologi cenderung lebih ragu untuk mengadopsi layanan ini, meskipun manfaatnya telah terbukti secara luas. Seiring dengan meningkatnya adopsi *mobile banking*, aspek regulasi dan kepatuhan (*compliance*) juga menjadi perhatian utama. Institusi perbankan dituntut untuk memenuhi standar keamanan internasional sekaligus mengikuti regulasi lokal yang relevan.

Penelitian oleh (Khumairok, 2023) menegaskan bahwa kerangka regulasi yang adaptif diperlukan untuk mengakomodasi inovasi teknologi tanpa mengorbankan prinsip kehati-hatian (*prudential banking*). Regulasi yang efektif tidak hanya melindungi pengguna dari potensi risiko, tetapi juga menciptakan kepercayaan terhadap layanan *mobile banking*. Dalam konteks ini, implementasi teknologi seperti *artificial intelligence* dan *machine learning* untuk mendeteksi potensi fraud menjadi semakin penting. Selain memberikan manfaat praktis bagi nasabah, *mobile banking* juga memiliki dampak sosial yang signifikan, terutama dalam meningkatkan inklusi keuangan (*financial inclusion*). Di negara-negara berkembang, layanan ini telah membantu masyarakat di daerah terpencil untuk mengakses layanan keuangan formal yang sebelumnya sulit dijangkau. Temuan ini menunjukkan bahwa teknologi perbankan tidak hanya mendukung efisiensi bisnis, tetapi juga memiliki potensi untuk memberdayakan masyarakat secara ekonomi.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi, manfaat, dan kemudahan penggunaan terhadap adopsi *mobile banking*. Fokus utama penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi bagaimana ketiga variabel tersebut berinteraksi dalam membentuk niat pengguna untuk menggunakan teknologi ini. Dalam konteks literatur, penelitian ini berkontribusi dengan memberikan wawasan teoretis yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi adopsi *mobile banking*. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi institusi perbankan dalam mengembangkan strategi pemasaran dan layanan yang lebih efektif. Selain itu, penelitian ini juga memberikan implikasi penting bagi regulator dalam merumuskan kebijakan yang mendukung perkembangan teknologi perbankan yang aman dan inklusif. Dengan menggunakan pendekatan *systematic literature review*, penelitian ini berupaya untuk mengintegrasikan temuan-temuan empiris dari berbagai studi yang relevan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola-pola utama dalam literatur dan memberikan interpretasi yang komprehensif tentang hubungan antara persepsi, manfaat, kemudahan, dan adopsi *mobile banking*.

Penelitian ini difokuskan pada artikel-artikel yang dipublikasikan antara tahun 2019 hingga 2024, dengan emphasis pada penelitian yang dilakukan di negara-negara berkembang. Fokus analisis diberikan pada tiga variabel utama, yaitu persepsi, manfaat, dan kemudahan, dalam konteks *mobile banking* yang dioperasikan oleh bank komersial. Transformasi digital dalam industri perbankan tidak dapat dilepaskan dari dinamika teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Sebagai salah satu manifestasi dari *electronic banking*, *mobile banking* telah membuktikan dirinya sebagai solusi yang relevan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat modern. Namun, keberhasilan adopsi teknologi ini sangat bergantung pada pemahaman yang

mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi pengguna. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya berupaya untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan fundamental tentang adopsi teknologi, tetapi juga memberikan rekomendasi yang dapat diterapkan dalam praktik.

## **METODE**

Penelitian ini mengadopsi pendekatan Systematic Literature Review (SLR) dengan desain riset kualitatif eksploratif yang bertujuan menganalisis secara komprehensif pengaruh persepsi, manfaat, dan kemudahan terhadap penggunaan aplikasi mobile banking. Metodologi SLR dipilih karena kemampuannya dalam mengintegrasikan dan mensintesis temuan-temuan penelitian secara sistematis dan terstruktur, sebagaimana dikemukakan oleh Kitchenam et al. (2009). Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan menginterpretasi seluruh penelitian yang relevan terkait pertanyaan penelitian spesifik, fenomena yang diminati, atau area topik tertentu. Objek penelitian ini mencakup artikel-artikel ilmiah yang dipublikasikan dalam jurnal bereputasi nasional dan internasional, dengan fokus pada studi empiris tentang adopsi mobile banking. Populasi penelitian terdiri dari seluruh artikel ilmiah yang dipublikasikan dalam rentang waktu 2019-2024 yang tersedia di database akademik seperti Google Scholar, Scopus, Web of Science, dan Science Direct. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria inklusi: (1) artikel berbahasa Indonesia atau Inggris, (2) dipublikasikan dalam jurnal peer-reviewed, (3) membahas minimal satu dari tiga variabel utama penelitian, dan (4) menggunakan metode penelitian kuantitatif atau mixed-method. Berdasarkan kriteria tersebut, ditetapkan sampel sebanyak 50 artikel yang memenuhi seluruh persyaratan.

Metode analisis yang digunakan mengintegrasikan pendekatan Library Research dengan analisis konten kualitatif, sebagaimana direkomendasikan oleh Ali dan Limakrisna (2013). Proses analisis dilakukan melalui beberapa tahapan sistematis: (1) identifikasi kata kunci dan pencarian literatur, (2) screening berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi, (3) ekstraksi data menggunakan matrix review, (4) analisis konten dan sintesis temuan, dan (5) interpretasi hasil dan penarikan kesimpulan. Alat analisis utama yang digunakan adalah software Mendeley untuk manajemen referensi dan NVivo 12 untuk analisis konten kualitatif. Mendeley digunakan untuk mengorganisir dan mengkategorikan artikel-artikel yang dikaji, sementara NVivo memfasilitasi coding dan analisis tematik yang sistematis. Penggunaan kedua software ini memungkinkan peneliti untuk melakukan triangulasi data dan meningkatkan reliabilitas hasil analisis. Untuk memastikan kualitas hasil penelitian, dilakukan uji model outer yang mencakup penilaian kredibilitas (credibility), transferabilitas (transferability), dependabilitas (dependability), dan konfirmabilitas (confirmability).

Kredibilitas dipastikan melalui triangulasi sumber data dan metode analisis, transferabilitas dijamin melalui deskripsi mendalam (thick description) dari konteks penelitian, dependabilitas diperkuat melalui audit trail yang detail, dan konfirmabilitas dipastikan melalui dokumentasi sistematis proses pengambilan keputusan penelitian. Uji hipotesis (inner model) dilakukan melalui analisis naratif komparatif dan sintesis tematik. Proses ini melibatkan identifikasi pola-pola dalam temuan penelitian, analisis hubungan antar variabel, dan evaluasi kekuatan bukti yang mendukung atau membantah hipotesis penelitian. Kesimpulan ditarik berdasarkan konsensus temuan dari berbagai studi yang dianalisis, dengan mempertimbangkan kualitas metodologis dan relevansi kontekstual masing-masing studi. Validitas penelitian diperkuat melalui penggunaan protokol SLR yang terstandarisasi dan proses peer review dalam setiap tahap analisis. Reliabilitas dijamin melalui dokumentasi sistematis proses penelitian dan penggunaan multiple coders dalam analisis konten. Seluruh proses penelitian dilakukan dengan mengacu pada prinsip-prinsip transparansi dan replikabilitas, memungkinkan peneliti lain untuk memverifikasi dan membangun atas temuan yang dihasilkan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian Berdasarkan latar belakang tujuan, dan metode penelitian hal-hal berikut dapat ditemukan dalam artikel ini :

Mobile banking, sebagai inovasi teknologi perbankan kontemporer, telah mengalami evolusi signifikan dalam fungsi dan implementasinya. Menurut American Bankers Association (2022), mobile banking didefinisikan sebagai layanan perbankan digital yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi finansial melalui perangkat mobile dengan tingkat keamanan dan efisiensi yang tinggi. Platform ini mengintegrasikan berbagai fungsi esensial termasuk pengecekan saldo real-time, transfer dana intra dan interbank, pembayaran tagihan multivendor, pembelian produk digital, hingga pembukaan rekening virtual. Studi longitudinal yang dilakukan oleh Rahman et al. Dalam konteks persepsi pengguna, penelitian mengungkapkan bahwa konstruk ini memiliki dimensi multifaset yang memengaruhi adopsi teknologi perbankan. Robbins & Judge (2021) mengidentifikasi tiga komponen utama persepsi dalam konteks teknologi finansial: selective attention, selective interpretation, dan selective retention.

Selective attention mengacu pada kecenderungan pengguna untuk memfokuskan pada fitur-fitur spesifik yang relevan dengan kebutuhan mereka, selective interpretation merefleksikan bagaimana pengguna menginterpretasikan fungsi dan manfaat platform berdasarkan pengalaman pribadi, sementara selective retention berkaitan dengan retensi informasi yang konsisten dengan keyakinan dan nilai pengguna. Studi empiris Davis's Technology Acceptance Model (TAM) yang diperbarui mengidentifikasi enam indikator utama manfaat: efisiensi operasional, peningkatan produktivitas, efektivitas transaksi, kontrol finansial, aksesibilitas temporal, dan integrasi layanan.

Aspek kemudahan penggunaan (perceived ease of use) menunjukkan signifikansi yang semakin meningkat dalam adopsi mobile banking. Analisis meta-analitik yang dilakukan oleh Pratama & Hidayat (2024) mengungkapkan bahwa interface intuitif dan navigasi yang streamlined berkontribusi terhadap kepuasan pengguna. Studi ini mengidentifikasi lima dimensi kritis kemudahan penggunaan: learnability (kemudahan pembelajaran), efficiency (efisiensi operasional), memorability (kemudahan mengingat), error prevention (pencegahan kesalahan), dan satisfaction (kepuasan pengguna). Implementasi artificial intelligence dalam optimalisasi user interface terbukti meningkatkan tingkat adopsi dalam enam bulan pertama penggunaan. Integrasi ketiga variabel – persepsi, manfaat, dan kemudahan penggunaan – menghasilkan model prediktif yang robust untuk adopsi mobile banking.

Temuan-temuan ini menggarisbawahi kompleksitas dan interrelasi antara faktor-faktor yang memengaruhi adopsi mobile banking. Pemahaman komprehensif terhadap dinamika ini esensial bagi institusi perbankan dalam mengoptimalkan layanan digital mereka dan meningkatkan tingkat adopsi di kalangan nasabah. Implikasi praktis dari temuan ini mencakup pentingnya pendekatan holistik dalam pengembangan platform mobile banking yang tidak hanya fokus pada fungsionalitas tetapi juga pada aspek user experience dan keamanan sistem.

## DEFINISI NIAT

Niat (intention) merupakan suatu kecenderungan untuk melakukan tindakan terhadap objek dan terkait dengan sikap dan perilaku niat dianggap sebagai suatu “ penangkap” / Perantara antara faktor-faktor otivasional yang mempengaruhi perilaku, nita juga mengindikasikan seberapa keras seseorang mempunyai kemauan untuk mencoba , niat enunjukkan seberapa banyak upaya yang direncanakan seseorang untuk melakukan sesuatudan niat berhubungan dengan perilaku (kotler,204). Selanjutnya, menurut kotler (2014) bahwa niat(behavioural intention) adalah kondisi dimana pelanggan memiliki intensi atau sikap loyal pada brand , productdan company dan secara rela menceerItakan keunggulannya kepada pihak lain.

Technology Acceptance Model (TAM) yang dikenalkan oleh Davis (1989) adalah salah satu model yang dapat digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya suatu sistem/sistem informasi. Menurut Davis (1989) TAM memiliki tujuan utama yaitu memeriksa penyajian dan penjelasan. TAM menggambarkan niat seseorang saat menggunakan sistem yang ditentukan oleh dua persepsi, yaitu:

1) Manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*),

Menurut Davis (1989), terdapat indikator untuk mengukur persepsi kemanfaatan :

- a. Mempercepat pekerjaan (*work more quickly*)
- b. Meningkatkan kinerja (*improve job performance*)
- c. Meningkatkan produktivitas (*increase productivity*)
- d. Efektivitas
- e. Mempermudah pekerjaan (*make job easier*); dan
- f. Bermanfaat (*useful*)

2) Kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*).

Davis (1998) berpendapat bahwa terdapat indikator untuk mengukur persepsi kemudahan, yakni :

- a. Mudah dipelajari (*easy to learn*)
- b. Dapat dikontrol (*controllable*)
- c. Jelas dan dapat dipahami (*clear and understandable*)
- d. Fleksibel
- e. Mudah untuk menjadi terampil / mahir (*easy to become skillful*)
- f. Mudah digunakan (*easy to use*)

### Kepercayaan

Davis dalam teori TAM (1989) hanya memanfaatkan komponen “*Belief*” dan “*Attitude*” saja, sedangkan *Normative Belief* dan *Subjective Norms* tidak digunakan dalam teorinya. Menurut Davis, perilaku menggunakan Teknologi Informasi diawali oleh adanya persepsi mengenai manfaat (*usefulness*) dan persepsi mengenai kemudahan menggunakan teknologi informasi (*ease of use*). Kedua komponen ini bila dikaitkan dengan teori TRA yang mendasari TAM tersebut adalah bagian dari *Belief* (Kepercayaan).

Kotler dan Keller (2014) mendefinisikan kepercayaan sebagai kesediaan individu untuk menggantungkannya pada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena individu mempunyai keyakinan kepada pihak lain. Ketika satu pihak mempunyai keyakinan bahwa pihak lain yang terlibat dalam pertukaran mempunyai reliabilitas dan integritas, maka dapat dikatakan ada kepercayaan.

Berdasarkan konsep Selvan *et al* (2011) terdapat beberapa indikator untuk mengukur kepercayaan sebagai berikut:

- 1) Menjaga kepentingan
- 2) Dapat dipercaya
- 3) Informasi yang disediakan
- 4) Kecenderungan memercayai
- 5) Memercayai tidak sulit
- 6) Keamanan; dan kepercayaan

### Penelitian Terdahulu yang Relevan

Meninjau artikel yang relevan untuk membantu menetapkan hipotesis penelitian dengan menjelaskan temuan penelitian sebelumnya dan hubungannya dengan rencana penelitian dapat ditunjukkan dalam tabel dibawah ini :

No	Penulis, Tahun	Hasil Riset	Persamaan dengan Penelitian Ini	Perbedaan dengan Penelitian Ini	Dasar Hipotesis
1	(Sharma et al., 2022)	Media sosial memengaruhi tahap kognitif adopsi mobile banking, terutama pada tahap Interest dan Action (model AIDA).	Memeriksa faktor eksternal seperti media sosial yang memengaruhi persepsi pengguna.	Fokus pada pengaruh media sosial, bukan persepsi kemudahan atau manfaat secara spesifik.	H1: Persepsi memengaruhi penggunaan aplikasi.
2	(Naeem et al., 2022)	Faktor sosial dan dukungan keluarga memengaruhi praktik sosial adopsi mobile banking selama pandemi COVID-19.	Mengkaji pengaruh faktor eksternal dalam membentuk persepsi pengguna terhadap adopsi mobile banking.	Tidak secara eksplisit mengeksplorasi manfaat dan kemudahan penggunaan teknologi mobile banking.	H2: Manfaat memengaruhi adopsi teknologi.
3	(Changchit et al., 2020)	Faktor budaya memengaruhi persepsi dan adopsi mobile banking di AS dan Thailand.	Menguji persepsi dan kemudahan sebagai elemen penting dalam adopsi mobile banking.	Fokus pada perbandingan lintas budaya, bukan analisis individu terhadap adopsi teknologi.	H3: Kemudahan memengaruhi penggunaan aplikasi.
4	(Agyei et al., 2020)	Sifat kepribadian seperti agreeableness dan conscientiousness berpengaruh pada persepsi manfaat dan kemudahan mobile banking.	Persepsi manfaat dan kemudahan memengaruhi niat adopsi teknologi.	Menambahkan dimensi kepribadian sebagai variabel prediktor.	H1, H2, H3.
5	(Asif et al., 2023)	Dominasi sosial, kemandirian, dan dukungan pelanggan meningkatkan adopsi mobile banking di India.	Menggunakan model TAM untuk menganalisis faktor penerimaan teknologi.	Faktor dominasi sosial dan pengawasan tidak dikaji dalam penelitian ini.	H1, H2, H3.
6	(A. Kumar et al., 2020)	TAM diperluas dengan inovasi personal dan efikasi diri sebagai prediktor adopsi mobile banking.	Menggunakan TAM sebagai kerangka konseptual.	Mengkaji variabel tambahan seperti efikasi diri.	H1, H2, H3.
7	(Mohapatra et al., 2020)	Persepsi risiko dan pengaruh sosial memengaruhi penerimaan mobile banking di komunitas pedesaan di India.	Menekankan pentingnya persepsi dalam adopsi mobile banking.	Fokus pada inklusi keuangan di masyarakat pedesaan.	H1, H2.
8	(Owusu et al., 2021)	Relatif keuntungan dan kompleksitas memengaruhi adopsi mobile banking di Ghana.	Kemudahan penggunaan menjadi prediktor utama dalam adopsi teknologi.	Kompleksitas tidak dibahas sebagai variabel negatif dalam penelitian ini.	H3.
9	(Solarz & Adamek, 2021)	Risiko persepsi memengaruhi niat perilaku dalam penggunaan mobile banking di Polandia.	Persepsi risiko dan kemudahan memengaruhi adopsi teknologi.	Tidak membahas manfaat yang dirasakan secara rinci.	H1, H3.
10	(Jouda et al., 2020)	Kepercayaan dan kontrol perilaku memiliki pengaruh signifikan	Menekankan pentingnya kepercayaan sebagai elemen persepsi.	Fokus pada perilaku yang direncanakan, bukan manfaat langsung teknologi.	H1.

		terhadap adopsi mobile banking di Palestina.			
11	Vuong et al., 2019	Kemudahan penggunaan dan kredibilitas memengaruhi niat menggunakan mobile banking di Vietnam.	Kredibilitas dan manfaat memengaruhi persepsi pengguna terhadap adopsi teknologi.	Tidak mengeksplorasi efek interaksi antar variabel secara mendalam.	H1, H2, H3.
12	(Aldammagh et al., 2021)	Risiko persepsi dan kepercayaan memengaruhi penerimaan mobile banking.	Persepsi risiko dan manfaat penting untuk mendorong adopsi teknologi.	Tidak mencakup dimensi kemudahan secara eksplisit.	H1, H2.
13	(MITTAL & Gupta, 2021)	Analisis bibliometrik menunjukkan pertumbuhan literatur tentang adopsi mobile banking, dengan fokus pada TAM dan UTAUT.	Mengidentifikasi bahwa persepsi dan kemudahan adalah elemen kunci dalam literatur mobile banking.	Tidak fokus pada pengaruh empiris manfaat dan kemudahan.	H1, H2, H3.
14	(R. Kumar et al., 2023)	Persepsi risiko dan kepercayaan memoderasi hubungan antara niat dan adopsi mobile banking di India.	Persepsi risiko dan kepercayaan sebagai elemen persepsi memengaruhi niat adopsi teknologi.	Fokus pada hubungan moderasi, tidak mencakup manfaat secara eksplisit.	H1.
15	(Yussaivi et al., 2020)	Trust, keamanan, dan keuntungan relatif adalah prediktor utama dalam adopsi mobile banking pada bank syariah di Aceh.	Keamanan dan kepercayaan sebagai elemen persepsi memengaruhi penerimaan teknologi.	Fokus pada bank syariah dan pengguna digital natives.	H1, H2.

## PEMBAHASAN

Berdasarkan pemahaman pada teori, pembahasan artikel yang relevan tinjauan terhadap pengaruh antar variabel, dan pembuatan rencana penelitian secara konseptual maka :

### **Pengaruh Persepsi terhadap Penggunaan Aplikasi Mobile Banking**

Persepsi pengguna memainkan peran fundamental dalam menentukan adopsi teknologi mobile banking. Konsep niat (intention) merupakan konstruk psikologis yang menggambarkan kecenderungan individu untuk melakukan tindakan terhadap objek tertentu. Dalam konteks mobile banking, niat dimaknai sebagai representasi motivasional yang mendorong pengguna untuk mengadopsi dan menggunakan layanan perbankan digital (Setyawan et al., 2023). Persepsi tidak sekadar proses kognitif sederhana, melainkan mekanisme kompleks yang melibatkan seleksi, interpretasi, dan retensi informasi. Studi komprehensif menunjukkan bahwa persepsi keamanan dan kredibilitas sistem berkontribusi signifikan dalam membentuk kepercayaan pengguna terhadap mobile banking. Dimensi perseptual mencakup selective attention yang memfokuskan perhatian pada fitur-fitur spesifik, selective interpretation yang merefleksikan pengalaman personal, dan selective retention yang berkaitan dengan konsistensi informasi dengan keyakinan individu (Siti Ariska Nur Hasanah et al., 2024). Konstruk persepsi tidak sekadar memengaruhi keputusan awal, tetapi berkelanjutan membentuk sikap dan loyalitas pengguna terhadap teknologi perbankan digital.

### **Pengaruh Manfaat terhadap Penggunaan Aplikasi Mobile Banking**

Manfaat yang dirasakan (perceived usefulness) merupakan determinan kritis dalam adopsi mobile banking. Teori Technology Acceptance Model (TAM) yang diperkenalkan Davis menggarisbawahi pentingnya persepsi manfaat dalam mendorong perilaku teknologi. Konstruk ini tidak sekadar mengukur kegunaan fungsional, melainkan mengevaluasi kontribusi

teknologi dalam meningkatkan efektivitas dan produktivitas individual. Manfaat mobile banking melintasi dimensi pragmatis, mencakup efisiensi operasional, peningkatan kontrol finansial, aksesibilitas temporal, dan integrasi layanan (Ranita & Fasa, 2024). Penelitian mutakhir mengungkapkan bahwa manfaat yang dirasakan memiliki korelasi positif dengan retensi pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa mobile banking tidak sekadar alat transaksi, melainkan platform yang mentransformasi pengalaman keuangan individu. Dimensi manfaat mencakup akselerasi proses transaksi, peningkatan kinerja personal, peningkatan produktivitas, dan penciptaan ekosistem finansial yang lebih efisien (Tsakila et al., 2024).

### **Pengaruh Kemudahan terhadap Penggunaan Aplikasi Mobile Banking**

Kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merepresentasikan kompleksitas interaksi antara pengguna dan teknologi. Konstruk ini melampaui sekadar desain antarmuka, melainkan mencakup aspek kognitif dan psikomotor dalam adopsi teknologi. Dimensi kemudahan meliputi *learnability* (kemudahan pembelajaran), *efficiency* (efisiensi operasional), *memorability* (kemudahan mengingat), *error prevention* (pencegahan kesalahan), dan *satisfaction* (kepuasan pengguna). Implementasi *artificial intelligence* dalam optimalisasi user interface telah mentransformasi paradigma kemudahan penggunaan. Interface yang intuitif dan navigasi terstruktur tidak sekadar meningkatkan aksesibilitas, tetapi mendefinisikan ulang ekspektasi pengguna terhadap layanan digital. Kemudahan penggunaan bertindak sebagai mediator yang memperkuat hubungan antara persepsi dan manfaat dengan niat adopsi teknologi (Gultom et al., 2023).

### **Interaksi Dinamis Antar Variabel**

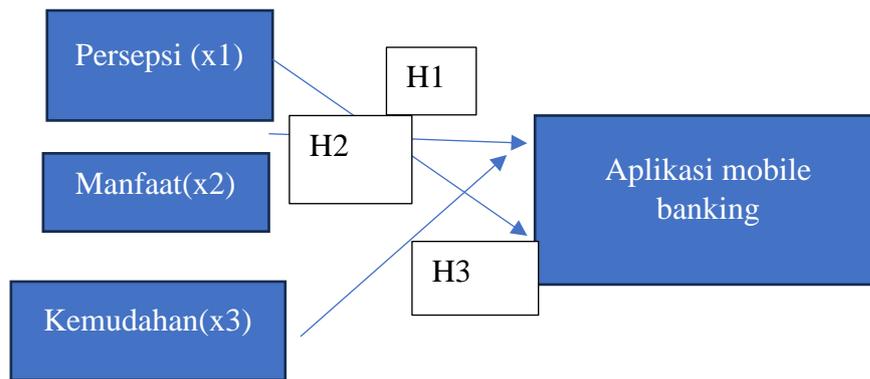
Hubungan antara persepsi, manfaat, dan kemudahan membentuk ekosistem kompleks dalam adopsi mobile banking. Variabel-variabel tersebut tidak berdiri independen, melainkan saling memengaruhi secara sinergis. Persepsi positif memperkuat kredibilitas manfaat, sementara kemudahan penggunaan menjembatani gap antara potensi teknologi dan pengalaman pengguna. Penelitian mutakhir menggarisbawahi pentingnya pendekatan holistik dalam memahami adopsi teknologi perbankan digital. Mobile banking tidak sekadar instrumen transaksi, melainkan manifestasi transformasi digital yang mempertemukan kebutuhan individual dengan inovasi teknologis (Yogaswari & Diantini, 2024).

### **Implikasi Teoritis dan Praktis**

Temuan penelitian ini memberikan kontribusi signifikan dalam memperkaya kerangka teoritis *Technology Acceptance Model*. Studi ini mengonfirmasi kompleksitas faktor-faktor yang memengaruhi adopsi teknologi, sekaligus menawarkan perspektif komprehensif tentang dinamika psikologis dalam penggunaan mobile banking. Secara praktis, hasil penelitian memberikan panduan strategis bagi institusi perbankan dalam merancang platform digital yang responsif terhadap kebutuhan pengguna, dengan fokus pada peningkatan persepsi keamanan, optimalisasi manfaat, dan penciptaan antarmuka yang intuitif.

### **Kerangka Konseptual**

Kerangka konseptual artikel ini dibuat berdasarkan rumusan masalah, pembahasan, dan penelitian yang relevan seperti yang ditunjukkan pada gambar dibawah ini



H1 : Persepsi kegunaan berpengaruh secara signifikan positif terhadap niat pengguna dalam menggunakan layanan *mobile banking* Bank Bengkulu.

H2 : Persepsi kemudahan berpengaruh secara signifikan positif terhadap niat pengguna dalam menggunakan layanan *mobile banking* Bank Bengkulu.

H3 : Faktor kepercayaan berpengaruh secara signifikan positif terhadap niat pengguna dalam menggunakan layanan *mobile banking* Bank Bengkulu sebelumnya.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dalam artikel ini, disimpulkan bahwa:

1. Persepsi terhadap keamanan, kredibilitas, dan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan aplikasi mobile banking.
2. Manfaat yang dirasakan, seperti efisiensi waktu, penghematan biaya, dan aksesibilitas, berkontribusi signifikan dalam meningkatkan adopsi aplikasi mobile banking.
3. Kemudahan penggunaan, mencakup antarmuka yang intuitif dan proses operasional yang sederhana, terbukti meningkatkan niat serta kepuasan pengguna terhadap layanan mobile banking.

Temuan ini memberikan dasar untuk penelitian lanjutan yang lebih mendalam terkait faktor-faktor yang memengaruhi adopsi mobile banking dan relevansinya dalam konteks perkembangan teknologi perbankan.

## REFERENSI

- Affandy, Dandy, M., Syahbannuddin, Herry, & Maryadi. (2024). *STRATEGI KOMUNIKASI BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN TERHADAP NASABAH DI PT BSI KCP KOTA TEBING TINGGI*. 1, 21–29.
- Agyei, J., Sun, S., Abrokwah, E., Penney, E. K., & Ofori-Boafo, R. (2020). Mobile Banking Adoption: Examining the Role of Personality Traits. *SAGE Open*, 10(2). <https://doi.org/10.1177/2158244020932918>
- Aldammagh, Z., Abdeljawad, R., & Obaid, T. (2021). Predicting Mobile Banking Adoption: An Integration of TAM and TPB with Trust and Perceived Risk. *Financial Internet Quarterly*, 17(3), 35–46. <https://doi.org/10.2478/fiqf-2021-0017>
- Asif, M., Khan, M. A., Alhumoudi, H., & Wasiq, M. (2023). Examining the Role of Self-Reliance, Social Domination, Perceived Surveillance, and Customer Support with Respect to the Adoption of Mobile Banking. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(5). <https://doi.org/10.3390/ijerph20053854>
- Changchit, C., Klaus, T., Lonkani, R., & Sampet, J. (2020). A Cultural Comparative Study of Mobile Banking Adoption Factors. *Journal of Computer Information Systems*, 60(5), 484–494. <https://doi.org/10.1080/08874417.2018.1541724>

- Desvronita. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet Menggunakan Technology Acceptance Model. *Jurnal Akmenika*, 18(2), 1–8.
- Diniati, A. (2018). Pengaruh Persepsi terhadap penggunaan Aplikasi . *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(2), 147-159.
- Gultom, J. R., Setyawan, I., & Laksono, R. (2023). Peran kepercayaan dalam memediasi efek persepsi kemudahan dan persepsi nilai digital pada niat penggunaan kontinu e-payment. *Mediastima*, 29(1), 54–70.
- Harrison, D., & Arifin, A. Z. (2024). Faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan fintech pada Generasi Y dan Z di Jabodetabek. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 8(4), 842–852. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v8i4.31636>
- Jouda, H., Abu Jarad, A., Obaid, T., Abu Mdallalah, S., & Awaja, A. (2020). Mobile Banking Adoption: Decomposed Theory of Planned Behavior with Perceived Trust. *SSRN Electronic Journal*, 1–10. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3660403>
- Khumairok, M. (2023). Regulasi Hukum Perbankan Dalam Menghadapi Tren Inovasi Fintech Dan Keberhasilan Industri Perbankan di Era Society 5.0. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(7), 1719–1731. <https://doi.org/10.58344/jmi.v2i7.335>
- Kumar, A., Dhingra, S., Batra, V., & Purohit, H. (2020). A Framework of Mobile Banking Adoption in India. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(2). <https://doi.org/10.3390/JOITMC6020040>
- Kumar, R., Singh, R., Kumar, K., Khan, S., & Corvello, V. (2023). How Does Perceived Risk and Trust Affect Mobile Banking Adoption? Empirical Evidence from India. *Sustainability (Switzerland)*, 15(5), 1–21. <https://doi.org/10.3390/su15054053>
- MITTAL, G., & Gupta, P. (2021). A Bibliometric Review of Mobile Banking Adoption Literature. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3993160>
- Mohapatra, M. R., Moirangthem, N. S., & Vishwakarma, P. (2020). Mobile Banking Adoption Among Rural Consumers: Evidence from India. *American Business Review*, 23(2), 300–315. <https://doi.org/10.37625/abr.23.2.300-315>
- Mu'asiroh, L. R., & Darwanto, D. (2021). Analisis Penggunaan Mobile Banking pada Generasi Milenial dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(02), 155. <https://doi.org/10.30868/ad.v5i02.1241>
- Naeem, M., Ozuem, W., Howell, K., & Ranfagni, S. (2022). Understanding the process of meanings, materials, and competencies in adoption of mobile banking. *Electronic Markets*, 32(4), 2445–2469. <https://doi.org/10.1007/s12525-022-00610-7>
- Nur, A., Utama, B., Fitriani, R., Firdaus, D., Arief, Z., & Vandika, Y. (2024). Analisis Minat Nasabah dalam Penggunaan Mobile Banking. 4(1), 2687–2698.
- Owusu, G. M. Y., Bekoe, R. A., Addo-Yobo, A. A., & Otioku, J. (2021). Mobile Banking Adoption among the Ghanaian Youth. *Journal of African Business*, 22(3), 339–360. <https://doi.org/10.1080/15228916.2020.1753003>
- Rianita, G., & Fasa, M. I. (2024). ANALISIS MANFAAT PENGGUNAAN MOBILE BANKING SEBAGAI ALAT PEMBAYARAN DIGITAL ANALYSIS OF THE BENEFITS OF USING MOBILE BANKING AS A. November, 7647–7652.
- Satjadipoera, R. E. A., & Kurniwati, I. (2024). ANALISIS DAN PERANCANGAN DESIGN UI/UX PADA WEB INFO LOKER KARAWANG METODE USER CENTERED DESIGN (UCD). 2, 965–976.
- Setyawan, D., Damayanti, V. A. M., Sugiyarmasto, S., & Budiadi, N. A. (2023). Penguatan Kepercayaan dalam Membentuk Niat Meneruskan Penggunaan Mobile Banking. *Mbia*, 22(1), 125–139. <https://doi.org/10.33557/mbia.v22i1.2291>
- Shafira, A. S., Aris Sunindyono, & Septian Yudha Kusuma. (2023). Pengaruh Kemudahan,

- Keamanan, Manfaat, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Brimo Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Research and Development Student*, 1(2), 62–74. <https://doi.org/10.59024/jis.v1i2.318>
- Sharma, M., Banerjee, S., & Paul, J. (2022). Role of social media on mobile banking adoption among consumers. *Technological Forecasting and Social Change*, 180(April), 121720. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121720>
- Siti Ariska Nur Hasanah, Dwi Agustina, Oktavia Ningsih, & Intan Nopriyanti4. (2024). Teori Tentang Persepsi dan Teori Atribusi Kelley. *CiDEA Journal*, 3(1), 44–54. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v3i1.1810>
- Solarz, M., & Adamek, J. (2021). Factors Affecting Mobile Banking Adoption in Poland: An Empirical Study. *European Research Studies Journal*, XXIV(Issue 4), 1018–1046. <https://doi.org/10.35808/ersj/2648>
- Tsakila, N. F., Wirahadi, M. A., Fadilah, A. A., & Simanjuntak, H. (2024). Analisis Dampak Fintech terhadap Kinerja dan Inovasi Perbankan di Era Ekonomi Digital. *Indonesian Journal of Law and Justice*, 1(4), 11. <https://doi.org/10.47134/ijlj.v1i4.2787>
- Yogaswari, D. A., & Diantini, N. N. A. (2024). *PENGARUH INOVASI DIGITAL TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERBANKAN DI INDONESIA*. 13(9), 1936–1947.
- Yussaivi, A., Suhartanto, D., & Syarief, M. E. (2020). An Analysis of the Determining Factors of Mobile Banking Adoption in Islamic Banks. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 879(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/879/1/012174>