

**Perceived Enjoyment dan Kepercayaan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan  
Mobile Banking PT. Bank BPD**

Luh Nyoman Rai Ardani<sup>1</sup>  
Ni Luh Putu Nita Yulianti\*<sup>2</sup>

PT. Bank BPD<sup>1</sup>  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis\*<sup>2</sup>  
Universitas Musamus

Email : [yuliantinita@unmus.ac.id](mailto:yuliantinita@unmus.ac.id)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *perceived enjoyment* dan kepercayaan *user* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku penggunaan *mobile banking* PT. Bank BPD Bali. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan *mobile banking* PT. Bank BPD Bali. Sampel pada penelitian ini sebanyak 98 responden dan pengambilan sampel menggunakan metode *nonprobability sampling* yaitu *accidental sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif yaitu analisis regresi linier berganda dengan menggunakan alat uji SPSS. Hasil uji *f* menunjukkan bahwa *perceived enjoyment* dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku penggunaan *mobile banking* PT. Bank BPD Bali. Sedangkan hasil uji *t* menunjukkan bahwa *perceived enjoyment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku penggunaan *mobile banking* PT. Bank BPD Bali artinya semakin tinggi *perceived enjoyment*, maka semakin tinggi minat perilaku nasabah dalam menggunakan *mobile banking* PT. Bank BPD Bali. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku penggunaan *mobile banking* PT. Bank BPD Bali artinya semakin tinggi kepercayaan, maka semakin tinggi minat perilaku nasabah dalam menggunakan *mobile banking* PT. Bank BPD Bali.

**Kata kunci** : *Perceived Enjoyment, Kepercayaan, Minat Perilaku, Mobile Banking*

**Copy Right** @ 2023 MJBMM FEB Universitas Musamus

**ABSTRACT**

*The study aims to determine whether the perceived enjoyment and trust positive and significant effect on the behavioral intention to use PT. Bank BPD Bali mobile banking. The technique of collecting data using questionnaires. The population used in this study is a customer who used PT. Bank BPD Bali mobile banking. The sample in this study is 98 respondents and sampling used nonprobability sampling method is accidental sampling. The analysis method used is quantitative analysis of multiple linear regression analysis using SPSS tes equipment. The result of f-test showed that perceived enjoyment and trust simultan eously positive and significant effect on the behavioral intention to use PT. Bank BPD Bali mobile*

*banking. While the results of the t test show that perceived enjoyment has a positive and significant effect on the behavioral intention to use PT. Bank BPD Bali mobile banking means that the higher the perceived enjoyment, the higher on the behavioral intention to use PT. Bank BPD Bali mobile banking. Trust has a positive and significant effect on the behavioral intention to use PT. Bank BPD Bali mobile banking means that the higher the trust, the higher on the behavioral intention to use PT. Bank BPD Bali mobile banking.*

**Keywords : Perceived Enjoyment, Trust, Behavioral Intention, Mobile Banking**

## **Pendahuluan**

Salah satu sektor yang ikut terpengaruh oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi adalah sektor perbankan (Amanullah, 2014). Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan, 1998). Beberapa tahun terakhir bank komersial telah banyak memperkenalkan dan menerapkan sistem perbankan berbasis internet untuk meningkatkan pelayanan dan mengurangi biaya. *Internet banking* atau yang lebih dikenal *e-banking* yang merupakan bentuk layanan perbankan secara elektronik, melalui media *e-banking* pada dasarnya merupakan suatu kontrak transaksi antara pihak bank dan nasabah yang memberikan manfaat berganda dengan menggunakan media internet (Silvia, 2014). *Mobile banking* merupakan salah satu bentuk layanan yang disediakan oleh bank untuk memungkinkan nasabah melakukan transaksi melalui ponsel seluler (Amanullah, 2014).

Keberhasilan sebuah sistem informasi tergantung bagaimana tingkat penerimaan individu terhadap penerapan sistem informasi tersebut. Penerimaan sebuah teknologi informasi dapat diukur dengan menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM). Model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model* atau TAM) merupakan suatu model penerimaan teknologi informasi yang akan digunakan oleh pemakai. *Technology Acceptance Model* (TAM) diadaptasi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang diperkenalkan oleh Ajzen dan Fishbein (1980), dan diusulkan oleh Davis (1989). *Perceived enjoyment* merupakan variabel utama dalam menggunakan teknologi informasi (*mobile banking*) (Poon, 2008). *Perceived enjoyment* adalah sejauh mana seorang individu menerima pantulan menggunakan teknologi untuk menjadi menyenangkan dalam dirinya sendiri, terlepas dari konsekuensi kinerja yang dapat diantisipasi (Alalwan et al., 2018). *Perceived enjoyment* merupakan hal yang penting dalam

menggunakan layanan transaksi *mobile banking* karena dapat memudahkan akses *mobile banking* kapanpun dan dimanapun, menjadikan pengguna merasakan kenyamanan dalam bertransaksi (Silvia, 2014). Kepercayaan (*trust*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat dalam penggunaan teknologi (*mobile banking*) (Harlan, 2014). Minat perilaku (*behavioral intention*) adalah suatu keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu (Hartono, 2007). PT. Bank BPD Bali merupakan salah satu bank yang menawarkan layanan *mobile banking* yang diberi nama BPD BALI *Mobile* dan telah diluncurkan pada tahun 2015 guna untuk meningkatkan kualitas layanan kepada nasabah. BPD BALI *Mobile* adalah aplikasi yang dapat diakses melalui smartphone oleh nasabah PT. Bank BPD Bali. Walaupun dikatakan *mobile banking* sangat mempermudah proses transaksi perbankan, tetapi pada kenyataannya tidak semua nasabah PT. Bank BPD Bali menggunakan layanan *mobile banking* untuk melakukan transaksi perbankan, sebagian nasabah memilih untuk tetap melakukan transaksi dengan mendatangi kantor cabang PT. Bank BPD Bali.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh *Perceived Enjoyment* Dan Kepercayaan User Terhadap Minat Perilaku Penggunaan *Mobile banking* PT. Bank BPD Bali.”** Maka dapat diperoleh pokok permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah *perceived enjoyment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku penggunaan *mobile banking* PT. Bank BPD Bali?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku penggunaan *mobile banking* PT. Bank BPD Bali?

Sesuai dari pokok permasalahan yang diajukan, maka tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui *perceived enjoyment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku penggunaan *mobile banking* PT. Bank BPD Bali.
2. Untuk mengetahui kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku penggunaan *mobile banking* PTBPD Bali.

## **Tinjauan Pustaka**

### ***Technology Acceptance Model (TAM)***

Model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model*) diperkenalkan oleh Ajzen

dan Fishbein (1980), dan diusulkan oleh Davis (1989), yang diadopsi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). TAM mengasumsikan bahwa penerimaan seseorang atas teknologi informasi dipengaruhi oleh dua variabel utama yaitu *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. *Technology Acceptance Model* mengasumsikan bahwa penerimaan seseorang atas teknologi informasi dipengaruhi oleh dua variabel utama yaitu *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Selain *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*, menurut (Poon, 2008), *Perceived enjoyment* merupakan variabel utama dalam menggunakan teknologi informasi (*mobile banking*). *Perceived enjoyment* adalah sejauh mana seorang individu menerima pantulan menggunakan teknologi untuk menjadi menyenangkan dalam dirinya sendiri, terlepas dari konsekuensi kinerja yang dapat diantisipasi. Dalam penelitian (Harlan, 2014), kepercayaan (*trust*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat dalam penggunaan teknologi (*mobile banking*). Minat perilaku (*behavioral intention*) adalah suatu keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu (Hartono, 2007).

### ***Mobile Banking***

*Mobile banking* merupakan salah satu bentuk layanan yang disediakan oleh bank untuk memungkinkan nasabah melakukan transaksi melalui ponsel seluler (Amanullah, 2014). *Mobile banking* merupakan salah satu wujud dari kemajuan perkembangan teknologi di sektor perbankan dengan tujuan meningkatkan pelayanan kepada nasabah. Fasilitas layanan ini sangat membantu kebutuhan nasabah yang memiliki mobilitas dan kesibukan yang cukup tinggi, disamping itu dengan adanya fasilitas *mobile banking* maka nasabah akan merasa lebih efektif dan efisien.

### ***Perceived Enjoyment***

*Perceived enjoyment* adalah sejauh mana seorang individu menerima pantulan menggunakan teknologi untuk menjadi menyenangkan dalam dirinya sendiri, terlepas dari konsekuensi kinerja yang dapat diantisipasi. *Mobile banking* menyediakan tingkat kenyamanan yang lebih tinggi yang mana memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan kapanpun dan di manapun (Silvia, 2014). Jika dibandingkan dengan transaksi perbankan tanpa menggunakan *mobile banking* misalnya dengan transaksi interpersonal, *mobile banking* memberikan lebih banyak keuntungan dan kemudahan. Seperti misalnya, jika ingin membayar

tagihan atau mentransfer uang, apabila melalui kantor cabang, maka nasabah harus mengantri lama untuk melakukan transaksi tersebut. Hal ini tentunya kurang memberikan kenyamanan bagi nasabah. Berbeda jika transaksi tersebut dilakukan dengan *mobile banking*. Jika menggunakan *mobile banking*, transaksi tersebut cukup dilakukan dengan hanya bermodalkan ponsel selular kapanpun dan dimanapun nasabah berada. Tentunya hal ini akan lebih menghemat waktu nasabah, khususnya bagi nasabah yang sibuk.

### **Kepercayaan (*Trust*)**

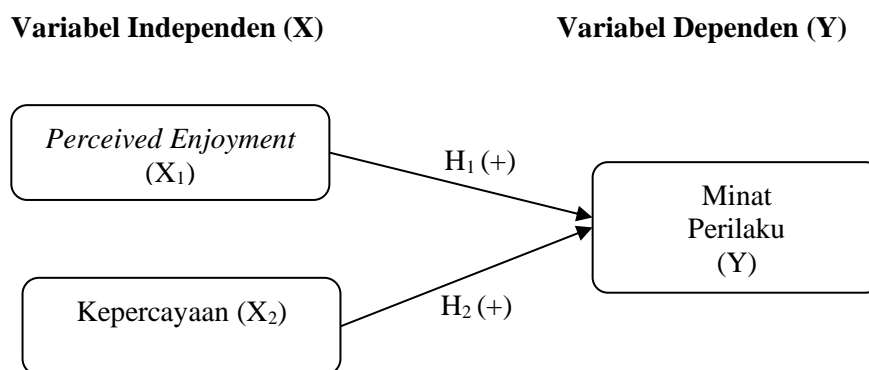
Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dianut oleh seseorang tentang sesuatu (Kotler & Keller, 2016). Pihak nasabah meragukan aspek kepercayaan pada kebijakan keamanan dan kerahasiaan bank. Kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan pada keinginan nasabah untuk terlibat dalam transaksi finansial secara *online* dan pemberian informasi yang bersifat rahasia (seperti kerahasiaan *user id* dan *password*, akun pribadi, dll). Kepercayaan nasabah didefinisikan disini sebagai indikator keadaan psikologis yang mengarah pada kepercayaan dalam melakukan transaksi perbankan di internet, menjaga kepentingan transaksi nasabah, menjaga komitmen dalam melayani nasabah, dan memberikan manfaat pada penggunaannya (Amanullah, 2014). Konsep kepercayaan ini berarti bahwa nasabah percaya terhadap keandalan pihak bank dapat menjamin keamanan dan kerahasiaan akun nasabah. Keamanan berarti bahwa penggunaan itu aman, resiko hilangnya data atau informasi sangat kecil, dan resiko pencurian rendah. Sedangkan kerahasiaan berarti bahwa segala hal yang berkaitan dengan informasi pribadi pengguna terjamin kerahasiaannya, tidak ada pihak ketiga yang dapat mengetahuinya (Silvia, 2014).

### **Minat Perilaku**

Minat atau intensi (*intention*) adalah keinginan untuk melakukan perilaku. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika mempunyai keinginan atau minat untuk melakukannya (Hartono, 2007). Minat perilaku (*behavioral intention*) adalah suatu keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku yang tertentu (Hartono, 2007). Minat penggunaan teknologi informasi didefinisikan sebagai tingkat keinginan atau niat pemakai menggunakan sistem secara terus menerus dengan asumsi bahwa mereka mempunyai akses terhadap informasi (Jati & Laksito, 2012). Nasabah akan berniat untuk menggunakan teknologi

informasi (*mobile banking*) apabila nasabah meyakini bahwa dengan menggunakan *mobile banking* akan dapat meningkatkan kinerjanya dan mempermudah melakukan transaksi perbankan.

**Gambar 1 Kerangka Pikir**



### Metode Penelitian

Lokasi penelitian dalam penelitian ini dilakukan di wilayah Denpasar dan sekitarnya. Pada periode September 2016 pengguna *mobile banking* PT. Bank BPD Bali secara keseluruhan berjumlah 12.001 nasabah dan jumlah terbanyak berada di wilayah Denpasar yaitu sebesar 5.075 nasabah (42,3%). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang berada di wilayah Denpasar yang terdaftar sebagai pengguna *mobile banking* PT. Bank BPD Bali. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *nonprobability sampling* yaitu *accidental sampling*. Dalam penelitian ini sampel yang diambil sebanyak 98 orang ditentukan dengan rumus slovin.

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian yang meliputi jawaban responden terhadap kuesioner-kuesioner yang telah diajukan guna untuk mengukur minat perilaku penggunaan *mobile banking* pada nasabah PT. Bank BPD Bali. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari PT. Bank BPD Bali (peneliti sebagai tangan kedua) berupa data jumlah nasabah yang menggunakan *mobile banking*.

Teknik Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan responden (Sugiyono, 2016). Pengukuran variabel menggunakan teknik pengukuran skala likert yaitu untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial, dengan pola sebagai berikut: Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Ragu-ragu (R), Setuju (S) dan Sangat Setuju (SS).

Teknik Analisis Data dalam penelitian ini menggunakan Regresi Linier Berganda yaitu regresi yang memiliki satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen (Sugiyono, 2017) dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*).

## **Hasil dan Pembahasan**

### **Uji Normalitas**

Uji Normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan adalah dengan menggunakan statistik *Kolmogorov-Smirnov*. Kriteria yang digunakan dalam pengujian ini adalah membandingkan antara tingkat signifikansi yang didapat dengan tingkat *alpha* yang digunakan yaitu 5%, di mana data tersebut dikatakan berdistribusi normal bila  $\text{sig} > \alpha$ . Hasil menunjukkan bahwa besarnya nilai Kolmogorov-Smirnov Z yaitu 1,267 dengan nilai Asymp.Sig (2-tailed) sebesar 0,081 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data yang berdistribusi normal.

### **Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Untuk memprediksi ada atau tidaknya korelasi antar sesama variabel bebas dapat dilihat dari nilai tolerance dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai tolerance lebih dari 10% atau VIF kurang dari 10 maka dapat dikatakan tidak adanya multikolinieritas. Hasil menunjukkan bahwa nilai *tolerance* variabel bebas berada di atas 0,1 dan nilai VIF variabel *perceived enjoyment* dan kepercayaan berada di bawah 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa model tidak terdapat gejala multikolinieritas.

**Tabel 1 Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Collinierity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
<i>Perceived Enjoyment</i>	.727	1.376
Kepercayaan	.617	1.620

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual pengamatan satu ke pengamatan lainnya. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila bila nilai signifikan lebih besar dari 0,05. Model regresi yang baik apabila tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil menunjukkan bahwa tingkat signifikansi tiap variabel bebas yaitu variabel *perceived enjoyment* dan kepercayaan berada di atas 0,05 sehingga dapat disimpulkan model regresi terbebas dari heteroskedastisitas.

**Tabel 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

No	Variabel	Sig.	Keterangan
1.	<i>Perceived Enjoyment</i>	0,070	Bebas heteroskedastisitas.
2.	Kepercayaan	0,347	Bebas heteroskedastisitas.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi linier berganda dari hasil analisis dapat dibuatkan persamaan sebagai berikut:

**Tabel 3 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.488	.878		3.974	.000
<i>Perceived Enjoyment</i>	.165	.065	.205	2.516	.014
Kepercayaan	.162	.074	.193	2.181	.032

$$Y = 3,488 + 0,165 X_1 + 0,162 X_2$$

Berdasarkan persamaan tersebut, artinya terdapat pola pengaruh positif antara variabel



*perceived enjoyment* ( $X_1$ ) dan kepercayaan ( $X_2$ ) terhadap minat perilaku (Y) pengguna *mobile banking* pada PT. Bank BPD Bali. Diketahui konstanta besarnya 3,488 mengandung arti jika variabel *perceived enjoyment* ( $X_1$ ) dan kepercayaan ( $X_2$ ) tidak berubah, maka minat perilaku (Y) tidak mengalami perubahan atau sama dengan 3,488. Bila *perceived enjoyment* ( $X_1$ ) dan kepercayaan ( $X_2$ ) meningkat maka minat perilaku (Y) pengguna *mobile banking* pada PT. Bank BPD Bali juga meningkat. Begitu pula sebaliknya, bila *perceived enjoyment* ( $X_1$ ) dan kepercayaan ( $X_2$ ) menurun maka minat perilaku (Y) pengguna *mobile banking* pada PT. Bank BPD Bali juga menurun. Nilai Signifikan untuk variabel *perceived enjoyment* ( $X_1$ ) dan kepercayaan ( $X_2$ ) adalah 0,014; dan 0,032 lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ . Artinya pengaruh *perceived enjoyment* ( $X_1$ ) dan kepercayaan ( $X_2$ ) terhadap minat perilaku (Y) pengguna *mobile banking* pada PT. Bank BPD Bali adalah signifikan.

#### Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 1.4 Hasil Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.742 <sup>a</sup>	.551	.532	.81506

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, *Perceived Enjoyment* ,

b. Dependent Variable: MinatPerilaku

Koefisien determinasi merupakan variasi dari variabel terikat yang mampu dijelaskan oleh variabel bebas. Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah 0,532 atau 53,20%, artinya kontribusi variabel *perceived enjoyment* ( $X_1$ ) dan kepercayaan ( $X_2$ ) dalam menjelaskan variabel terikat yaitu minat perilaku (Y) penggunaan *mobile banking* sebesar 53,20%, dan sisanya sebesar 46,80% dipengaruhi oleh faktor lain.

## Uji F (Uji Simultan)

**Tabel 5 Hasil Uji F  
ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	75.820	4	18.955	28.533	.000 <sup>a</sup>
	Residual	61.782	93	.664		
	Total	137.602	97			

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, *Perceived Enjoyment*

b. Dependent Variable: MinatPerilaku

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan variabel independen (X) secara simultan terhadap variabel dependen (Y). Berdasarkan hasil analisis uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 28,533 dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Artinya dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel *perceived enjoyment* ( $X_1$ ) dan kepercayaan ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku (Y) penggunaan *mobile banking* PT. Bank BPD Bali.

## Uji Parsial

**Tabel 6 Hasil Uji T**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.488	.878		3.974	.000
<i>Perceived Enjoyment</i>	.165	.065	.205	2.516	.014
Kepercayaan	.162	.074	.193	2.181	.032

Uji t digunakan untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Hasil Uji T menunjukkan bahwa:

1. Pengaruh secara parsial antara *perceived enjoyment* ( $X_1$ ) terhadap minat perilaku (Y) penggunaan *mobile banking* PT. Bank BPD Bali. Hasil penelitian menunjukkan nilai t hitung pada variabel *perceived enjoyment* ( $X_1$ ) adalah 2,516 dengan nilai signifikan  $0,014 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel *Perceived enjoyment* ( $X_1$ ) terhadap minat perilaku (Y) penggunaan *mobile banking* PT. Bank BPD Bali.

2. Pengaruh secara parsial antara kepercayaan ( $X_2$ ) terhadap minat perilaku (Y) penggunaan *mobile banking* PT. Bank BPD Bali. Hasil penelitian menunjukkan nilai  $t$  hitung pada variabel kepercayaan ( $X_2$ ) adalah 2,181 dengan nilai signifikan  $0,032 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel kepercayaan ( $X_2$ ) terhadap minat perilaku (Y) penggunaan *mobile banking* PT. Bank BPD Bali.

### Pembahasan

1. Pengaruh secara parsial antara *Perceived Enjoyment* ( $X_1$ ) terhadap Minat Perilaku (Y) penggunaan *mobile banking*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel *perceived enjoyment* ( $X_1$ ) terhadap minat perilaku (Y) penggunaan *mobile banking* PT. Bank BPD Bali. Artinya semakin tinggi *perceived enjoyment*, maka semakin tinggi minat perilaku nasabah dalam menggunakan *mobile banking* PT. Bank BPD Bali. *Perceived enjoyment* adalah sejauh mana seorang individu menerima pantulan menggunakan teknologi untuk menjadi menyenangkan dalam dirinya sendiri, terlepas dari konsekuensi kinerja yang dapat diantisipasi. *Perceived enjoyment* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem informasi. Dalam penelitiannya *perceived enjoyment* sangat dominan mempengaruhi minat menggunakan suatu sistem informasi (Silvia, 2014). Jadi jika sistem informasi semakin nyaman dalam penggunaan maka akan semakin banyak juga minat seseorang untuk menggunakannya. Pernyataan tersebut juga didukung oleh penelitian (Astuti, 2020) bahwa *perceived enjoyment* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem informasi.
2. Pengaruh secara parsial antara Kepercayaan ( $X_2$ ) terhadap Minat Perilaku (Y) penggunaan *mobile banking*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel Kepercayaan ( $X_2$ ) terhadap minat perilaku (Y) penggunaan *mobile banking* PT. Bank BPD Bali. Artinya semakin tinggi kepercayaan, maka semakin tinggi minat perilaku nasabah dalam menggunakan *mobile banking* PT. Bank BPD Bali. Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dianut oleh seseorang tentang sesuatu. (Yakut, 2020), menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan sistem informasi. Pernyataan ini didukung oleh

penelitian yang dilakukan (Adiyanti & Pudjihardjo, 2014), yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan sistem informasi.

### **Kesimpulan dan Saran**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan *perceived enjoyment* ( $X_1$ ) terhadap minat perilaku (Y) penggunaan *mobile banking* PT. Bank BPD Bali. Artinya semakin tinggi *perceived enjoyment*, maka semakin tinggi minat perilaku nasabah dalam menggunakan *mobile banking* PT. Bank BPD Bali.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan Kepercayaan ( $X_2$ ) terhadap minat perilaku (Y) penggunaan *mobile banking* PT. Bank BPD Bali. sArtinya semakin tinggi kepercayaan, maka semakin tinggi minat perilaku nasabah dalam menggunakan *mobile banking* PT. Bank BPD Bali.

Berdasarkan simpulan penelitian maka dapat disarankan sebagai berikut :

1. Penelitian selanjutnya dapat memperluas populasi dan sampel hingga mencakup seluruh pengguna *mobile banking* di PT. Bank BPD Bali dan Lombok, dan menambahkan variabel kerahasiaan dan keamanan maupun kesiapan nasabah terhadap penggunaan *mobile banking* tersebut, sehingga hasil penelitian ini bisa digeneralisasi dan disarankan untuk mengkategorikan responden dengan lebih spesifik.
2. Kepada manajemen PT. Bank BPD Bali untuk lebih mensosialisasikan penggunaan *mobile banking* kepada setiap nasabah dan memberikan panduan tentang fasilitas yang disediakan PT. Bank BPD Bali serta cara penggunaannya, selain secara langsung dan lewat online, panduan juga bisa berupa buku saku agar fasilitas yang disediakan dapat berfungsi secara maksimal guna untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah.
3. Kepada nasabah PT. Bank BPD Bali agar terus update tentang segala fasilitas pelayanan yang disediakan bank agar mempermudah dalam melakukan transaksi perbankan.

### **Daftar Pustaka**

Adiyanti, A. I., & Pudjihardjo, M. (2014). Pengaruh pendapatan, manfaat, kemudahan penggunaan, daya tarik promosi, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan layanan e-money. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3(1).

- Alalwan, A. A., Baabdullah, A. M., Rana, N. P., Tamilmani, K., & Dwivedi, Y. K. (2018). Examining adoption of mobile internet in Saudi Arabia: Extending TAM with perceived enjoyment, innovativeness and trust. *Technology in Society*, 55, 100–110.
- Amanullah, B. (2014). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking (Survey Pada Nasabah Bank BCA Semarang)*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Astuti, D. P. (2020). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Prilaku Wajib Pajak Orang Pribadi Melaporkan SPT Menggunakan E-Filling Wajib Pajak Orang Pribadi Kota Dompu*. Universitas Islam Malang.
- Harlan, D. (2014). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsian Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking Pada UMKM di Kota Yogyakarta*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Hartono, J. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. ANDI.
- Jati, N. J., & Laksito, H. (2012). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat pemanfaatan dan penggunaan sistem e-ticket (Studi empiris pada biro perjalanan di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Accounting*, 1(1), 511–524.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Poon, W. (2008). Users' adoption of e-banking services: the Malaysian perspective. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 23(1), 59–69.
- Silvia, M. A. (2014). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Ahmad Yani Makassar*. Universitas Hasanuddin.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 Tentang Perbankan, (1998).
- Yakut, A. K. (2020). *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kepercayaan dan Computer Self Efficacy Terhadap Penggunaan E-banking Pada Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon (Studi Komparatif Pada Mahasiswa Perbankan Syariah dan Hukum Ekonomi syariah). Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati*.