

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI
TINGKAT KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN *MOBILE BANKING* DI
KALANGAN GENERASI
Y DAN Z
(Studi Pada Masyarakat Kecamatan Medan Sunggal)**

SKRIPSI

OLEH :

**JULISTIA WARDHANI
188320310**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 28/10/22

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)28/10/22

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI
TINGKAT KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN *MOBILE BANKING* DI
KALANGAN GENERASI
Y DAN Z
(Studi Pada Masyarakat Kecamatan Medan Sunggal)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Medan Area

OLEH :

**JULISTIA WARDHANI
188320310**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 28/10/22

Access From (repository.uma.ac.id)28/10/22

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Tingkat Keamanan
Terhadap Keputusan Penggunaan *Mobile Banking* Di Kalangan
Generasi Y Dan Z (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Medan
Sunggal)

Nama : Julistia Wardhani

NPM : 188320310

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh :

Komisi Pembimbing

(Teddi Pribadi, SE, MM)
Pembimbing

Mengetahui :



(Ahmad Rafiki, BBA, MMgt, PhD, CIMA)
Dekan

(Nindya Yunita, S. Pd, M.Si)
Ka. Prodi Manajemen

Tanggal/ Bulan/ Tahun Lulus : 08/September/2022

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 28/10/22

Access From (repository.uma.ac.id)28/10/22

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINILITAS

Dengan ini, saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Tingkat Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan *Mobile Banking* Di Kalangan Generasi Y Dan Z (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Medan Sunggal)” benar merupakan hasil karya saya sendiri dan judul yang dimaksud belum pernah dimuat, dipublikasikan, atau bahkan diteliti oleh sumber manapun.

Saya bersedia menerima pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila kiranya dikemudian hari adanya ditemukan sebuah tindakan plagiat pada skripsi ini.

Medan, 08 September 2022



Julistia Wardhani
188320310

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR/ SKRIPSI/ TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Julistia Wardhani
NPM : 188320310
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Tingkat Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan *Mobile Banking* Di Kalangan Generasi Y Dan Z (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Medan Sunggal)”. Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*Database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Medan

Pada Tanggal : 08 September 2022

Yang Menyatakan



Julistia Wardhani
188320310

RIWAYAT HIDUP

Julistia Wardhani, atau kerap dikenal dengan panggilan Julis, lahir di Sei Nangka 24 Oktober 2000. Peneliti merupakan anak pertama dari 4 bersaudara oleh Bapak Jumadi dan Ibu Yatini. Menempuh pendidikan di SDN 014638 pada tahun 2007-2013, MTsN Tanjungbalai pada tahun 2013-2015, MAN Tanjungbalai pada 2015-2018, dan pada tahun 2018 resmi terdaftar sebagai mahasiswa Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area.

Pada hakikatnya kesempurnaan hanya pemilik Sang Maha Pencipta, maka peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran mengenai skripsi, sehingga dapat disampaikan kepada peneliti melalui alamat email jutiwa24@gmail.com atau No. Wa : 0858-0514-7134.



ABSTRAK

Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Tingkat Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan *Mobile Banking* Di Kalangan Generasi Y Dan Z Pada Masyarakat Kecamatan Medan Sunggal

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Tingkat Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan *Mobile Banking* Di Kalangan Generasi Y Dan Z Pada Masyarakat Kecamatan Medan Sunggal”. Yang mana Persepsi Kemudahan diartikan sebagai seberapa jauh seorang individu merasa yakin akan terbebas dari kesukaran usaha apabila ia menggunakan suatu teknologi. Persepsi Tingkat Keamanan merupakan keadaan dimana terbebas dari bahaya. Dan Keputusan Penggunaan merupakan tindakan yang dilakukan oleh konsumen yang ingin melakukan sebuah pilihan maka konsumen tersebut harus sudah memiliki dua atau lebih alternatif.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini merupakan pengguna *Mobile Banking* di wilayah Kecamatan Medan Sunggal dengan total sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan teknik *sampling* menggunakan *Non Probability Sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* dan kriteria pengguna berasal dari Kalangan Generasi Y dan Z serta telah menggunakan *Mobile Banking* minimal 3 kali transaksi. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuisioner melalui *Google Form*.

Berdasarkan hasil Uji T didapati bahwa Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan. Pada pengujian X_2 (Persepsi Tingkat Keamanan) didapati bahwa Persepsi Tingkat Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan. Berdasarkan hasil Uji F didapati bahwa Persepsi Kemudahan dan Persepsi Tingkat Keamanan pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap Keputusan Penggunaan. Pada Uji Koefisien Determinasi (R^2) terlihat bahwa nilai *Adjusted R Square* yang diperoleh yaitu sebesar 0,755 (75,5%). Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen memiliki kemampuan yang kuat (0,60-0,799) dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen (Keputusan Penggunaan) pada penelitian ini. Sisanya 24,5% yang akan terpengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak dapat dijelaskan pada penelitian ini.

Kata Kunci : Persepsi Kemudahan, Persepsi Tingkat Keamanan, Keputusan Penggunaan

ABSTRACT

The Effect of Perceived Ease and Perceived Security Levels on Decisions to Use Mobile Banking Among Generation Y and Z in District of Medan Sunggal

This study aims to determine "The Effect of Perceptions of Ease and Perception of Security Levels on Decisions to Use Mobile Banking Among Generations Y and Z in the District of Medan Sunggal". Perception of convenience is defined as how far an individual feels confident that he will be free from business difficulties if he uses a technology. Perceived level of security is a state of being free from danger. And the decision to use is an action taken a consumer who wants to make a choice, the consumer must already have two or more alternatives.

This research uses associative research type. The population in this study are Mobile Banking users in the District of Medan Sunggal area with a total sample of 100 respondents using a sampling technique using Non Probability Sampling with a purposive sampling approach and the criteria for users are from Generation Y and Z and have used Mobile Banking at least 3 transactions. . Data was collected Oleh distributing questionnaires through Google Form.

Based on the results of the T test, it was found that the perception of convenience had a positive and significant effect on the decision to use. In the X_2 test (Security Level Perception) it was found that the Security Level Perception had a positive and significant effect on the Decision to Use. Based on the results of the F test, it was found that the perception of convenience and the level of security had a simultaneous effect on the decision to use. In the Coefficient of Determination Test (R^2), it can be seen that the Adjusted R Square value obtained is 0.755 (75.5%). This shows that the independent variable has a strong ability (0.60-0.799) in explaining variations in the dependent variable (Use Decision) in this study. The remaining 24.5% will be affected by other factors that cannot be explained in this study.

Keywords: *Perception of Ease, Perception of Security Level, Decision to Use*

KATA PENGANTAR

Dengan segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang melimpahkan segala rahmat, nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Adapun judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Tingkat Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan *Mobile Banking* Di Kalangan Generasi Y Dan Z Pada Masyarakat Kecamatan Medan Sunggal”**. Adapun penyusunan skripsi ini, penulis menyusun dengan maksud dan tujuan untuk memenuhi tugas akhir dan melengkapi salah satu syarat kelulusan guna untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Medan Area.

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya akan adanya keterbatasan waktu, pengetahuan, dan biaya sehingga tanpa bantuan dan bimbingan dari semua pihak tidaklah mungkin dapat berhasil dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan segala ketulusan hati, penulis ingin menyampaikan segala penghormatan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh individu yang telah memberikan banyak dukungan yang luar biasa di setiap harinya, dalam bentuk doa maupun materi selama masa studi dan penyelesaian skripsi yang telah saya tempuh.

Selanjutnya penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan sebesar – besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.

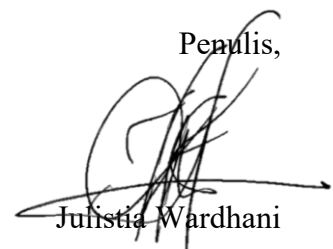
2. Bapak Ahmad Rafiki, BBA, MM,. PhD selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
3. Nindya Yunita, S.Pd, M.Si selaku Ketua Prodi Program Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
4. Bapak H. Amrin Mulia U, Nst, SE, MM selaku ketua penguji yang telah meluangkan waktu untuk hadir dan memimpin pelaksanaan acara sidang meja hijau.
5. Bapak Teddi Pribadi, SE, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dalam penyusunan serta memberikan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Siti Alhamra Salqaura, SE, M.Si selaku Sekretaris Dosen yang telah meluangkan waktu serta memberikan saran ketika bertukar pikiran dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Dr. Wan Suryani, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan saran dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area yang telah memberikan ilmu pengetahuan, bimbingan dan nasehat kepada penulis selama menuntut ilmu di Universitas Medan Area
9. Seluruh Pegawai yang telah membantu mempermudah proses pengurusan administrasi Universitas Medan Area
10. Kepada Pimpinan Badan Penelitian dan Pengembangan (Balitbang) Kota Medan beserta jajarannya yang telah membantu penulis dalam pembuatan dan pemberian rekomendasi survey demi berjalannya penelitian ini.

11. Kepada Camat Medan Sunggal beserta jajarannya yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian dan mendapatkan data yang diperlukan dalam penyelesaian skripsi ini, kecekatan pelayanan kalian sangat membantu serta mempermudah mahasiswa dalam menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
12. Kepada orang tua dan adik tercinta, Ayahanda Jumadi, Ibunda Yatini, dan Adik Delfia Friska Wardhani yang senantiasa memberikan kasih sayang serta memberikan doa, dukungan dan motivasi kepada penulis selama proses penulisan skripsi.
13. Kepada teman terkasih Taufik Karunia, *I have to tell you thank you anyway.*
14. Kepada sahabat saya Indah Shofira, Indah Yolanda, Putri Ramadani Syahdar, Lutfia Amelia, Zerry Syafitri, Ananda Dwi Putri Sinaga, dan Ajeng Retno Pratiwi, serta kepada pihak – pihak yang terlibat secara tidak langsung yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa masih banyak keterbatasan kemampuan yang dimiliki, dan penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kepada pembaca dapat kiranya memberikan kritik dan saran yang dapat membangun untuk semua pihak. Dengan demikian penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkannya.

Medan, 08 September 2022

Penulis,



Julistia Wardhani

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 9
2.1 <i>Mobile Banking</i>	9
2.1.1 Pengertian <i>Mobile Banking</i>	9
2.1.2 Fitur-fitur <i>Mobile Banking</i>	11
2.2 Persepsi Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived Ease Of Use</i>)	12
2.2.1 Pengertian Persepsi Kemudahan Penggunaan	12
2.2.2 Indikator Persepsi Kemudahan	14
2.3 Persepsi Tingkat Keamanan (<i>Perception of Security Level</i>)	15
2.3.1 Pengertian Persepsi Tingkat Keamanan	15
2.3.2 Indikator Persepsi Tingkat Keamanan	18
2.4 Keputusan Penggunaan	20
2.4.1 Pengertian Keputusan Penggunaan.....	20
2.4.2 Proses Pengambilan Keputusan Penggunaan	22
2.4.3 Indikator Keputusan Penggunaan	24
2.5 Penelitian Terdahulu.....	26
2.5. Kerangka Konseptual	28
2.5.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan <i>Mobile Banking</i>	28
2.5.2 Pengaruh Persepsi Tingkat Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan <i>Mobile Banking</i>	29
2.6 Hipotesis	30

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	31
3.1 Jenis, Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	31
3.1.1 Jenis Penelitian	31
3.1.2 Lokasi Penelitian.....	31
3.1.3 Waktu Penelitian.....	32
3.2 Populasi Dan Sampel.....	32
3.2.1 Populasi.....	32
3.2.2 Sampel	33
3.3 Defenisi Operasional Variabel	35
3.4 Jenis Dan Sumber Data	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data	37
3.6 Teknik Analisis Data	38
3.6.1 Uji Instrumen	39
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	40
3.6.3 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	42
3.6.4 Uji Hipotesis	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Hasil Penelitian.....	47
4.1.1 Sejarah Perkembangan <i>Mobile Banking</i>	47
4.1.2 Kelebihan Dan Kekurangan <i>Mobile Banking</i>	51
4.1.3 Logo <i>Mobile Banking</i> BCA, MANDIRI, BRI, BII (Maybank) Hingga CIMB	53
4.2 Penyajian Data.....	54
4.2.1 Identifikasi Responden	55
4.2.2 Penyajian Data Angket Responden.....	60
4.3 Teknik Analisis Data	69
4.3.1 Uji Instrumen	69
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	72
4.3.3 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	77
4.3.4 Uji Hipotesis	79
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	83
4.4.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan .	83
4.4.2 Pengaruh Persepsi Tingkat Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan	85
4.4.3 Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Tingkat Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan.....	86

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	88
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	95



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Bank Penerbit <i>Mobile Banking</i>	3
Tabel 2.1 Contoh Penyalahgunaan <i>Mobile Banking</i> di Industri Perbankan Indonesia.....	16
Tabel 2.2 Studi Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Rincinan Waktu Penelitian.....	32
Tabel 3.2 Defenisi dan Operasional Variabel	36
Tabel 3.3 Instrument Skala <i>Likert</i>	38
Tabel 3.4 Interval Koefisien Determinasi (R^2)	46
Tabel 4.1 Jumlah Pengguna <i>e-Banking</i> Per 31 Desember 2014	50
Tabel 4.2 Perkembangan Frekuensi Transaksi <i>Mobile Banking</i> pada Beberapa Bank di Indonesia	50
Tabel 4.3 Perkembangan Nilai Transaksi <i>Mobile Banking</i> pada Beberapa Bank di Indonesia.....	51
Tabel 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4.5 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.6 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel 4.7 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan/ Gaji/ Uang Saku Perbulan	57
Tabel 4.8 Identitas Responden Berdasarkan Lama Penggunaan	58
Tabel 4.9 Identitas Responden Berdasarkan Aplikasi <i>Mobile Banking</i> Yang Digunakan.....	59
Tabel 4.10 Tabulasi Data Responden Variabel Keputusan pembelian (Y)	61
Tabel 4.11 Tabulasi Data Responden Variabel Persepsi Kemudahan (X_1)	64
Tabel 4.12 Tabulasi Data Responden Variabel Persepsi Tingkat Keamanan (X_2)	66
Tabel 4.13 Estimasi Uji Validitas	70
Tabel 4.14 Kriteria Ukuran Kemantapan <i>Alpha</i>	71
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Variabel	72
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	73
Tabel 4.17 Uji Multikolinearitas	76
Tabel 4.18 Uji <i>Glejser</i> Heteroskedastisitas.....	77
Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	78
Tabel 4.20 Hasil Uji Parsial (Uji T)	80
Tabel 4.21 Hasil Uji Simultan (Uji F)-ANOVA.....	82
Tabel 4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Performa <i>Mobile Banking</i> Pada Beberapa Bank Tahun 2020-2021 (%)	5
Gambar 2.1 Lima Tahap Model Proses Pembelian Konsumen	22
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	29
Gambar 4.1 Logo BCA- <i>Mobile</i> Oleh Bank BCA	53
Gambar 4.2 Logo Livin Oleh Bank Mandiri.....	53
Gambar 4.3 Logo BRIMO Oleh Bank BRI	54
Gambar 4.4 Logo BII <i>Mobile Banking</i> Oleh Bank Maybank	54
Gambar 4.5 Logo Go <i>Mobile</i> Oleh Bank CIMB NIAGA	54
Gambar 4.6 Grafik Histogram.....	74
Gambar 4.7 Kurva Normal <i>Probability Plot</i>	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	96
Lampiran 2 Penyajian Data Jawaban Responden	102
Lampiran 3 Output Hasil Uji Statistik	111
Lampiran 4 Surat Izin Survey Oleh Universitas Medan Area	119
Lampiran 5 Surat Rekomendasi Survey Oleh Balitbang (Badan Penelitian dan Pengembangan) Kota Medan	120
Lampiran 6 Surat Pengantar Pelaksanaan Survey Oleh Camat Medan Sunggal	121
Lampiran 7 Surat Keterangan Selesai Survey Oleh Camat Medan Sunggal	122



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era modernisasi ini, dengan segala perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membuat persaingan ketat dalam perinovasian antar industri perbankan. Inovasi perbankan sendiri dilakukan dalam produk maupun layanan yang bersifat fisik maupun elektronik. Kemampuan dalam mengangkat teknologi baru kini sangat menentukan tingkat kesuksesan dan keberhasilan dalam pengembangan inovasi layanan (Gan, 2006). Peningkatan layanan elektronik ini sendiri bertujuan untuk meningkatkan keefesiensian kegiatan operasional dan mutu dari pada pelayanan perbankan kepada nasabahnya sehingga dari pada itu, perlunya pengembangan strategi bisnis yang mengarah pada layanan perbankan digital (OJK, 2017).

Penciptaan sistem teknologi informasi ini diindikasikan oleh kepekaan nasabah yang kian meningkat terhadap keinginan merasakan manfaat yang ditawarkan, dan kemudahan yang berada di genggaman. Seperti saat ini, penciptaan sistem teknologi tidak hanya terjadi pada sistem komunikasi namun juga sudah menyentuh sistem perbankan. Kondisi tersebut merupakan salah satu bentuk perbaikan layanan terhadap nasabah yang sebelumnya ketika melakukan transaksi perbankan tiap-tiap nasabah membutuhkan waktu minimal 10 menit untuk setiap layanan transaksi oleh nasabah. Hal demikian pastinya sangat merugikan bagi para nasabah serta menyita banyak waktu, sesuai dengan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/PJOK.03/2018 disebutkan bahwa Layanan Perbankan digital

merupakan layanan bagi nasabah Bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik yang dikembangkan dengan mengoptimalkan pemanfaatan data nasabah dalam rangka melayani nasabah secara lebih cepat, mudah, dan sesuai dengan kebutuhan (*customer experience*), serta dapat dilakukan secara mandiri sepenuhnya oleh nasabah dengan memperhatikan aspek pengamanan.

Perealisasi teknologi informasi dan komunikasi di dunia keuangan juga relatif lebih maju dibanding dengan sektor lainnya. Termasuk seperti saat ini, jasa keuangan telah banyak yang menyediakan alternatif pembayaran dan penyelesaian transaksi secara non tunai yang berbasis kartu maupun elektronik untuk mengetahui informasi keuangan setiap nasabah, di mulai dari kartu ATM (debit), kartu kredit, *e-money*, *e-wallet*, *internet banking*, dan bahkan yang sedang populer sekarang yaitu penggunaan *Mobile Banking*. Sri Maharsi dan Fenny (2006), berpendapat bahwa penggunaan *internet banking* menawarkan keuntungan bagi setiap nasabah dan juga lembaga keuangannya, karena *internet banking* dapat mengefisiensi waktu didalam layanan dan kecepatan penyelesaian transaksi.

Perkembangan *Mobile Banking* di Indonesia juga sedemikian cepat, karena layanan *Mobile Banking* mampu melakukan penyesuaian dengan nasabah di era modern saat ini. Menurut OJK (2015), *Mobile Banking* merupakan layanan yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau *smartphone*. Pengguna *Mobile Banking* diberikan kemudahan dan keamanan bertransaksi secara bebas, tidak terbatas oleh waktu dan lokasi. Faktor yang mempengaruhi para pengguna layanan perbankan lebih memilih sistem *electronic*

banking terkhusus *Mobile Banking* dalam kegiatan perbankan sehari-hari yaitu persepsi kemudahan dan persepsi tingkat keamanan.

Pada saat ini diperkirakan terdapat sekitar 20 lebih perbankan yang menerbitkan *Mobile Banking* di Indonesia yang dipaparkan pada tabel di bawah ini yaitu sebagai berikut :

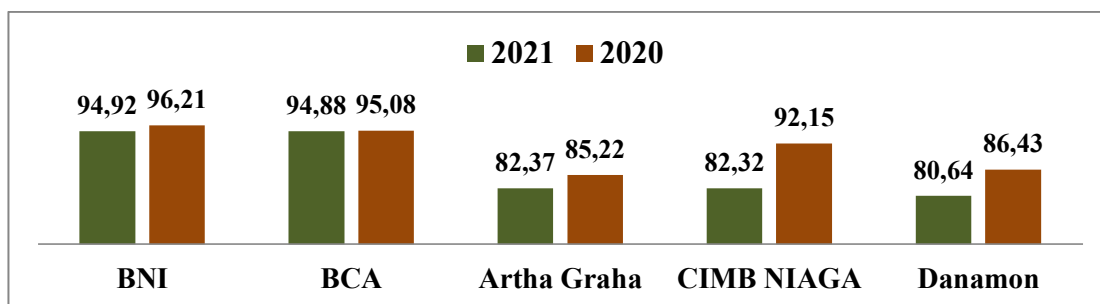
Tabel 1.1
Daftar Bank Penerbit *Mobile Banking*

NO	NAMA <i>MOBILE BANKING</i>	BANK PENERBIT
1	BRI <i>Mobile/ Brimo</i>	PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk
2	Livin	PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk
3	BNI <i>Mobile Banking</i>	PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk
4	BTN <i>Mobile Banking</i>	PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk
5	D-Bank PRO	PT. Bank Danamon Indonesia Tbk
6	PermataMobile X	PT. Bank Permata Tbk
7	BCA <i>Mobile</i>	PT. Bank Central Asia Tbk
8	M2U ID <i>App</i>	PT. Bank Maybank Indonesia Tbk
9	<i>Mobile</i> Panin	PT. Pan Indonesia Bank Tbk
10	OCTO <i>Mobile</i>	PT. Bank Cimb Niaga Tbk
11	AGI <i>Mobile</i>	PT. Bank Artha Graha Internasional Tbk
12	Muamalat DIN (<i>Digital Islamic Network</i>)	PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk
13	Mestika <i>Mobile</i>	PT. Bank Mestika Dharma Tbk
14	SOL <i>Mobile Banking</i>	PT. Bank Shinhan Indonesia
15	M-Smile (<i>Mega Smart Mobile</i>)	PT. Bank Mega Tbk
16	BSI <i>Mobile</i>	PT. Bank Syariah Indonesia Tbk
17	Motion <i>Banking</i>	PT. Bank MNC Internasional Tbk
18	BTPN Sinaya <i>Mobile</i>	PT. Bank BTPN Tbk
19	SUMUT <i>Mobile</i>	PT. Bpd Sumatera Utara
20	<i>Banking</i> HSBC	PT. Bank HSBC Indonesia

Sumber : OJK (2022)

Berdasarkan perkembangan *Mobile Banking*, menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia mulai menyukai dan menerima kehadiran model pembayaran cepat dan efisien ini. Seorang nasabah menginginkan sebuah pelayanan yang cepat, aman, nyaman, murah, bahkan berkelas yang bisa diakses dimanapun dan kapanpun. Kemudahan penggunaan dapat didefinisikan dengan seberapa jauh keyakinan seorang pengguna merasa terbebas dari banyaknya usaha apabila mereka menggunakan suatu teknologi tersebut dan memiliki kepercayaan bahwa ketika mereka menggunakan sistem teknologi tertentu mereka tidak akan lagi direpotkan oleh kesulitan dan tidak lagi dibutuhkannya suatu usaha yang besar saat penggunaan.

Seiring diterimanya *Mobile Banking* sebagai alternatif penyelesaian transaksi keuangan tidak menutup kemungkinan bahwa perkembangan dari berbagai ancaman akan turut berkembang sejalan dengan berkembangnya *Mobile Banking* tersebut. Maka dari pada itu, Persepsi tingkat keamanan merupakan persepsi nasabah terhadap Bank terkait mengenai bagaimana cara Bank untuk melindungi informasi personal atau individu yang terdaftar pada *Mobile Banking* ketika transaksi sedang dilakukan dari hal-hal yang tidak diinginkan dan keamanan transaksi pada elektronik membuat nasabah mempunyai perasaan yakin bahwa kerahasiaan dan data pribadinya terjamin dan terjaga ketika bertransaksi melalui *Mobile Banking* karena kekhawatiran utama bagi pengguna *Mobile Banking* yaitu kurangnya pengendalian terhadap kerahasiaan informasi yang mengakibatkan penyalahgunaan data pribadi pengguna.



Sumber : *Bank Service Excellence Monitor (BSEM) 2021* dari MRI

Gambar 1.1 Perkembangan Performa *Mobile Banking* Pada Beberapa Bank Tahun 2020-2021 (%)

Gambar 1.1 menunjukkan total persentase perkembangan performa *Mobile Banking* pada 5 Bank terpilih di tahun 2020 – 2021. Bank BNI mengalami penurunan performa sekitar 1,29%, Bank BCA mengalami penurunan performa sekitar 0,2%, Bank Artha Graha mengalami penurunan performa sekitar 2,85%, Bank CIMB NIAGA mengalami penurunan performa sekitar 9,83%, dan Bank Danamon mengalami penurunan performa sekitar 5,79%. Maka dari gambar 1.1 dapat disimpulkan bahwa Bank CIMB NIAGA mengalami penurunan performa paling besar jika dibandingkan dengan 4 Bank lainnya.

Peneliti telah melakukan wawancara kepada beberapa responden yang merupakan masyarakat di Kecamatan Medan Sunggal. Berdasarkan hasil wawancara tersebut peneliti menemukan beberapa permasalahan yang terdapat di lapangan. Adapun masalah pada persepsi kemudahan yang terlihat adalah bahwa sebagai pengguna *Mobile Banking* mereka masih merasakan adanya kesulitan dalam pengaksesan yang mana ketika ingin mulai mengakses *Mobile Banking* mereka harus selalu login dengan memasukkan kata sandi yang mereka gunakan dan dengan kegiatan tersebut mengakibatkan sering kalinya pengguna mengalami sandi mereka terblokir, hal tersebut cukup membuat pengguna merasa kesulitan dan resah. Dan untuk permasalahan pada persepsi tingkat keamanan berdasarkan

hasil wawancara kepada beberapa responden tersebut didapati adanya beberapa kasus, yang pertama yaitu adanya rasa tidak aman dan ketakutan ketika pengguna tanpa sengaja menghilangkan *ATM Card* mereka dan takut akan ditemukan oleh orang yang tidak bertanggung jawab sehingga dapat mengakibatkan terbobolnya akun *Mobile Banking* pengguna dengan menginput digit yang terdapat pada *ATM Card*. Selain itu, didapati bahwa adanya tindakan modus penipuan yang sempat dialami oleh salah satu responden dengan modus menyamar sebagai pembeli di *online shop* pengguna yang mana pada akhir transaksi, penipu tersebut mengirimkan bukti slip pembayaran palsu dan ketika di cek via mutasi *Mobile Banking* ternyata dana yang dijanjikan tidak ada masuk sama sekali ke rekening responden dan setelah berdiskusi ternyata penipu tersebut mengatakan harus adanya pemberitahuan nomor kartu atas *ATM* milik responden kepada dirinya (penipu) agar transaksi dapat disukseskan. Setelah menyadari bahwa adanya kekeliruan atas transaksi jual beli tersebut, responden memutuskan untuk tidak melanjutkan transaksi dikarenakan adanya sebuah tindakan penipuan yang mengancam dirinya. Berdasarkan fenomena tersebut dapat disimpulkan bahwa pengguna *Mobile Banking* merasa dihantui oleh bayang-bayang modus penipuan yang beragam jenisnya dari masa ke masa.

Dengan adanya fakta-fakta seperti inilah yang mengakibatkan turunnya keinginan masyarakat untuk menggunakan *Mobile Banking* atau bahkan memutuskan untuk terus menggunakan uang tunai dalam penyelesaian setiap transaksi mereka. Maka dari itu, berdasarkan ketidaksesuaian antara teori dan fakta yang telah dibahas diatas, maka diperlukan penelitian lebih lanjut. Oleh karena itu, peneliti terdorong untuk membahas kembali dan menguji teori dengan

melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Tingkat Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan *Mobile Banking* Di Kalangan Generasi Y Dan Z Pada Masyarakat Kecamatan Medan Sunggal”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *Mobile Banking* di Kalangan Generasi Y dan Z pada Masyarakat Kecamatan Medan Sunggal?
2. Apakah persepsi tingkat keamanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *Mobile Banking* di Kalangan Generasi Y dan Z pada Masyarakat Kecamatan Medan Sunggal?
3. Apakah persepsi kemudahan dan persepsi tingkat keamanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *Mobile Banking* di Kalangan Generasi Y dan Z pada Masyarakat Kecamatan Medan Sunggal?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan *Mobile Banking* di Kalangan Generasi Y dan Z pada Masyarakat Kecamatan Medan Sunggal.

2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi tingkat keamanan terhadap keputusan penggunaan *Mobile Banking* di Kalangan Generasi Y dan Z pada Masyarakat Kecamatan Medan Sunggal.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan persepsi kemudahan dan persepsi tingkat keamanan terhadap keputusan penggunaan *Mobile Banking* di Kalangan Generasi Y dan Z pada Masyarakat Kecamatan Medan Sunggal.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan sarana dalam pengaplikasian segala edukasi yang didapati selama masa perkuliahan sekaligus menambah wawasan dan pemahaman yang berkaitan dengan penelitian penulis dengan judul tersebut.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan atau pedoman dalam peningkatan usaha perbankan dalam pengembangan *Mobile Banking* kedepan hari.

3. Bagi Program Studi

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi dan bahan pertimbangan bagi calon peneliti selanjutnya terkhusus yang berhubungan dengan persepsi kemudahan dan persepsi tingkat keamanan terhadap keputusan penggunaan *Mobile Banking*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Mobile Banking*

2.1.1 *Pengertian Mobile Banking*

Mobile Banking merupakan sebuah produk inovasi dari perbankan yang menawarkan suatu kemungkinan bagi pengguna untuk melakukan kegiatan transaksi *banking* melalui *smartphone*. Hal tersebut sejalan dengan pendapat menurut Riswandi (2005), yang mana berpendapat bahwa *Mobile Banking* yang kini kerap dikenal dengan sebutan *m-banking* merupakan sebuah layanan dari perbankan yang menyediakan fasilitas untuk transaksi perbankan dengan menggunakan alat komunikasi seperti *handphone* atau *smartphone*.

Barnes dan Corbitt (2003) juga berpendapat bahwa *Mobile Banking* adalah suatu saluran dimana pengguna bisa berinteraksi dengan Bank secara tidak langsung melalui perangkat *Mobile* pengguna seperti *Personal Digital Assistant* (PDA) atau telepon selular. Dan menurut Turban (2004), *Mobile Banking* merupakan salah satu aplikasi yang menerapkan *Mobile commerce* yang pencetusannya difokuskan terhadap masalah yang bersangkutan dengan keuangan perbankan, sehingga dapat memungkinkan untuk pengguna tetap melakukan kegiatan-kegiatan yang biasa dilakukan di ATM (*Automated Teller Machine*) hanya dengan memanfaatkan perangkat layanan *Mobile Banking* ini. Dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 2015 melampirkan bahwa *Mobile Banking* merupakan layanan yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau *smartphone*. Layanan *Mobile Banking* dapat digunakan dengan menggunakan menu yang sudah tersedia pada SIM (*Subscriber Identity*

Module) Card, USSD (*Unstructured Supplementary Service Data*) atau melalui aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh nasabah. *Mobile Banking* menawarkan kemudahan jika dibanding dengan SMS *banking* karena nasabah tidak lagi perlu mengingat format-format pesan SMS yang biasanya kan dikirimkan ke Bank dan juga nomor tujuan SMS *banking* itu sendiri. Pengguna *Mobile Banking* diberikan kenyamanan dan keamanan bertransaksi secara bebas, tidak terbatas oleh waktu dan lokasi atau *anytime, anywhere*, dan *any device*.

Penggunaan layanan *Mobile Banking* pada *smartphone* memiliki kemungkinan bagi para pengguna untuk menjalankan aktifitas perbankannya menjadi lebih mudah bahkan tanpa batas waktu dan ruang. Dengan adanya layanan *Mobile Banking*, transaksi perbankan dapat lakukan secara praktis artinya para nasabah tidak harus mendatangi gerai Bank, pengguna tetap bisa melakukan transaksi yang melibatkan perbankan bahkan dengan pelayanan 24 jam sehari. Selain berfokus pada tujuan memberikan layanan yang baik kepada nasabah Bank, dengan diciptakannya *Mobile Banking* juga bertujuan agar nasabah tidak ketinggalan zaman dalam memanfaatkan perkembangan media elektronik yang sudah modern ini karena para nasabah pada masa kini menginginkan sesuatu yang lebih dan bukan hanya sekedar layanan perbankan pada umumnya ditawarkan oleh perbankan tradisional. Maka pada akhirnya Bank-Bank pun beramai-ramai untuk ikut serta dan berlomba-lomba dalam menyediakan aplikasi *Mobile Banking* ini demi mendapatkan loyalitas, kepuasan, serta peningkatan jumlah pengguna Bank.

Berdasarkan jenisnya, *Mobile Banking* menawarkan beberapa jasa yang dapat diterima oleh setiap nasabah, yang mana jasa tersebut dibagi menjadi dua

yaitu jasa *pull-based* dan jasa *push-based*. Jasa *pull-based* adalah jasa-jasa yang ditawarkan *Mobile Banking* kepada nasabah sejenis fitur-fitur penggunaan, contohnya transfer dana, pembelian *voucher*, pembayaran berbagai tagihan, bahkan perdagangan saham. Sedangkan jasa *push-based* adalah jasa yang ditawarkan kepada nasabah dengan adanya persetujuan terlebih dahulu antara para pengguna dan pihak Bank yang mana Bank akan mengirimkan notifikasi-notifikasi secara langsung ke ponsel pengguna yang berisi informasi yang dibutuhkan oleh nasabah berdasarkan aturan yang tersedia dan secara berkala.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa *Mobile Banking* adalah sebuah produk inovatif layanan perbankan yang diciptakan untuk melakukan transaksi keuangan secara *online* yang dapat diakses dengan bantuan perangkat *Mobile* serta menawarkan berbagai jenis jasa dan kemudahan dalam hal penyelesaian transaksi perbankan para nasabah.

2.1.2 Fitur-fitur *Mobile Banking*

Mobile Banking memiliki berbagai fitur layanan perbankan yang dapat dimanfaatkan dan dinikmati para nasabah. Artinya pada *Mobile Banking* dapat kita gunakan selayaknya kita menggunakan fasilitas pada mesin ATM dengan versi yang lebih praktis. Biasanya tiap *Mobile Banking* memiliki fitur yang berbeda-beda, namun disini peneliti menyajikan fitur-fitur secara umum yang dimiliki tiap-tiap *Mobile Banking*. Berikut ini merupakan beberapa fitur yang dimiliki dan dapat dinikmati oleh pengguna di sebagian besar aplikasi *Mobile Banking* sebagai berikut :

1. Fitur layanan transfer antar Bank.
2. Fitur layanan pembayaran tagihan kartu kredit

3. Fitur layanan berbagai pembayaran kebutuhan rumah seperti tagihan listrik, PDAM, hingga internet.
4. Fitur layanan berbagai premi BPJS kesehatan, serta asuransi swasta lainnya.
5. Fitur layanan berbagai pembelian dan top up *e-wallet* (dompet digital).
6. Fitur layanan pembayaran pajak.
7. Fitur layanan berbagai investasi.
8. Fitur layanan administrasi perbankan, seperti pergantian PIN ATM, cek lokasi loket Bank terdekat, mutasi, dan lainnya.

2.2 Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease Of Use*)

2.2.1 Pengertian Persepsi Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan dapat diartikan sebagai seberapa jauh seorang individu merasa yakin akan akan terbebas dari kesukaran usaha apabila ia menggunakan suatu teknologi. Yang mana persepsi kemudahan dapat diindikasikan bahwa suatu sistem dirancang berfungsi bukan untuk memberikan kesulitan kepada pemakainya, namun justru memberikan kemungkinan kemudahan bagi pengguna dalam menyelesaikan pekerjaannya.

Hal tersebut sejalan dengan definisi kemudahan penggunaan menurut beberapa ahli salah satunya yaitu Widjana (2010:33), yang berpendapat bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan suatu keyakinan individu dimana dengan menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan lagi merepotkan penggunaannya atau tidak akan lagi membutuhkan usaha yang besar pada saat penggunaannya (*free of effort*). Begitu pula menurut Panggih dan Paulus (2014), kemudahan penggunaan teknologi dapat diterjemahkan sebagai suatu keyakinan

atau kepercayaan bahwa suatu sistem dapat dengan mudah untuk dipahami, dimengerti dan digunakan. Terlebih juga menurut Jogiyanto (2011), bahwa kemudahan penggunaan *Mobile Banking* merupakan suatu tingkat dimana seorang individu memiliki kepercayaan bahwa dengan menggunakan sebuah teknologi akan membuat seorang yang lain turut ikut percaya bahwa sistem informasi memberikan kemudahan dalam penggunaannya maka ia pun akan menggunakannya, dan sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa *Mobile Banking* tidak memberikan kemudahan dalam penggunaannya maka ia pun turut ikut untuk tidak menggunakan *Mobile Banking*.

Menurut Venkatesh dan David berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Rahmad, Astuti dan Riyadi (2017: 38) membagikan bahwa terdapat beberapa hal utama yang menjadi dimensi pada kemudahan sistem yaitu sebagai berikut :

1. Individu dengan sistem yang dipergunakan memiliki interaksi yang jelas serta mudah dipahami (*clear and understandable*)
2. Ketika menggunakan sistem tidak lagi dibutuhkannya banyak usaha untuk berinteraksi atau bertransaksi (*does not require a lot of mental effort*)
3. Sistem memiliki kegunaan yang mudah untuk digunakan (*easy to use*)
4. Sistem memiliki kemudahan dalam pengoperasiannya sesuai dengan apa yang ingin seorang individu kerjakan atau selesaikan (*easy to get the system to do what he/she wants to do*)

Dengan demikian berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan suatu indikasi dimana seorang individu merasa dimudahkan ketika menggunakan sistem teknologi jika dibanding

ketika individu tidak menggunakan sistem teknologi tersebut, dan persepsi kemudahan juga memiliki pengaruh yang kuat dalam mengontrol rasa percaya individu lainnya untuk turut ikut merasakan dan menggunakan bahwa sebuah teknologi benar memberikan kemudahan dalam penggunaannya.

2.2.2 Indikator Persepsi Kemudahan

Konsep kemudahan penggunaan ini menunjukkan sebuah tingkat dimana seorang individu memiliki keyakinan bahwa dengan menggunakan sistem informasi akan lebih mudah serta praktis dan tidak diperlukan lagi usaha yang keras dalam penggunaannya. Pada persepsi kemudahan memiliki konsep yang jelas bahwa dalam penggunaan sistem informasi memiliki tujuan yaitu semua sesuai dengan keinginan si pemakainya.

Pada tahap ini terdapat beberapa indikator kemudahan penggunaan terhadap sebuah sistem informasi (termasuk di dalamnya *Mobile Banking*) menurut Davis (2019) yang meliputi :

1. Sistem informasi memiliki tampilan yang jelas serta mudah dipahami dan mudah untuk dipelajari (*clear and understandable*)
2. Sistem informasi memiliki kemudahan untuk dioperasikan (*controllable*)
3. Dalam penggunaannya sistem informasi sangat simpel dan pastinya mengefesiensi waktu (*simple and saving time*)
4. Bukan hanya sekedar memakai, sistem informasi akan menambah keterampilan bagi pengguna (*easy to become skillful*)
5. Fleksibel (*flexible*)

Dengan demikian, apabila layanan dan fasilitas *Mobile Banking* bertujuan untuk menciptakan persepsi kemudahan dalam penggunaannya, maka pengguna atau nasabah akan turut merasakan keberadaan layanan dan fasilitas yang bermanfaat tersebut dan otomatis hal tersebut akan mendorong rasa keinginan nasabah untuk mulai menggunakan dan terus menggunakan suatu sistem informasi tersebut.

2.3 Persepsi Tingkat Keamanan (*Perception of Security Level*)

2.3.1 Pengertian Persepsi Tingkat Keamanan

Keamanan merupakan suatu keadaan dimana seorang individu merasa aman serta memiliki keterbebasan dari adanya suatu bahaya yang mungkin terjadi. Keamanan dalam sistem informasi dapat diterjemahkan sebagai upaya penjagaan segala informasi dari seluruh ancaman yang memiliki kemungkinan untuk terjadi sehingga dipastikannya lah dengan memberi jaminan pada kelangsungan suatu bisnis, dengan meminimalisasi risiko dan memaksimalkan pelayanan dan penjagaan. Dalam kategori ini, hal yang dijamin adalah sebuah kerahasiaan data setia pribadi pengguna maupun kerahasiaan transaksi nasabah.

Menurut Flavia'n and Guinali'u (2006), mereka berpendapat bahwa persepsi tingkat keamanan merupakan suatu kepercayaan yang bersifat subjektif yang dimiliki dan dirasakan oleh pengguna dimana informasi pribadi mereka baik itu dalam cakupan perdata maupun moneter tidak dapat dilihat, disimpan, bahkan dimanipulasi oleh pihak manapun yang tidak bersangkutan dengan individu terkait, sehingga para pengguna dapat secara konsisten memberikan kepercayaan mereka kepada sistem informasi tersebut. Sejalan dengan pendapat Rahardjo (2005), bahwa sebuah keamanan informasi merupakan bagaimana upaya kita

dalam mencegah terjadinya penipuan (*cheating*) atau paling tidak kita dapat mendeteksi adanya sebuah penipuan yang akan terjadi di sebuah sistem informasi yang sedang kita gunakan dan informasi yang ada bukanlah sebuah informasi yang memiliki fisik atau bentuk.

Begitu pula defenisi persepsi tingkat keamanan menurut Emmywati (2016:186), mengemukakan bahwa makna terpenting keamanan adalah keadaan dimana terbebas dari bahaya. Maka pada dasarnya, keamanan yang terdapat pada layanan *Mobile Banking* dapat dinilai pengguna sekaligus nasabah sebagai tingkat kemampuan Bank dalam menjaga kerahasiaan data pribadi tiap-tiap nasabah, mampu menyediakan informasi yang akurat, serta mampu memberikan perlindungan kepada nasabah setiap kali dilakukannya transaksi agar selalu terhindar dari tindak penipuan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab.

Menurut Lee (2009) keamanan merupakan faktor terpenting dan utama dalam penyaluran pelayanan *Mobile Banking*, dengan tingkat keamanan yang baik akan secara otomatis meningkatkan kepercayaan nasabah untuk mulai menggunakan dan terus menggunakan *Mobile Banking*. Semakin tinggi tingkat keamanan yang diberikan oleh pihak Bank kepada konsumennya, maka akan semakin tinggi pula keputusan pengguna untuk bertransaksi menggunakan layanan dan fasilitas pada *Mobile Banking* yang diberikan.

Tabel 2.1
Contoh Penyalahgunaan *Mobile Banking* di Industri Perbankan Indonesia

Jenis	Media	Modus
<i>Mobile Banking</i>	PIN, Nomor Ponsel	1. Pencurian Ponsel 2. Pembajakan Nomor Ponsel 3. Ponsel digunakan orang lain 4. Mengirimkan pesan melalui <i>e-mail</i> , SMS, halaman <i>website</i> , atau media komunikasi

Jenis	Media	Modus
		elektronik lainnya kepada calon korban yang menjadi targetnya 5. Meminta informasi personal yang sensitif, seperti <i>user ID</i>, <i>password</i>/ PIN, nomor kartu ATM, masa berlaku kartu ATM, dan CVV 6. Penjahat mengarahkan korban melakukan tindakan dengan memberikan batasan waktu yang singkat sehingga menciptakan suasana kegentingan dan menginformasikan konsekuensi buruk apabila tidak ditindaklanjuti.

Sumber : OJK (2015)

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melampirkan beberapa tips aman bertransaksi menggunakan *Mobile Banking* yaitu sebagai berikut :

1. Membuat kode akses dan PIN *Mobile Banking* tidak mudah ditebak orang lain (bukan merupakan tanggal lahir dan angka berurutan).
2. Rahasiakan PIN *Mobile Banking* dari siapapun pada saat melakukan transaksi karena lembaga perbankan terkait tidak pernah meminta informasi pribadi seperti kode akses, PIN, ataupun *password*.
3. Jangan melanjutkan transaksi ketika terdapat ketidakwajaran/ hal yang mencurigakan pada *Mobile Banking* dan segera hubungi dan melaporan ke lembaga perbankan terkait perihal hal yang dicurigai.
4. Simpan selalu nomor *call center* Bank yang anda gunakan, jika terdapat transaksi yang mencurigakan, segera hubungi *call center* Bank anda..
5. Lindungi perangkat anda dengan anti virus atau sejenisnya.
6. Hindari penggunaan jaringan internet gratis untuk melakukan transaksi menggunakan *Mobile Banking*.

7. Dilarang memberitahukan kode transaksi ketika hendak registrasi kepada siapapun.

Dengan demikian berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi tingkat keamanan adalah dimana seorang individu memiliki perasaan aman dan berkeadaan bebas terhadap rasa khawatir dari bahaya yang berkemungkinan akan muncul dikemudian hari serta memiliki cara bagaimana kita dapat mencegah hal demikian untuk terjadi, sehingga persepsi keamanan merupakan salah satu hal utama yang menjadi faktor terkuat dalam hal mempengaruhi nasabah untuk menggunakan layanan serta fasilitas yang disediakan oleh *Mobile Banking* yang bersifat rahasia.

2.3.2 Indikator Persepsi Tingkat Keamanan

Terdapat 6 (enam) hal utama yang menjadi indikator-indikator dari Persepsi Tingkat Keamanan sistem menurut Laudon & Traver (2014) sebagai berikut :

1. Integritas (*Integrity*)

Informasi yang ditampilkan pada situs web yang diterima maupun dikirimkan melalui internet tidak boleh diubah tanpa seizin dari pihak yang bertanggung jawab dan bersangkutan.

2. Pencegahan Penyangkalan (*Nonrepudiation*)

Salah satu pihak tidak mengingkari kesepakatan yang telah dilakukan ketika pasca transaksi, misalnya penolakan atas perintah tertentu maupun penolakan atas pembayaran tunggakan.

3. Keaslian (*Authentication*)

Dapat langsung mengidentifikasi terkait pembatasan pengaksesan terhadap individu lain dan memberikan informasi yang sebenarnya.

4. Kerahasiaan (*Confidentiality*)

Mampu memastikan bahwa data-data tertentu hanya mereka yang berwenang yang memiliki kewenangan untuk melihatnya.

5. Privasi (*Privacy*)

Adanya usaha untuk menjaga informasi pribadi dari orang yang tidak berhak untuk mengaksesnya.

6. Ketersediaan (*Availability*)

Memastikan bahwa layanan sistem informasi yang tersedia terhubung dengan fungsi dan informasi yang ada.

Dengan demikian pihak penyedia layanan dan fasilitas *Mobile Banking* harus senantiasa menjamin keamanan informasi pribadi nasabah yang telah terdata di Bank yang digunakan oleh tiap nasabah. Jika pihak Bank mampu memberikan dan membentuk keyakinan tersebut kepada nasabah dan menciptakan persepsi bahwa *Mobile Banking* merupakan saluran pembayaran serta sistem transaksi yang aman, maka seiring dengan perkembangan teknologi serta ancaman yang ada, dengan adanya jaminan keamanan ini akan otomatis menciptakan rasa

percaya di hati nasabah dan akan menarik keinginan nasabah untuk mencoba menggunakan *Mobile Banking* dan menjadikannya solusi transaksi yang utama.

2.4 Keputusan Penggunaan

2.4.1 Pengertian Keputusan Penggunaan

Schiffman dan Kanuk (2010:478) mendefinikan keputusan merupakan tindakan yang dilakukan oleh konsumen yang ingin melakukan sebuah pilihan maka konsumen tersebut harus sudah memiliki dua atau lebih alternatif. Sejalan dengan pendapat Ghozali (2010:46) keputusan sebagai proses dimana terjadinya pengakhiran suatu masalah atau problematika untuk menjawab suatu atau beberapa pertanyaan guna mengatasi problematika tersebut dengan dijatuhkanlah pilihan pada alternatif tertentu. Kotler dan Amsrong (2010:181) berpendapat bahwa keputusan merupakan tahapan dimana seorang konsumen telah benar-benar membeli atau menggunakan hal tertentu.

Maka dari pada itu, menurut Kotler dan Amsrong (2010:129) menyimpulkan bahwa keputusan penggunaan merupakan proses dimana seorang pengguna mengenali masalahnya terlebih dahulu, mencari informasi terkait sistem atau produk tertentu, lalu mengevaluasi seberapa baikkah masing-masing alternatif yang tersedia sehingga dapat memecahkan masalah yang ada, yang kemudian diarahkanlah kepada keputusan penggunaannya.

Perlu diketahui bahwa, seorang pengguna atau konsumen yang hendak mengambil keputusan harus telah memiliki satu pilihan dari beberapa pilihan yang tersedia. Dikatakan seseorang tersebut berada diposisi membuat keputusan, apabila seseorang tersebut disandingkan pada dua pilihan yaitu menggunakan atau tidak menggunakan. Tanpa disadari dalam aktifitas sehari-hari pun sering kali

dilakukannya pengambilan keputusan dan tanpa disadari pula bahwa telah dilakukannya pengambilan keputusan tersebut.

Dengan demikian dari berbagai definisi yang disampaikan oleh beberapa ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa keputusan penggunaan merupakan konsep perilaku konsumen baik pengguna tersebut individu maupun kelompok yang didalamnya terdapat suatu proses dalam penentuan apakah ingin atau tidak untuk menggunakan suatu sistem atau produk/ jasa tertentu, selain itu dalam penetapan keputusan penggunaan dilakukan terlebih dahulu suatu penilaian dan dipilihlah satu dari berbagai alternatif yang dianggap paling menguntungkan.

Kotler dan Amstrong (2008:203) mengemukakan bahwa pada umumnya di dalam keputusan penggunaan, terdapat empat jenis peranan yang dapat dilakukan seorang pengguna atau konsumen. Adapun lima peranan tersebut meliputi :

1. Pemprakarsa (*Initiator*)

Seorang yang kali pertama sadar akan adanya kebutuhan atau keinginan yang belum terwujud lalu kemudian mengajukan ide untuk membeli atau mendapatkan suatu sistem atau barang/ jasa tertentu.

2. Pemberi Pengaruh (*Influencer*)

Orang yang memberi pemahaman, opini, atau ajakan sehingga dapat membantu calon pengguna untuk membuat keputusan penggunaan.

3. Pengambil Keputusan (*Decider*)

Seorang yang menentukan adanya sebuah keputusan penggunaan, apakah jadi menggunakan/ membeli, apa yang digunakan/ dibeli, atau dimana mendapatkannya/ membelinya.

4. Pengunduh atau Pembeli (*Downloader or Buyer*)

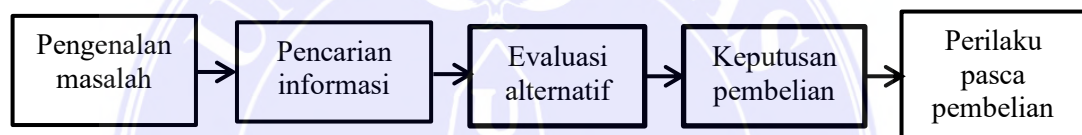
Orang yang melakukan pengunduhan atau pembelian pada suatu sistem atau produk/ jasa secara nyata.

5. Pengguna (*User*)

Seorang yang telah benar-benar menggunakan atau mengkonsumsi suatu sistem atau barang/ jasa yang telah di unduh atau dibeli.

2.4.2 Proses Pengambilan Keputusan Penggunaan

Pada umumnya, terdapat 5 tahapan dalam proses pengambilan keputusan yang dilalui oleh pengguna menurut Kotler dan Keller (2012:121) yaitu sebagai berikut :



Gambar 2.1 Lima Tahap Model Proses Pembelian Konsumen

1. Pengenalan Masalah (*Problem Recognition*)

Proses pengenalan masalah dimulai ketika pengguna maupun pembeli mulai merasa mengenali masalah atau kebutuhannya. Kebutuhan itu sendiri bisa dirasakan apabila terdapat rangsangan baik dari internal ataupun eksternal. Para *marketing* perlu mengidentikkan suatu keadaan yang mengarah kepada kebutuhan tertentu konsumen. Perlu adanya peningkatan pada motivasi pengguna sehingga potensi untuk konsumen menggunakan menjadi pertimbangan yang serius.

2. Pencarian Informasi (*Information Search*)

Seorang konsumen yang mulai terdorong kebutuhannya akan terus mencari informasi terkait sistem atau produk/jasa yang diminatinya.

Melalui pencarian dan pengumpulan informasi tersebut, konsumen akan mempelajari *brand-brand* yang sedang bersaing beserta fitur dari merek tersebut. Terdapat beberapa sumber informasi yang dikelompokkan menjadi empat sumber yaitu sebagai berikut :

- a. Sumber pribadi merupakan sumber informasi yang berasal dari keluarga, teman, tetangga, maupun kenalan.
- b. Sumber komersial merupakan sumber informasi yang berasal dari iklan, tenaga penjualan, distributor, kemasan produk, ataupun pameran.
- c. Sumber umum merupakan sumber informasi yang berasal dari media massa maupun dari organisasi yang diikuti oleh konsumen itu sendiri.
- d. Sumber pengalaman merupakan sumber informasi yang tak lain dan tak bukan berasal dari pengalaman pengguna tersebut baik pernah menggunakan sebelumnya, menguji, ataupun pernah menangani sistem atau produk/ jasa tertentu.

3. Evaluasi Alternatif (*Evaluation of Alternatives*)

Pada tahapan ini konsumen sudah menggunakan sejumlah informasi yang tersedia untuk menilai suatu merek alternatif dari sekelompok pilihan dan terkait cara menilai alternatif merek tersebut tergantung pada pengguna pribadi sendiri dan situasi penggunaan tertentu.

4. Keputusan Penggunaan/ Pembelian (*Purchase Decision*)

Umumnya pada tahapan ini, keputusan penggunaan konsumen yaitu membeli merek yang paling mereka sukai, namun dari pada itu terdapat dua faktor yang dapat mempengaruhi suatu tujuan penggunaan dan

keputusan pembelian. Adapun faktor-faktor tersebut dapat berasal dari sikap individu lain maupun keadaan yang tak terduga-duga.

5. Perilaku Pasca Pembelian (*Postpurchase Behavior*)

Pada tahapan terakhir ini yaitu perilaku pasca pembelian disini konsumen telah mengambil tindakan selanjutnya, yang mana didasari oleh kepuasan atau ketidakpuasan konsumen setelah menggunakan suatu sistem atau produk/ jasa tertentu. Kepuasan dan ketidakpuasan seorang konsumen didasari oleh terpenuhi atau tidak terpenuhinya ekspektasi mereka akan suatu item tertentu, maka apabila sistem atau produk/ jasa dapat memenuhi ekspektasi maka konsumen akan puas atau bahkan jika sistem atau produk/ jasa sangat melebihi ekspektasi maka konsumen akan sangat puas dan itu berlaku sebaliknya.

2.4.3 Indikator Keputusan Penggunaan

Dalam penelitian ini, peneliti mengidentifikasi bahwa indikator keputusan penggunaan menurut Kotler dan Keller (2016) terdiri dari enam indikator dimana dijelaskan bahwa keputusan penggunaan bagi konsumen untuk menggunakan suatu sistem atau produk/ jasa yaitu sebagai berikut :

1. Pemilihan Produk

Pada indikator pemilihan produk, keputusan penggunaan pada konsumen didasari oleh pemilihan dari berbagai macam sistem atau produk/ jasa yang kemudian akan ditetapkannyalah satu sistem atau produk/ jasa yang dianggap pengguna paling menguntungkan dan sesuai dengan kebutuhannya.

2. Pemilihan Merek

Dalam pemilihan merek sendiri pada keputusan penggunaan umumnya didasari pada merek mana yang dianggap cocok dengan fungsi emosional dan asosiasi positif si pengguna karena diketahui bahwa pada setiap merek pastinya memiliki ciri khas yang berbeda-beda. Dengan kemudian konsumen akan mampu menetapkan merek mana yang akan digunakan yang dianggap paling sesuai dengan karakter dirinya.

3. Pemilihan Penyalur

Keputusan konsumen dalam menentukan keputusan penyalur umumnya didasari oleh beberapa pertimbangan mulai dari lokasi terdekat, harga termurah, persediaan barang terlengkap, kenyamanan dalam bertransaksi atau berbelanja, hingga keleluasaan tempat yang disediakan oleh penyalur. Dikarenakan adanya pertimbangan yang berbeda-beda dalam pemilihan penyalur oleh setiap individu, maka konsumen harus dapat menetapkan penyalur mana yang akan dikunjungi.

4. Waktu Penggunaan/ Pembelian

Setiap konsumen memiliki perbedaan dalam pengambilan keputusan waktu penggunaan/ pembelian pada suatu sistem atau produk/ jasa yang digunakan.

5. Jumlah Pembelian

Pengguna dapat berbelanja dengan jumlah yang banyak dalam satu waktu sehingga mereka harus bisa menentukan keputusan akan jumlah pembelian yang diinginkannya. Maka dari pada itu, perusahaan atas sistem transaksi yang digunakan harus mempersiapkan berbagai alternatif

sistem pembayaran yang mendukung kebutuhan konsumennya seperti berbagai pilihan *e-wallet dan merchants*.

6. Metode Pembayaran

Seorang konsumen dapat mengambil keputusan mengenai metode pembayaran apa yang akan digunakan dalam pengambilan keputusan penggunaan suatu sistem atau produk/ jasa.

2.5 Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah hasil kajian terdahulu berdasarkan penelusuran penulis yang berkaitan dengan masalah yang diteliti yaitu :

Tabel 2.2
Studi Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti/ Tahun	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1	Ahmad Ilyan, Widiartanto/ 2017	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan OVO PT. Visionet Data Internasional (Studi Pada Pengguna Ovo Di Kota Surakarta)	X1 = Persepsi Kemudahan Penggunaan X2 = Persepsi Keamanan Y = Keputusan Penggunaan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan OVO pada pengguna di Surakarta, sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kedua aspek yang diberikan oleh perusahaan maka akan semakin baik dan tinggi pula keputusan penggunaan OVO pada konsumennya.
2	Abi Fadlan, Rizki Yudhi Dewantara/ 2018	Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi	X1 = Persepsi Kemudahan X2 = Persepsi Kegunaan	Hasil penelitian ini mengidentifikasi bahwa Mahasiswa Universitas Briwijaya

NO	Nama Peneliti/ Tahun	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
		Kegunaan Terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i> (Studi Pada Mahasiswa Pengguna <i>Mobile Banking</i> Universitas Brawijaya).	Y = Penggunaan <i>Mobile Banking</i>	merasakan kemudahan, kegunaan, dan mudah dipahami dalam penggunaan <i>Mobile Banking</i> .
3	Buyung Nova Tri Anggono, Istiatin, Solichul Hadi A B/ 2018	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan GOPAY (Studi Kasus pada Mahasiswa UNIBA Surakarta)	X1 = Persepsi Kemudahan X2 = Risiko X3 = Kepercayaan Y = Keputusan Penggunaan	Hasil penelitian ini mengidentifikasi bahwa persepsi kemudahan dan kepercayaan memiliki pengaruh terhadap Keputusan Penggunaan GOPAY pada Mahasiswa UNIBA Surakarta, sedangkan risiko tidak memiliki pengaruh terhadap Keputusan Penggunaan GOPAY pada Mahasiswa UNIBA Surakarta.
4	Margaretha Oktavia Pranoto, R. Gunawan Setianegara/ 2020	Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Studi Kasus Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran)	X1 = Persepsi Manfaat X2 = Persepsi Kemudahan X3 = Keamanan Y = Minat	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan <i>Mobile Banking</i> pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Semarang Pandanaran, sedangkan persepsi kemudahan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan

NO	Nama Peneliti/ Tahun	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
				<i>Mobile Banking</i> pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Semarang Pandanaran.
5	Wiwik Widiyanti/ 2020	Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan <i>E-wallet</i> OVO di Depok	X1 = Kemanfaatan X2 = Kemudahan Penggunaan X3 = Promosi Y = Keputusan Penggunaan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kemanfaatan, kemudahan penggunaan, dan promosi memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan <i>E-wallet</i> OVO di Depok.

2.5. Kerangka Konseptual

2.5.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan *Mobile Banking*

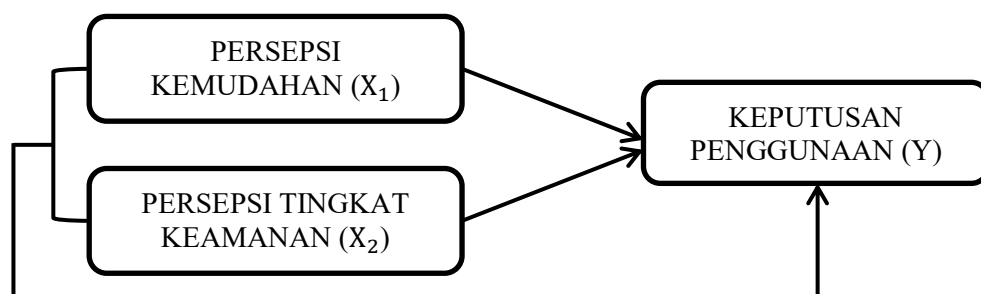
Persepsi kemudahan penggunaan *Mobile Banking* adalah dimana seorang pelanggan merasakan keyakinan bahwasanya apabila mereka menggunakan *Mobile Banking* disetiap kegiatan transaksi mereka, mereka tidak merasa repot atau bahkan kesulitan. Untuk penggunaan *Mobile Banking* tidak dibutuhkan usaha yang besar dalam pengaplikasiannya. Dari pada itu, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan *Mobile Banking* ini merupakan suatu pengurangan usaha dan juga waktu, karena persepsi kemudahan penggunaan ini bukan hanya mudah dalam mengoperasikannya namun juga membuat pengguna lebih efektif dalam penghematan waktu guna dan tak lupa dengan persepsi kemudahan menambah kemahiran dan keterbiasaan pengguna dalam menggunakan teknologi sejenis. Maka, semakin mudah penggunaan *Mobile*

Banking akan semakin berpengaruh terhadap pengambilan keputusan penggunaan *Mobile Banking*.

2.5.2 Pengaruh Persepsi Tingkat Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan *Mobile Banking*

Kemudian persepsi tingkat keamanan *Mobile Banking* di kalangan generasi Y dan Z pada Masyarakat Kecamatan Medan Sunggal adalah dimana pengguna *Mobile Banking* tidak merasa cemas atau bahkan tidak lagi takut ketika proses penggunaan *Mobile Banking* sedang berlangsung terlebih ketika harus mengambil uang dengan jumlah yang besar dikarenakan melalui *Mobile Banking* saja para nasabah sudah bisa melakukan segala transaksi dengan instan. Pada *Mobile Banking* juga terdapat rincian transaksi yang kerap disebut mutasi, mutasi ini lah yang akan memberikan perincian transaksi yang telah kita lakukan. Oleh karena itu, dapat diartikan bahwa hal ini lah yang membuat para nasabah terkhusus kalangan generasi Y dan Z pada Masyarakat Kecamatan Medan Sunggal tertarik menggunakan *Mobile Banking* karena dalam penggunaan *Mobile Banking* juga tidak dapat diakses oleh sembarangan orang yang tidak mengetahui *passcode* akun miliknya.

Berdasarkan uraian di atas, maka kerangka konseptual dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual

2.6 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017), menyatakan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah pada sebuah penelitian yang dipaparkan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Karena sifatnya yang masih bersifat sementara, maka dari itu perlu membuktikan kebenarannya melalui data-data yang dikumpulkan.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, adapun hipotesis yang akan dikemukakan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

H₁ : Persepsi kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *Mobile Banking* di Kalangan Generasi Y Dan Z pada Masyarakat Kecamatan Medan Sunggal.

H₂ : Persepsi tingkat keamanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *Mobile Banking* di Kalangan Generasi Y Dan Z pada Masyarakat Kecamatan Medan Sunggal.

H₃ : Persepsi kemudahan dan persepsi tingkat keamanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *Mobile Banking* di Kalangan Generasi Y Dan Z pada Masyarakat Kecamatan Medan Sunggal.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis, Lokasi Dan Waktu Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Sugiyono (2012:12), menjelaskan bahwa metode penelitian secara umum dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk menghasilkan data-data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausal. Yang mana menurut Sugiyono (2016:59), berpendapat bahwa penelitian asosiatif kausal merupakan suatu penelitian yang mempunyai tujuan untuk menganalisis hubungan sebab dan akibat antara Variabel bebas (independen) atau kata lain adalah variabel yang mempengaruhi dengan Variabel terikat (dependen) atau variabel yang dipengaruhi. Dengan penelitian asosiatif, kita akan mengetahui seberapa eratnya pengaruh atau hubungan antar variabel atau tidak berpengaruh atau tidak berhubungan sama sekali.

Selain itu peneliti juga menggunakan metode kepustakaan (*library research*) yang berasal dari buku, catatan, maupun penelitian terdahulu guna untuk membantu peneliti dalam melengkapi data pada penelitian ini.

Penelitian ini menguji pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi tingkat keamanan yang merupakan variabel bebas (independen), sementara keputusan penggunaan *Mobile Banking* merupakan variabel terikat (dependen).

3.1.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat atau wilayah dimana suatu penelitian dilakukan. Penetapan lokasi penelitian yang tepat sangatlah penting

demikian kelancaran suatu penelitian kuantitatif, karena dengan ditetapkannya lokasi penelitian maka otomatis objek dan tujuan penelitian sudah ditetapkan sehingga akan mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian. Adapun lokasi pada penelitian ini dilakukan di wilayah Kecamatan Medan Sunggal, Sumatera Utara. Dan adapun alasan mengapa peneliti mengambil tempat penelitian di wilayah tersebut karena lokasi ini dianggap sesuai dengan kasus/ peristiwa yang diteliti.

3.1.3 Waktu Penelitian

Berikut merupakan uraian penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.1
Rincinan Waktu Penelitian

NO	Kegiatan	2021				2022								
		Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agus	Sep
1	Pengajuan Judul Skripsi													
2	Pembuatan Proposal													
3	Bimbingan Proposal													
4	Seminar Proposal													
5	Pengumpulan Data dan Analisis Data													
6	Seminar Hasil													
7	Sidang Meja Hijau													

3.2 Populasi Dan Sampel

3.2.1 Populasi

Sugiyono (2016:117) berpendapat bahwa “Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas serta karakter tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan selanjutnya diambil kesimpulannya. Adapun Populasi dalam penelitian ini merupakan

masyarakat pengguna *Mobile Banking* di wilayah Kecamatan Medan Sunggal, Sumatera Utara.

3.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian karakteristik dan jumlah yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2016:123). Sampel dianggap sebagai perwakilan dari populasi yang ada, yang kemudian hasilnya merupakan perwakilan dari keseluruhan gejala yang diamati. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini sendiri menggunakan Teknik *Non Probability Sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Yang mana peneliti dapat memilih sampel *purposive* secara subjektif.

Dalam pemilihan sampel sendiri bertujuan agar peneliti dapat memperoleh berbagai informasi yang dibutuhkan dari satu kelompok yang menjadi sasaran tertentu yang kiranya mampu memberikan informasi yang mereka miliki dan kelompok sasaran tersebut telah memenuhi kriteria yang ditetapkan peneliti sebelumnya. Maka adapun kriteria yang harus dimiliki oleh calon responden pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Masyarakat Kecamatan Medan Sunggal yang merupakan nasabah pada salah satu Bank di Indonesia.
2. Masyarakat Kecamatan Medan Sunggal yang menggunakan aplikasi *Mobile Banking* dari salah satu Bank di Indonesia.
3. Masyarakat Kecamatan Medan Sunggal yang telah menggunakan *Mobile Banking* minimal 3 kali transaksi.

4. Masyarakat Kecamatan Medan Sunggal yang termasuk ke dalam Generasi Y yaitu masyarakat dengan kelahiran tahun 1980 s/d 1995 atau sekitar usia 27 s/d 42 tahun.
5. Masyarakat Kecamatan Medan Sunggal yang termasuk ke dalam Generasi Z yaitu masyarakat dengan kelahiran tahun 1995 s/d 2010 atau sekitar usia 12 s/d 27 tahun.

Pada penelitian ini, jumlah populasi belum diketahui secara pasti maka dari itu peneliti menggunakan rumus *cochran* untuk menentukan banyaknya jumlah populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini. Adapun rumus *Cochran* ini yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2}{4(MOE)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

Z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikansi 5% = 1,96

MOE = *Margin of Error Max*, yaitu tingkat keseluruhan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir sebesar 10%

Maka jumlah sampel yang diperoleh adalah :

$$n = \frac{Z^2}{4(MOE)^2}$$

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

n = 96,04 maka dibulatkan menjadi 97 responden.

Berdasarkan perhitungan di atas telah didapatkan bahwa jumlah sampel minimal sebesar 97 responden demi mempermudah penelitian, namun peneliti

akan mengambil sampel melebihi angka minimal di atas dengan penggenapan menjadi 100 responden.

3.3 Defenisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono, berpendapat bahwa variabel penelitian adalah suatu sifat seseorang, objek atau bahkan kegiatan yang memiliki variasi yang telah ditetapkan oleh peneliti sebelumnya untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulan.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang diteliti yaitu :

1. Variabel Bebas
 - a. Persepsi Kemudahan (X_1) menurut Panggih dan Paulus (2014), kemudahan penggunaan teknologi dapat diterjemahkan sebagai suatu keyakinan atau kepercayaan bahwa suatu sistem dapat dengan mudah untuk dipahami, dimengerti dan digunakan.
 - b. Persepsi Tingkat Keamanan (X_2) menurut Flavia'n and Guinali'u (2006), persepsi tingkat keamanan merupakan suatu kepercayaan yang bersifat subjektif yang dimiliki dan dirasakan oleh pengguna dimana informasi pribadi mereka baik itu dalam cakupan perdata maupun moneter tidak dapat dilihat, disimpan, bahkan dimanipulasi oleh pihak manapun yang tidak bersangkutan dengan individu terkait.
2. Variabel Terikat
 - a. Keputusan Penggunaan (Y) menurut Kotler dan Amstrong (2010:129), keputusan penggunaan merupakan proses dimana seorang pengguna mengenali masalahnya terlebih dahulu, mencari informasi terkait sistem atau produk tertentu, lalu mengevaluasi seberapa baikkah masing-masing

alternatif yang tersedia sehingga dapat memecahkan masalah yang ada, yang kemudian diarahkanlah kepada keputusan penggunaannya.

Berdasarkan definisi operasional yang telah dipaparkan, maka peneliti merumuskan mekanisme penganalisaan variabel seperti pada tabel di bawah ini :

Tabel 3.2
Defenisi dan Operasional Variabel

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala Ukur
Persepsi Kemudahan (X₁) Panggi dan Paulus (2014)	Suatu keyakinan individu dimana dengan menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan lagi merepotkan penggunaanya atau tidak akan lagi membutuhkan usaha yang besar pada saat penggunaannya (<i>free of effort</i>).	1. Sistem informasi jelas dan mudah dimengerti (<i>Clear and understandable</i>) 2. Sistem informasi mudah dioperasikan (<i>Controllable</i>) 3. Simple dan menghemat waktu (<i>Simple and saving time</i>) 4. Menambah keterampilan bagi pengguna (<i>Easy to become skillful</i>) 5. Fleksibel (<i>Flexible</i>)	<i>Skala Likert</i>
Persepsi Tingkat Keamanan (X₂) Flavia'n and Guinali'u (2006)	Suatu kepercayaan yang bersifat subjektif yang dimiliki dan dirasakan oleh pengguna dimana informasi pribadi mereka baik itu dalam cakupan perdata maupun moneter tidak dapat dilihat, disimpan, bahkan dimanipulasi oleh pihak manapun yang tidak bersangkutan dengan individu terkait.	1. Integritas (<i>Integrity</i>) 2. Pencegahan Penyangkalan (<i>Nonrepudiation</i>) 3. Keaslian (<i>Authentication</i>) 4. Kerahasiaan (<i>Confidentiality</i>) 5. Privasi (<i>Privacy</i>) 6. Ketersediaan (<i>Availability</i>)	<i>Skala Likert</i>

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala Ukur
Keputusan Penggunaan (Y) Kotler dan Amstrong (2010:129)	Keputusan penggunaan merupakan proses dimana seorang pengguna mengenali masalahnya terlebih dahulu, mencari informasi terkait sistem atau produk tertentu, lalu mengevaluasi seberapa baikkah masing-masing alternatif yang tersedia sehingga dapat memecahkan masalah yang ada, yang kemudian diarahkanlah kepada keputusan penggunaannya	1. Pemilihan Produk 2. Pemilihan merek 3. Waktu penggunaan/ pembelian 4. Jumlah penggunaan/ pembelian 5. Metode pembayaran	<i>Skala Likert</i>

Sumber : Uraian Pustaka Bab II

3.4 Jenis Dan Sumber Data

Menurut Sugiyono (2012:193) bila dilihat berdasarkan jenis dan sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan data primer dan data sekunder sebagai berikut :

1. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari seluruh responden di lokasi penelitian, seperti hasil wawancara ataupun jawaban kuisioner mengenai variabel dan masalah yang diteliti oleh peneliti.
2. Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari responden, melainkan data sekunder diperoleh dari pihak lain, seperti buku-buku, *website*, jurnal, dan lainnya.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2010:193) Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan wawancara (*interview*), penyebaran angket (*questionnaire*) dan juga pengamatan (*observation*). Maka dari itu pada penelitian ini, peneliti melakukan penyebaran angket (*questionnaire*) berupa teknik pengumpulan data yang

dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab oleh responden dan wawancara (*interview*).

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala *Likert*, yang mana skala *likert* digunakan sebagai alat untuk mengukur sikap, pendapat, serta persepsi individu ataupun sekelompok orang mengenai fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2008:132). Peneliti memberikan 5 alternatif jawaban kepada responden dengan menggunakan skala 1 sampai dengan 5 untuk keperluan penelitian ini. Berikut ini adalah 5 tingkatan skala yang menjadi opsi pilihan responden sebagai berikut :

Tabel 3.3
Instrument Skala *Likert*

No	Item Instrumen	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2013:168)

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses pengorganisasian dan pengurutan data kedalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga ditemukanlah tema dan dirumuskanlah hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Pada tahap analisis data ini diolah sedemikian rupa sehingga akan dapat disimpulkan kebenaran dan kevalidannya untuk menjawab segala persoalan yang diajukan dalam penelitian.

3.6.1 Uji Instrumen

Uji Instrumen bertujuan untuk memastikan apakah instrumen yang digunakan merupakan alat ukur yang telah akurat serta dapat di percaya, maka dari pada itu digunakanlah dua jenis pengujian ini yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu tolak ukur yang mengukur sah atau valid tidaknya suatu instrumen kuisisioner yang digunakan. Instrumen yang valid atau sah memiliki validitas yang tinggi, dan sebaliknya instrumen yang kurang valid memiliki validitas yang rendah. Uji validitas digunakan untuk membandingkan antara r_{hitung} dengan r_{tabel} .

Kriteria pengujian validitas sebagai berikut :

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig, 0,05), maka dapat dinyatakan bahwa instrumen tersebut valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig, 0,05), maka dapat dinyatakan bahwa instrumen tersebut tidak valid.

Perhitungan ini akan dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer *Statistical Packages for Social Science* (SPSS) 25.00 pada *Cronbach's Alpha* dikolom *correlated item-total correlation*.

b. Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui apakah suatu instrumen itu reliabel atau tidak maka diujilah menggunakan uji reliabilitas. Uji reliabilitas merupakan suatu alat untuk mengetahui hasil pengukuran tetap konsisten, apabila diadakan

pengukuran dua kali atau bahkan lebih terhadap suatu gejala yang sama dengan menggunakan alat yang sama pula. Alat ukur akan dinyatakan reliable yang tinggi atau dapat dipercaya apabila alat ukur tersebut stabil, sehingga alat ukur tersebut dapat diandalkan dan dapat digunakan dalam peramalan.

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian angket atau kuisioner sehingga untuk mencari reliabilitasnya digunakanlah metode *Cronbach's Alpha* yang mana adapun kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 60% atau 0,6, maka dapat dinyatakan bahwa instrumen tersebut reliable.
2. Jika nilai *Cronbach's Alpha* < 60% atau 0,6, maka dapat dinyatakan bahwa instrumen tersebut tidak reliable.

Untuk mempermudah perhitungan uji reliabilitas ini digunakanlah *Statistical Packages for Social Science* (SPSS) 25.00 yang memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach's Alpha*.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memenuhi syarat analisis regresi linier yang mana yaitu penaksiran tidak bias dan terbaik atau dikenal dengan singkatan BLUE (*Best Linier Unbias Estimate*). Ada beberapa asumsi yang harus dipenuhi untuk mendapatkan hasil pengujian tidak bias pada kesimpulan, diantaranya yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heterokedastisitas.

a. Uji Normalitas

Menurut Imam Ghozali (2013:160) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, sebuah residual memiliki distribusi normal atau tidak. Persamaan regresi dikatakan baik jika memiliki variabel independen dan variabel dependen yang terdistribusi dengan normal.

Untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak, peneliti menggunakan uji normalitas yang dilakukan menggunakan perhitungan regresi melalui beberapa pendekatan yaitu Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*, analisa grafik histogram, dan analisa grafik *Probability Plot*. Berikut ini adalah dasar analisis yang digunakan pada uji *Kolmogorow Smirnov* :

1. Jika nilai signifikansi $>$ taraf nyata (0,05), maka dapat diartikan bahwa distribusi data dinyatakan normal.
2. Jika nilai signifikansi $<$ taraf nyata (0,05), maka dapat diartikan bahwa distribusi data dinyatakan tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah sebuah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi terdapat hubungan antara variabel independen yang satu dengan yang lainnya. Model regresi yang dikatakan baik ketika tidak terjadi korelasi atau hubungan antar variabel independen. Jadi, jika ditemukan adanya multikolinearitas, maka koefisien regresi variabel tidak menentu dan kesalahan menjadi tak terhingga (Ghozali, 2011:105). Metode yang digunakan dalam pengujian ini adalah metode VIF (*Varian Inflation Factor*).

- a. Jika $VIF > 10$ dan nilai *tolerance* $< 0,1$, dapat diartikan bahwa terjadi multikolinearitas.
- b. Jika $VIF < 10$ dan nilai *tolerance* $> 0,1$, dapat diartikan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas merupakan sebuah pengujian yang digunakan untuk menguji model regresi yang menunjukkan apakah terjadi atau tidak terjadinya heterokedastisitas. Heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya kesamaan varian dari nilai residual untuk semua pengamatan pada model regresi tersebut. Heterokedastisitas yang dianggap paling akurat untuk mendeteksi heterokedastisitas adalah uji *Glejser*. Maka uji *Glejser* diadopsi dalam uji heterokedastisitas ini.

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa terjadi heterokedastisitas.

3.6.3 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi merupakan salah satu metode yang bertujuan untuk menentukan hubungan sebab-akibat antara satu variabel dengan variabel lainnya. Menurut Sugiyono (2010:277), menjelaskan bahwa biasanya regresi ganda akan digunakan peneliti ketika peneliti bermaksud untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) sebuah variabel dependen, bila terdapat dua atau lebih variabel independen yang menjadi faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan

nilainya). Analisis regresi ganda ini akan dilakukan apabila jumlah variabel independennya terdiri atas minimal 2 atau lebih.

Uji regresi linier berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel yang digunakan untuk mengetahui arah serta seberapa besar pengaruh daripada variabel bebas terhadap variabel terikat.

Regresi linier berganda pada penelitian ini sendiri bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi tingkat keamanan terhadap penggunaan *Mobile Banking* di Kalangan Generasi Y dan Z pada Masyarakat Kecamatan Medan Sunggal.

Adapun persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Keputusan Penggunaan

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien Regresi untuk masing-masing variabel bebas

x_1 = Variabel Independen Pertama (Persepsi Kemudahan)

x_2 = Variabel Independen Pertama (Persepsi Tingkat Keamanan)

ε = Variabel *Error*

3.6.4 Uji Hipotesis

Adapun pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

Uji t atau juga dikenal dengan uji statistik t atau kerap disebut juga dengan uji signifikan individual bertujuan untuk menunjukkan seberapa

jauh variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$). Yang mana pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan H_0 ditolak atau H_α diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan.

Uji t menggunakan beberapa dasar analisis untuk menentukan pengaruh serta hubungan variabel. Adapun dasar analisis yang digunakan pada uji t adalah sebagai berikut :

1. Kriteria Pengujian (Perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel})
 - a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_α diterima.
 - b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka dapat dinyatakan bahwa H_0 diterima dan H_α ditolak.
2. Perbandingan nilai signifikansi dengan taraf nyata
 - a. Jika nilai signifikansi $>$ taraf nyata (0,05), maka dapat dinyatakan bahwa H_0 diterima dan H_α ditolak.
 - b. Jika nilai signifikansi $<$ taraf nyata (0,05), maka dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_α diterima.

b. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2005), menjelaskan bahwa uji statistik F pada dasarnya digunakan untuk menunjukkan apakah semua independen mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen

dengan tingkat keyakinan yaitu 95% ($\alpha = 0,05$). Uji statistik yang digunakan pada pengujian simultan adalah *Analysis Of Varian* (ANOVA).

Pada uji F ini menggunakan beberapa dasar analisis yang bertujuan untuk menentukan pengaruh dan hubungan variabel pada penelitian. Adapun dasar analisis yang digunakan pada uji F yaitu sebagai berikut :

1. Kriteria Pengujian (Perbandingan F_{hitung} dengan F_{tabel})

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_α diterima.
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka dapat dinyatakan bahwa H_0 diterima dan H_α ditolak.

2. Perbandingan nilai signifikansi dengan taraf nyata

- a. Jika nilai signifikansi $>$ taraf nyata (0,05), maka dapat dinyatakan bahwa H_0 diterima dan H_α ditolak.
- b. Jika nilai signifikansi $<$ taraf nyata (0,05), maka dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_α diterima.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi merupakan sebuah pengukur yang berfungsi untuk mengetahui sejauh manakan tingkat hubungan atau pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Nilai R^2 menunjukkan seberapa besar perbandingan dari total variasi variabel independen sebagai penjelas variabel dependen. Maka semakin besar nilai R^2 memiliki arti semakin besar pula skala perbandingan dari total variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel dependen.

Nilai $R^2 = 0$ berarti variabel independen tidak mempunyai kemampuan dalam menjelaskan variabel dependen sedangkan nilai $R^2 = 1$ maka variabel independen mempunyai kemampuan dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen.

Berikut ini adalah tabel kriteria pengambilan keputusan Koefisien Determinan (R^2) :

Tabel 3.4
Interval Koefisien Determinasi (R^2)

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,10 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2012:184)

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah hasil penelitian ini dianalisis dan dipaparkan, maka dalam bab ini penulis dapat menarik kesimpulan yang menjadi inti dari penelitian yang telah dilakukan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial persepsi kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *Mobile Banking* di Kalangan Generasi Y dan Z pada Masyarakat Kecamatan Medan Sunggal.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial persepsi tingkat keamanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *Mobile Banking* di Kalangan Generasi Y dan Z pada Masyarakat Kecamatan Medan Sunggal.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi tingkat keamanan bersama-sama (simultan) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *Mobile Banking* di Kalangan Generasi Y dan Z pada Masyarakat Kecamatan Medan Sunggal.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh maka penulis memberikan beberapa saran yaitu sebagai berikut :

1. Untuk masalah pada persepsi kemudahan, pada indikator menambah keterampilan bagi pengguna dengan item pernyataannya yaitu setelah menggunakan *Mobile Banking* membuat pengguna beralih dari pembayaran tunai menjadi non tunai memiliki penilaian paling rendah dengan total hanya 46 responden menyatakan “Sangat Setuju” dan 19 responden menyatakan “Kurang Setuju”. Oleh karena itu, berdasarkan jawaban dari responden yang telah di data diharapkan kepada Bank-Bank penerbit *Mobile Banking* untuk terus melakukan riset dan perwujudan terkait hal-hal yang menunjang pencedepanan kebutuhan pengguna agar terciptanya kepercayaan untuk mengutamakan penggunaan *Mobile Banking* dibanding pembayaran tunai secara langsung.
2. Untuk masalah pada persepsi tingkat keamanan, pada indikator pencegahan penyangkalan dengan item pernyataan yaitu *Mobile Banking* memberikan perlindungan terhadap risiko penipuan dan kerugian finansial kepada setiap pengguna memiliki penilaian paling rendah dengan total hanya 41 responden yang menyatakan “Sangat Setuju” dan 7 responden menyatakan “Kurang Setuju”, oleh karena itu bagi Bank-Bank penerbit *Mobile Banking* perlunya memberikan sosialisasi terkait waspada penipuan dan pembobolan tabungan pada *Mobile Banking* serta perlindungan akan risiko dan kerugian finansial apa sajakah yang ditanggung jawabi oleh perusahaan terkait sehingga pengguna akan turut menumbuhkan rasa tanggung jawab akan keamanan data pribadi pada dirinya agar tidak mudah tertipu oleh modus-modus penipuan yang akan menyerangnya dikemudian hari terkhusus bagi masyarakat di kawasan Kecamatan Medan Sunggal agar nasabah terus

merasakan keleluasaan dan kenyamanan sesuai dengan prinsip persepsi kemudahan dan persepsi tingkat keamanan yang ditawarkan oleh *Mobile Banking*.

3. Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi tingkat keamanan terhadap keputusan penggunaan dinilai memiliki kemampuan yang kuat sebesar 75,5%, untuk itu perusahaan terkait yaitu bank-bank penerbit *Mobile Banking* diharapkan dapat memperbaiki serta mempertahankan nilai persepsi kemudahan dan persepsi tingkat keamanan kepada para penggunanya agar keputusan penggunaan senantiasa dapat terus meningkat.
4. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel persepsi kemudahan dan persepsi tingkat keamanan ataupun menambah variabel-variabel lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan penggunaan pada *Mobile Banking*. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat memperluas jangkauan pada penelitian yang akan dilakukan selanjutnya dan mengambil objek-objek lain di masyarakat sehingga mampu mengidentifikasi faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan penggunaan *Mobile Banking* karena dalam penelitian ini masih terdapat sekitar 24,5% faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan penggunaan *Mobile Banking* yang tidak dapat dijelaskan di dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, & Pambudi, B. S. (2013). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadapminat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking Bri). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Ambarwati, D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay Pada Mahasiswa Stie Aub Surakarta. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 6(1), 88–103.
- AsikBelajar. (2018). *Pengertian dan Contoh Menurut Sugiyono*. <https://www.asikbelajar.com/hipotesis-penelitian-menurut-sugiyono/>
- Atanasius Hardian Permana Yogiarto. (2015). *Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah*. 2(1), 165.
- Baridwan, Z. (n.d.). *dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Transaksi Online*.
- Barusman, M. Y. S. (2010). Pemanfaatan E-Banking Dalam Industri Perbankan Ditinjau Dari Structure-Conduct- Performance Paradigm Di Indonesia the Use of E-Banking in Banking Industry Viewed From Structure-Conduct-Performance Paradigm in Indonesia. *Pemanfaatan E-Bnking Dalam Indistri*, 1(1), 1–20.
- Chaniago, J. (2010a). *Tabel r (Koefisien Korelasi Sederhana)*. <https://junaidichaniago.files.wordpress.com/2010/05/tabel-r.pdf>
- Chaniago, J. (2010b). *Titik Persentase Distribusi t*. <Http://Junaidichaniago.Wordpress.Com>, 1–6.
<http://ledhyane.lecture.ub.ac.id/files/2013/04/tabel-t.pdf>
- Detiknews. (2021). *Wow! Ini Mobile Banking Terbaik Se-Indonesia*. <https://news.detik.com/adv-nhl-detikcom/d-5559538/wow-ini-mobile-banking-terbaik-se-indonesia>
- Fadlan, A., & Dewantara, R. Y. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 62(1), 82–89.
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/viewFile/2652/3045>
- Genady, D. I. (2018). *Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, dan Promosi Uang Elektronik Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik di Masyarakat* (Issue 11140850000042).
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan

Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hadi, S., & Novi, N. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan *Mobile Banking*. *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 5(1), 55. <https://doi.org/10.12928/optimum.v5i1.7840>

Iliyin, A., & Widiartanto. (2019). Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Ovo Pt Visionet Data Internasional (Studi Pada Pengguna Ovo Di Kota Surakarta). *Jurnal FISIP*, Universitas Diponegoro.

Istiarni, P. R. D., & Paulus Basuki Hadiprajitno. (2014). *PENGUNAAN BERULANG INTERNET BANKING DENGAN SIKAP PENGGUNAAN (Studi Empiris : Nasabah Layanan Internet Banking di Indonesia)*. 03, 1–10.

Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Andi Offset.

Kinasih, B. S., & Albari, A. (2012). Pengaruh Persepsi Keamanan dan Privasi terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Online. *Jurnal Siasat Bisnis*, 16(1). <https://doi.org/10.20885/jsb.vol16.iss1.art3>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing* (13th ed.). Pearson Pretice Hall.

Kotler, P., & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.

Kotler, P., & Keller. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Pretice Hall.

Kristianti, M. L., & Pambudi, R. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Tingkat Keamanan, Dan Fitur Layanan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* Pada Mahasiswa Di Dki Jakarta. *Jurnal Akuntansi*, 11(1), 50–67. <https://doi.org/10.25170/jara.v11i1.52>

Kupperschmidt. (2016). Menurut Kupperschmidt. *Atikel*, 2000, 1–2. <https://parent.binus.ac.id/wp-content/uploads/2018/11/Generasi-X-Y-Z.pdf>

Layanan Bank. (2021). *Apa itu Mbanking? Ini Penjelasan, Fungsi dan Cara Kerjanya*. Lifepal. <https://lifepal.co.id/media/banyak-digunakan-orang-sudah-tahu-kelebihan-dan-kekurangan-m-banking-ini/>

Ledesman, M. (2018). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Penggunaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* (Studi Pada BSM Cabang Bandar Jaya). *Skripsi*, 112.

Mukhtisar, Tarigan, I. R. R., & Eveiyenni. (2021). Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh). *Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 3(1), 56–72.

- Nurlina, Milasari, & Indah, D. R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Barang PT . Citra Van Titipan Kilat Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 3(1), 1–8.
- OJK. (n.d.-a). *Layanan Digital Banking*. Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Retrieved January 21, 2022, from <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/345>
- OJK. (n.d.-b). *Waspada Kejahatan Internet/ Mobile Banking*. Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Retrieved January 21, 2022, from <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/356>
- Oktabriantono, A. P., Sulindawati, N. luh G. E., & Dewi, P. E. D. M. (2017). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Keamanan, dan Persepsi Risiko terhadap Penggunaan E-banking pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *E-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha*, 8(2), 1–10.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2015). *Bijak Ber-ebanking*. *Bijak Ber-Ebanking*, 6. https://www.ojk.go.id/Files/box/buku_bijak_ber-ebanking.pdf.
- Pranoto, M. O., & Setianegara, R. G. (2020). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING* (Studi Kasus pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran). *Keunis*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.32497/keunis.v8i1.2117>
- Prof. DR. Lexy J. Moleong, M. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Provinsi, S., & Periode, B. (2018). *Skripsi*.
- Raharjo, B. (2005). *Keamanan Sistem Informasi Berbasis Internet*. PT. Infonesia.
- Rakhmat, J. (2012). *Psikologi Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Rambe, N. (2018). UNIVERSITAS SUMATERA UTARA Poliklinik UNIVERSITAS SUMATERA UTARA. *Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota*, 1(3), 82–91.
- Rizky, N. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Dalam Bertransaksi Pada Umkm Di Kecamatan Buleleng. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, 9(2), 191–202.
- Salmah, R. (2021). Pendapatan, Pendidikan, Persepsi Kemudahan, dan Sikap sebagai Mediasi terhadap Keputusan Penggunaan *Mobile Banking* Syari'ah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 798–805. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2473>
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2010). *Perilaku Konsumen*. Andi Offset.

- Sanjani, M. T. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu Menggunakan Internet Banking. *Skripsi Thesis*, 19.
- Saputro, W. J. (2020). *Pengaruh Faktor Kemudahan dan Faktor Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking*. 1–93.
- Saraswati, A. N. (2021). *Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Di Kalangan Generasi. I*, 1–107.
- Shinhan Bank. (2017). *Pengertian Mobile Banking*. <https://www.shinhan.co.id/article-listings/read/pengertian-mobile-banking>
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (26th ed.). Alfabeta.
- Tirtana, I., & Sari, P. S. (2014). Analisis pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan dan kepercayaan terhadap penggunaan *Mobile Banking*. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call for Paper Program Studi Akuntansi-FEB UMS*, 25, 671–688. <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/xmlui/handle/11617/4589>
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Andi Offset.
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO di Depok. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 54–68. <https://doi.org/10.31294/moneter.v7i1.7567>
- Widjana, M. A. (2010). Determinan Faktor Penerimaan terhadap Internet Banking pada Nasabah Bank di Surabaya. In *Tesis*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas.

PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/PJOK.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum



Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI TINGKAT KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* DI KALANGAN GENERASI Y DAN Z PADA MASYARAKAT KECAMATAN MEDAN SUNGGAL

Dalam rangka memenuhi tugas akhir/ skripsi saya pada Program Sarjana Management Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area, maka saya Julistia Wardhani memohon kesediaan Bapak/ Ibu, Saudara/i untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini sesuai dengan petunjuk yang telah tersedia. Saya harap Bapak/ Ibu, Saudara/i dapat mengisi kuesioner ini dengan memberikan jawaban yang objektif.

Demikian permohonan saya sampaikan. Atas kesediaan dan bantuan Bapak/ Ibu, Saudara/i untuk meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner ini, saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

I. DATA RESPONDEN

No. Responden

a. Nama Lengkap :

b. Usia :

☐ Generasi Y (Tahun 1980-1995) atau (27-42 Tahun)

☐ Generasi Z (Tahun 1995-2010) atau (12-27 Tahun)

c. Jenis Kelamin :

☐ Laki-Laki

☐ Perempuan

d. Pekerjaan :

☐ Pelajar/ Mahasiswa

☐ Pegawai Negeri

- ☐ Pegawai Swasta ☐ Wiraswasta
☐ Lain-Lain

e. Pendapatan/ Gaji/ Uang saku perbulan :

- ☐ Rp 500.000 s/d Rp 1.500.000
☐ Rp 1.600.000 s/d Rp 2.500.000
☐ Rp 2.600.000 s/d Rp 3.500.000
☐ > Rp 3.600.000

f. Sudah berapa lama anda menggunakan *Mobile Banking*?

- ☐ < 3 Bulan ☐ 3 Bulan s/d 6 Bulan
☐ 6 Bulan s/d 1 Tahun ☐ > 1 Tahun

g. *Mobile Banking* dari Bank apa yang sedang anda gunakan? :

II. PETUNJUK PENGGUNAAN

- a. Pilihlah alternatif jawaban untuk pernyataan yang menurut anda benar dan sesuai.
- b. Mohon berilah tanda ceklis pada salah satu pilhan jawaban yang dianggap paling sesuai dengan anda. Setiap pernyataan hanya membutuhkan satu pilihan jawaban.

Alternatif Jawaban

Item Instrumen	Skor
SS = Sangat Setuju	5
STS = Setuju	4
KS = Kurang Setuju	3
TS = Tidak Setuju	2
STS = Sangat Tidak Setuju	1

III. DAFTAR PERNYATAAN

a. VARIABEL BEBAS PERSEPSI KEMUDAHAN (X_1)

No	Pernyataan	SKOR				
		SS	S	KS	TS	STS
Jelas dan Mudah Dimengerti (<i>Clear and Understandable</i>)						
1	<i>Mobile Banking</i> mudah dimengerti karena sistem yang beroperasi tidak berbelit-belit					
2	Fitur-fitur yang tersedia pada <i>Mobile Banking</i> sangat jelas sehingga mudah dimengerti untuk digunakan					
Mudah Dioperasikan (<i>Controllabe</i>)						
3	<i>Mobile Banking</i> memberikan kemudahan navigasi untuk beralih ke halaman berikutnya					
4	<i>Mobile Banking</i> mudah dioperasikan karena telah bekerja sama dengan berbagai <i>e-wallet</i> dan <i>merchants</i>					
Simpel dan menghemat waktu (<i>Simple and saving time</i>)						
5	Bertransaksi menggunakan <i>Mobile Banking</i> dapat diselesaikan dalam waktu singkat sehingga menghemat waktu					
6	<i>Mobile Banking</i> sangat membantu dalam kegiatan transaksi yang mendesak					
Menambah keterampilan bagi pengguna (<i>Easy to become skillful</i>)						
7	Penggunaan <i>Mobile Banking</i> menambah keterampilan bagi pengguna dalam menggunakan sistem informasi					
8	Setelah menggunakan <i>Mobile Banking</i> membuat pengguna beralih dari pembayaran tunai menjadi non tunai					
Fleksibel (<i>Flexible</i>)						
9	Penggunaan <i>Mobile Banking</i> sangat praktis dan fleksibel untuk dibawa dibanding dengan uang tunai					
10	Penggunaan <i>Mobile Banking</i> tidak terbatas oleh apapun dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun					

b. VARIABEL BEBAS PERSEPSI TINGKAT KEAMANAN (X_2)

No	Pernyataan	SKOR				
		SS	S	KS	TS	STS
Integritas (<i>Integrity</i>)						
1	Mobile Banking memastikan tidak adanya perubahan informasi apapun tanpa persetujuan dari pihak yang bertanggung jawab					

2	Pengguna merupakan satu satunya yang bertanggung jawab atas pemberian izin baik perubahan ataupun penambahan informasi tertentu					
Pencegahan Penyangkalan (Nonrepudiation)						
3	<i>Mobile Banking</i> memberikan perlindungan terhadap risiko penipuan dan kerugian finansial kepada setiap pengguna					
4	<i>Mobile Banking</i> memastikan tidak akan adanya pengingkaran terkait kesepakatan yang telah dilakukan pasca transaksi antara kedua belah pihak					
Keaslian (Authentication)						
5	<i>Mobile Banking</i> selalu memastikan bahwa informasi yang pengguna berikan adalah data yang sebenar-benarnya					
6	<i>Mobile Banking</i> dapat langsung mendeteksi jika terjadi pengaksesan selain pemilik akun					
Kerahasiaan (Confidentiality)						
7	<i>Mobile Banking</i> dapat merahasiakan data pribadi saya dan tidak disebarluaskan kepada siapapun yang tidak bersangkutan					
8	<i>Mobile Banking</i> dapat melindungi dan menjamin keamanan saldo setiap pengguna					
Privasi (Privacy)						
9	Saya merasa aman ketika memberikan informasi pribadi saya untuk proses verifikasi ketika layanan <i>Mobile Banking</i> berlangsung					
10	<i>Mobile Banking</i> melindungi informasi terkait kartu Bank dan segala pembayaran <i>online</i> saya					
Ketersediaan (Availability)						
11	<i>Mobile Banking</i> menyediakan jaminan keamanan berupa terdapatnya Bank terkait di OJK					
12	<i>Mobile Banking</i> menyediakan informasi dengan lengkap terkait saldo, mutasi, maupun informasi yang diinginkan pengguna					

c. VARIABEL TERIKAT KEPUTUSAN PENGGUNAAN (Y)

No	Pernyataan	SKOR				
		SS	S	KS	TS	STS
Pemilihan Produk						
1	Keunggulan pada <i>Mobile Banking</i> dibanding sistem transaksi lainnya membuat saya memutuskan untuk menggunakan <i>Mobile Banking</i>					
2	Saya memutuskan menggunakan <i>Mobile Banking</i> karena <i>Mobile Banking</i> dapat menyelesaikan masalah perbankan saya baik tabungan maupun segala pembayaran atas kebutuhan saya					
Pemilihan Merek						
3	Saya memilih <i>Mobile Banking</i> dari Bank tersebut karena sesuai dengan kebutuhan saya saat ini					
4	Saya memilih menggunakan <i>Mobile Banking</i> dari Bank tersebut karena memberikan jenjang sosial pada karakter diri saya					
Pemilihan Penyalur						
5	Saya memilih menggunakan <i>Mobile Banking</i> dari Bank tersebut karena memiliki kenyamanan yang baik ketika bertransaksi langsung ke konter Bank tersebut					
6	Saya memilih menggunakan <i>Mobile Banking</i> dari Bank tersebut karena konter Bank mudah ditemukan di daerah tempat tinggal saya					
Waktu Penggunaan						
7	Keunggulan pada <i>Mobile Banking</i> membuat saya lebih intens menggunakan <i>Mobile Banking</i> dibanding sistem transaksi sejenis lainnya					
8	Saya selalu menggunakan <i>Mobile Banking</i> untuk menyelesaikan transaksi perbankan maupun non perbankan saya					
Jumlah Pembelian Item						
9	Saya memilih menggunakan <i>Mobile Banking</i> karena <i>Mobile Banking</i> dapat menyelesaikan pembayaran dengan jumlah pembelian yang banyak sekaligus					

10	Saya dapat menyelesaikan transaksi pembelian dengan berbagai jenis tujuan pembayaran hanya dengan menggunakan <i>Mobile Banking</i>					
Metode Pembayaran						
11	Saya memutuskan menggunakan <i>Mobile Banking</i> sebagai metode alternatif pembayaran atas segala kebutuhan saya					
12	Memilih <i>Mobile Banking</i> sebagai metode pembayaran atas segala transaksi saya merupakan pilihan yang tepat					

Terima kasih atas bantuan Bapak/ Ibu, Saudara/i yang telah meluangkan waktunya dan bersedia untuk turut mengisi kuisioner ini. Atas perhatian dan kerjasamanya saya ucapkan Terima Kasih sebanyak-banyaknya. Tidaklah sempurna penelitian tanpa bantuan dari para Bapak/ Ibu, Saudara/i responden sekalian.

Lampiran 2 Penyajian Data Jawaban Responden

VARIABEL PERSEPSI KEMUDAHAN (X₁)

NO RESPONDEN	PERSEPSI KEMUDAHAN (X ₁)										TOTAL X ₁
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	47
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
6	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
8	4	4	3	5	4	4	4	5	3	4	40
9	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
11	4	4	4	5	5	4	4	3	4	5	42
12	4	4	4	5	5	4	4	3	4	5	42
13	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	37
14	4	4	4	4	5	5	3	4	4	3	40
15	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	45
16	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	47
17	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	44
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
19	4	4	4	4	5	5	5	4	5	3	43
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
21	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	47
22	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	46
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
25	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	41
26	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	47
27	5	5	5	5	4	5	3	4	3	3	42
28	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
29	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
31	5	4	4	3	5	5	4	3	4	5	42
32	5	4	4	3	5	5	4	3	4	5	42
33	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	41

NO RESPONDEN	PERSEPSI KEMUDAHAN (X1)										TOTAL X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
34	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
37	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
38	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	47
39	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	48
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
42	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	47
43	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
45	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	46
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
47	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	48
48	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
50	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	48
51	5	4	5	5	5	5	5	3	3	3	43
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
54	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
57	3	4	5	4	4	4	2	2	5	5	38
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
59	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	42
60	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	46
61	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	45
62	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	45
63	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	45
64	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	45
65	4	5	4	4	3	3	5	2	3	5	38
66	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
67	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	48
68	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	44
69	5	5	4	5	5	5	4	3	4	5	45
70	5	5	4	5	5	5	4	3	4	5	45

NO RESPONDEN	PERSEPSI KEMUDAHAN (X1)										TOTAL X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
71	4	5	3	3	4	5	3	4	4	5	40
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
73	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	13
74	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	13
75	4	3	4	3	5	5	4	5	5	5	43
76	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	48
77	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	46
78	4	3	5	5	5	5	3	5	5	5	45
79	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
80	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3	46
81	5	4	4	5	5	5	5	3	5	3	44
82	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1	14
83	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	38
84	4	5	5	5	5	5	4	3	4	3	43
85	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
89	4	3	4	4	5	5	4	5	3	5	42
90	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	43
91	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
93	4	5	5	5	5	3	5	4	3	5	44
94	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	43
95	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	47
96	5	4	4	5	5	5	5	3	4	4	44
97	5	4	4	5	5	5	5	3	4	4	44
98	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
99	5	4	4	4	5	4	3	4	3	3	39
100	5	4	3	4	5	5	5	5	5	5	46

VARIABEL PERSEPSI TINGKAT KEAMANAN (X₂)

NO RESPONDEN	PERSEPSI TINGKAT KEAMANAN (X ₂)												TOTAL X ₂
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
2	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
3	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	55
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	4	5	5	5	2	5	3	3	5	5	52
6	5	5	4	5	5	5	2	5	3	3	5	5	52
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
8	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	49
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
11	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	43
12	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	43
13	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	46
14	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4	47
15	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	53
16	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	55
17	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	52
18	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	56
19	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	59
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
21	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	55
22	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	52
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
24	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	52
25	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	56
26	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	58
27	5	4	4	4	5	2	4	3	3	4	5	5	48
28	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
29	5	5	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	45
30	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	53
31	5	5	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	56
32	5	5	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	56
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
34	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	52
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60

NO RESPONDEN	PERSEPSI TINGKAT KEAMANAN (X2)												TOTAL X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
38	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	57
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	59
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
41	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	54
42	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	56
43	5	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	5	45
44	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	59
45	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	56
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
47	4	4	3	4	5	4	4	4	5	5	5	4	51
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
50	4	3	4	4	5	3	5	4	4	4	5	5	50
51	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	59
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
53	3	1	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	51
54	3	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	56
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
56	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	53
57	5	3	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	52
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
59	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	51
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
61	3	4	3	3	3	3	3	5	4	3	5	5	44
62	3	4	3	3	3	3	3	5	4	3	5	5	44
63	3	4	3	3	3	3	3	5	4	3	5	5	44
64	3	4	3	3	3	3	3	5	4	3	5	5	44
65	3	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	56
66	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	58
67	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	59
68	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	51
69	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	54
70	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	54
71	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	39
72	3	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	56
73	1	1	2	2	2	1	2	2	1	1	1	1	17

NO RESPONDEN	PERSEPSI TINGKAT KEAMANAN (X2)												TOTAL X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	
74	1	1	2	2	2	1	2	2	1	1	1	1	17
75	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	51
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
77	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	57
78	C	5	4	4	5	4	5	5	3	4	5	5	49
79	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	55
80	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	59
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
82	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	18
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
84	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	57
85	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
87	4	5	4	4	5	3	4	5	5	5	5	5	54
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
89	4	4	4	4	5	3	4	4	3	4	5	5	49
90	3	4	3	2	3	2	3	3	3	4	4	5	39
91	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	55
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
93	4	4	5	3	5	3	4	3	5	5	4	5	50
94	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
95	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	52
96	5	5	1	5	4	3	3	4	5	5	5	5	50
97	5	5	1	5	4	3	3	4	5	5	5	5	50
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
99	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	48
100	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	58

VARIABEL KEPUTUSAN PENGGUNAAN (Y)

NO RESPONDEN	KEPUTUSAN PENGGUNAAN (Y)												TOTAL Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	56
5	5	5	5	2	5	5	4	2	5	5	4	5	52
6	5	5	5	2	5	5	4	2	5	5	4	5	52
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
8	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	5	4	45
9	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	52
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
11	4	4	5	3	4	4	4	3	3	4	3	4	45
12	4	4	5	3	4	4	4	3	3	4	3	4	45
13	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	46
14	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	47
15	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	48
16	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	54
17	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	50
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
19	4	4	5	4	4	5	3	3	4	5	4	4	49
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
21	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	52
22	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	54
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
24	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	51
25	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	49
26	5	5	5	4	5	5	5	3	4	4	4	5	54
27	4	3	3	1	3	5	4	4	4	5	3	4	43
28	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	52
29	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	55
30	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	57
31	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5	56
32	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5	56
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
34	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	57
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60

NO RESPONDEN	KEPUTUSAN PENGGUNAAN (Y)												TOTAL Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12	
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
38	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	56
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
42	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	57
43	4	3	4	3	5	5	4	3	3	3	4	3	44
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
45	5	4	4	3	3	3	3	3	3	5	5	5	46
46	5	5	5	1	1	1	5	5	3	5	5	5	46
47	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	57
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
50	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	56
51	5	5	5	2	4	3	5	2	4	5	3	4	47
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
53	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	56
54	4	4	5	3	5	2	4	3	3	4	4	4	45
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
56	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	51
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
59	5	5	4	5	4	5	5	5	4	3	5	4	54
60	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	46
61	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	53
62	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	53
63	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	53
64	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	53
65	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	3	54
66	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	3	54
67	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	5	52
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	49
69	5	4	5	3	5	4	5	4	4	4	3	4	50
70	5	4	5	3	5	4	5	4	4	4	3	4	50
71	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	5	43
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
73	1	1	1	2	1	1	1	3	3	3	2	2	21

NO RESPONDEN	KEPUTUSAN PENGGUNAAN (Y)												TOTAL Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12	
74	1	1	1	2	1	1	1	3	3	3	2	2	21
75	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	56
76	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	56
77	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	59
78	5	5	4	2	5	5	5	5	5	5	4	4	54
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
80	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	55
81	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	43
82	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1	1	1	19
83	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	46
84	4	3	5	5	5	5	4	3	4	4	5	4	51
85	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
89	4	4	4	3	4	3	4	3	4	5	4	3	45
90	4	3	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	47
91	4	4	3	3	4	4	4	3	4	5	3	3	44
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
93	4	5	4	4	4	3	5	5	3	4	5	4	50
94	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	47
95	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	52
96	4	4	5	1	5	5	5	5	5	4	3	3	49
97	4	4	5	1	5	5	5	5	5	4	3	3	49
98	5	5	5	5	4	4	5	3	5	5	3	5	54
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
100	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60

Lampiran 3 Output Hasil Uji Statistik

UJI VALIDITAS

Variabel Persepsi Kemudahan (X₁)

		Correlations										
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Total X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.921**	.455*	.622**	.385*	-.043	.233	-.148	.229	.152	.531**
	Sig. (2-tailed)		.000	.012	.000	.036	.822	.215	.435	.224	.423	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.921**	1	.385*	.573**	.429*	-.015	.170	-.080	.286	.210	.550**
	Sig. (2-tailed)	.000		.035	.001	.018	.938	.369	.676	.125	.266	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.455*	.385*	1	.711**	.251	.449*	.471**	.360	.339	.421*	.766**
	Sig. (2-tailed)	.012	.035		.000	.182	.013	.009	.051	.067	.020	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.622**	.573**	.711**	1	.372*	.372*	.577**	.125	.527**	.578**	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.043	.043	.001	.510	.003	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.385*	.429*	.251	.372*	1	.423*	.198	.059	.039	.000	.401*
	Sig. (2-tailed)	.036	.018	.182	.043		.020	.295	.756	.837	1.000	.028
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	-.043	-.015	.449*	.372*	.423*	1	.372*	.281	.480**	.136	.515**
	Sig. (2-tailed)	.822	.938	.013	.043	.020		.043	.133	.007	.472	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	.233	.170	.471**	.577**	.198	.372*	1	.259	.261	.578**	.676**
	Sig. (2-tailed)	.215	.369	.009	.001	.295	.043		.166	.164	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	-.148	-.080	.360	.125	.059	.281	.259	1	.324	.315	.506**
	Sig. (2-tailed)	.435	.676	.051	.510	.756	.133	.166		.081	.090	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.9	Pearson Correlation	.229	.286	.339	.527**	.039	.480**	.261	.324	1	.452*	.671**
	Sig. (2-tailed)	.224	.125	.067	.003	.837	.007	.164	.081		.012	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.10	Pearson Correlation	.152	.210	.421*	.578**	.000	.136	.578**	.315	.452*	1	.690**
	Sig. (2-tailed)	.423	.266	.020	.001	1.000	.472	.001	.090	.012		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total X1	Pearson Correlation	.531**	.550**	.766**	.849**	.401*	.515**	.676**	.506**	.671**	.690**	1
	Sig. (2-tailed)	.003	.002	.000	.000	.028	.004	.000	.004	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Variabel Persepsi Tingkat Keamanan (X₂)

		Correlations													
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	Total	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.451*	.616**	.398*	.573**	.603**	.840**	.766**	.844**	.772**	.680**	.746**		.871**
	Sig. (2-tailed)		.012	.000	.029	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30		30

X2.2	Pearson Correlation	.451*	1	.587**	.561**	.365*	.657**	.413*	.609**	.387*	.633**	.451*	.308	.711**
	Sig. (2-tailed)	.012		.001	.001	.047	.000	.023	.000	.035	.000	.012	.098	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.616**	.587**	1	.500**	.583**	.473**	.512**	.426*	.439*	.463**	.537**	.294	.718**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.005	.001	.008	.004	.019	.015	.010	.002	.115	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.398*	.561**	.500**	1	.387*	.432*	.556**	.449*	.472**	.497**	.581**	.309	.673**
	Sig. (2-tailed)	.029	.001	.005		.035	.017	.001	.013	.009	.005	.001	.096	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.573**	.365*	.583**	.387*	1	.500**	.526**	.428*	.496**	.545**	.476**	.398*	.682**
	Sig. (2-tailed)	.001	.047	.001	.035		.005	.003	.018	.005	.002	.008	.029	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	.603**	.657**	.473**	.432*	.500**	1	.575**	.680**	.596**	.719**	.687**	.551**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.008	.017	.005		.001	.000	.001	.000	.000	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.7	Pearson Correlation	.840**	.413*	.512**	.556**	.526**	.575**	1	.826**	.894**	.824**	.625**	.653**	.863**
	Sig. (2-tailed)	.000	.023	.004	.001	.003	.001		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.8	Pearson Correlation	.766**	.609**	.426*	.449*	.428*	.680**	.826**	1	.809**	.870**	.526**	.690**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.019	.013	.018	.000	.000		.000	.000	.003	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.9	Pearson Correlation	.844**	.387*	.439*	.472**	.496**	.596**	.894**	.809**	1	.783**	.591**	.693**	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000	.035	.015	.009	.005	.001	.000	.000		.000	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.10	Pearson Correlation	.772**	.633**	.463**	.497**	.545**	.719**	.824**	.870**	.783**	1	.524**	.636**	.871**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.010	.005	.002	.000	.000	.000	.000		.003	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.11	Pearson Correlation	.680**	.451*	.537**	.581**	.476**	.687**	.625**	.526**	.591**	.524**	1	.477**	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000	.012	.002	.001	.008	.000	.000	.003	.001	.003		.008	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.12	Pearson Correlation	.746**	.308	.294	.309	.398*	.551**	.653**	.690**	.693**	.636**	.477**	1	.693**
	Sig. (2-tailed)	.000	.098	.115	.096	.029	.002	.000	.000	.000	.000	.008		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total_X2	Pearson Correlation	.871**	.711**	.718**	.673**	.682**	.807**	.863**	.845**	.832**	.871**	.772**	.693**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Variabel Keputusan Penggunaan (Y)

		Correlations												Total Y
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12	
Y.1	Pearson Correlation	1	.507**	.648**	.566**	.097	.273	-.061	.302	.036	.409*	.455*	.571**	.589**
	Sig. (2-tailed)		.004	.000	.001	.609	.144	.747	.105	.852	.025	.012	.001	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	.507*	1	.484**	.336	.102	.348	-.081	-.073	.190	.090	.238	.274	.376*
	Sig. (2-tailed)	.004		.007	.069	.591	.059	.670	.700	.316	.635	.205	.142	.041
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	.648*	.484**	1	.460*	.367*	.220	.139	.396*	.251	.450*	.462*	.375*	.635**
	Sig. (2-tailed)	.000	.007		.011	.046	.242	.465	.030	.181	.013	.010	.041	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	.566*	.336	.460*	1	.244	.684**	.453*	.633**	.210	.418*	.606**	.611**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.001	.069	.011		.194	.000	.012	.000	.264	.021	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.5	Pearson Correlation	.097	.102	.367*	.244	1	.366*	.310	.404*	.310	.393*	.292	-.174	.463**
	Sig. (2-tailed)	.609	.591	.046	.194		.047	.096	.027	.096	.032	.117	.357	.010
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.6	Pearson Correlation	.273	.348	.220	.684**	.366*	1	.329	.394*	.086	.323	.451*	.285	.629**
	Sig. (2-tailed)	.144	.059	.242	.000	.047		.076	.031	.651	.081	.012	.127	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.7	Pearson Correlation	-.061	-.081	.139	.453*	.310	.329	1	.631**	.296	.469**	.645**	.419*	.622**
	Sig. (2-tailed)	.747	.670	.465	.012	.096	.076		.000	.112	.009	.000	.021	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.8	Pearson Correlation	.302	-.073	.396*	.633**	.404*	.394*	.631**	1	.393*	.755**	.734**	.416*	.817**
	Sig. (2-tailed)	.105	.700	.030	.000	.027	.031	.000		.032	.000	.000	.022	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.9	Pearson Correlation	.036	.190	.251	.210	.310	.086	.296	.393*	1	.274	.336	.122	.448*
	Sig. (2-tailed)	.852	.316	.181	.264	.096	.651	.112	.032		.143	.070	.520	.013
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.10	Pearson Correlation	.409*	.090	.450*	.418*	.393*	.323	.469**	.755**	.274	1	.775**	.396*	.749**
	Sig. (2-tailed)	.025	.635	.013	.021	.032	.081	.009	.000	.143		.000	.030	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.11	Pearson Correlation	.455*	.238	.462*	.606**	.292	.451*	.645**	.734**	.336	.775**	1	.756**	.880**
	Sig. (2-tailed)	.012	.205	.010	.000	.117	.012	.000	.000	.070	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.12	Pearson Correlation	.571*	.274	.375*	.611**	-.174	.285	.419*	.416*	.122	.396*	.756**	1	.658**
	Sig. (2-tailed)	.001	.142	.041	.000	.357	.127	.021	.022	.520	.030	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Total Y	Pearson Correlation	.589*	.376*	.635**	.829**	.463**	.629**	.622**	.817**	.448*	.749**	.880**	.658**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.041	.000	.000	.010	.000	.000	.000	.013	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

UJI RELIABILITAS

Variabel Persepsi Kemudahan (X₁)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.803	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	41.30	10.631	.424	.791
X1.2	41.27	10.616	.450	.789
X1.3	41.43	9.702	.695	.764
X1.4	41.47	9.085	.792	.748
X1.5	41.13	11.292	.313	.801
X1.6	41.13	11.016	.437	.793
X1.7	41.47	9.775	.570	.775
X1.8	41.87	9.775	.276	.830
X1.9	41.43	9.426	.540	.778
X1.10	41.50	9.155	.553	.777

Variabel Persepsi Tingkat Keamanan (X₂)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.935	12

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	49.87	24.878	.843	.924
X2.2	49.97	25.137	.641	.932
X2.3	50.07	24.547	.639	.934
X2.4	50.10	25.541	.599	.934
X2.5	49.90	25.679	.613	.933
X2.6	50.03	24.102	.753	.928
X2.7	49.83	24.971	.833	.925
X2.8	49.87	25.568	.815	.926
X2.9	49.77	25.840	.802	.927
X2.10	49.80	25.545	.846	.925
X2.11	49.87	25.499	.724	.929
X2.12	49.70	26.769	.646	.932

Variabel Keputusan Penggunaan (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	12

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	49.67	22.437	.508	.869
Y.2	49.43	24.116	.304	.878
Y.3	49.60	22.593	.571	.867
Y.4	49.97	18.723	.758	.853
Y.5	49.63	23.413	.380	.875
Y.6	49.77	21.633	.536	.868
Y.7	49.67	21.954	.537	.867
Y.8	50.03	18.723	.739	.854
Y.9	49.67	23.057	.340	.878
Y.10	49.63	21.551	.694	.859
Y.11	49.90	19.679	.842	.847
Y.12	49.60	22.110	.588	.865

UJI NORMALITAS KOLMOGOROV-SMIRNOV

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

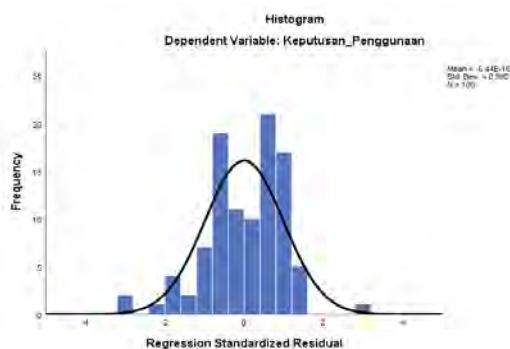
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.83583574
Most Extreme Differences	Absolute	.117
	Positive	.071
	Negative	-.117
Test Statistic		.117
Asymp. Sig. (2-tailed)		.002 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.118

a. Test distribution is Normal.

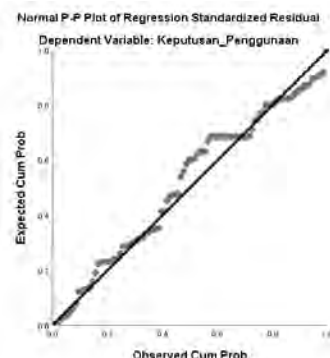
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

GRAFIK HISTOGRAM



GRAFIK PROBABILITY PLOT



RIA

icien

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.568	2.693		2.067	.041		
	Persepsi Kemudahan	.638	.105	.544	6.055	.000	.307	3.254
	Persepsi Tingkat Keamanan	.345	.085	.365	4.065	.000	.307	3.254

b. Dependent Variabel: Keputusan_Penggunaan

UJI HETEROKEDASTISITAS GLEJSER

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.228	1.573		.781	.437
	Persepsi Kemudahan	-.041	.061	-.119	-.662	.510
	Persepsi Tingkat Keamanan	.070	.049	.254	1.409	.162

a. Dependent Variabel: RES2

UJI ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.568	2.693		2.067	.041
	Persepsi Kemudahan	.638	.105	.544	6.055	.000
	Persepsi Tingkat Keamanan	.345	.085	.365	4.065	.000

a. Dependent Variabel: Keputusan_Penggunaan

UJI PARSIAL (UJI T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.568	2.693		2.067	.041
	Persepsi Kemudahan	.638	.105	.544	6.055	.000
	Persepsi Tingkat Keamanan	.345	.085	.365	4.065	.000

a. Dependent Variable: Keputusan_Penggunaan

UJI SIMULTAN (UJI F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4601.350	2	2300.675	153.205	.000 ^b
	Residual	1456.650	97	15.017		
	Total	6058.000	99			

a. Dependent Variable: Keputusan_Penggunaan

b. Predictors: (Constant), Persepsi_Tingkat_Keamanan, Persepsi_Kemudahan

UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.872 ^a	.760	.755	3.875

a. Predictors: (Constant), Persepsi_Tingkat_Keamanan, Persepsi_Kemudahan

Lampiran 4 Surat Izin Survey Oleh Universitas Medan Area



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax (061) 7366998
Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax (061) 8226331
Email : univ_medanarea@uma.ac.id Website:uma.ac.id/ekonomi.uma.ac.id email fakultas:ekonomi@uma.ac.id

Nomor : 1640/FEB/01.1/ XII/2021

21 Desember 2021

Lamp

Perihal : Izin Research / Survey

Kepada, Yth
Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Medan

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan,
mengharapkan bantuan saudara kepada mahasiswa kami :

N a m a
N P M
Program Studi
Judul

: JULISTIA WARDHANI
: 188320310
: Manajemen
: Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Tingkat
Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking
di Kalangan Generasi Y dan Z pada Masyarakat Kecamatan
Medan Sunggal

Untuk diberi izin Research / Survey yang Saudara pimpin selama Satu Bulan. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu

Dapat kami beritahukan bahwa Research ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wakil Dekan Bidang
Inovasi, Kemahasiswaan dan Alumni



Desy Aninda Anindya, SE, M.Ak

Tembusan :

1. Wakil Rektor Bidang Akademik
2. Kepala LPPM
3. Mahasiswa ybs
4. Pertiinggal

Lampiran 5 Surat Rekomendasi Survey Oleh Balitbang (Badan Penelitian dan Pengembangan) Kota Medan

**PEMERINTAH KOTA MEDAN**
BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN
Jalan Kapten Maulana Lubis Nomor 2 Medan Kode Pos 20112
Telepon. (061) 4555693 Faks. (061) 4555693
E-mail : balitbangmedan@yahoo.co.id Website : balitbang.pemkomedan.go.id

SURAT REKOMENDASI SURVEY
NOMOR : 070/740 /Balitbang/2022

Berdasarkan Surat Keputusan Walikota Medan Nomor : 57 Tahun 2001, Tanggal 13 November 2001 dan Peraturan Walikota Medan Nomor : 55 Tahun 2010, tanggal 24 November 2010 tentang Tugas Pokok dan Fungsi Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Medan dan setelah membaca/memperhatikan surat dari: Wakil Dekan Bidang Inovasi, Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area. Nomor: 1640/FEB/01.1/XII/2021. Tanggal: 21 Desember 2021. Hal: Izin Research/Survey.

Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Medan dengan ini memberikan Surat Rekomendasi Survey Kepada :

Nama	: Julistia Wardhani.
NIM	: 188320310.
Prodi	: Manajemen.
Judul	: "Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Tingkat Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking di Kalangan Generasi Y dan Z Pada Masyarakat Kecamatan Medan Sunggal".
Lokasi	: Kecamatan Medan Sunggal Kota Medan.
Lamanya	: 1 (Satu) Bulan.
Penanggung Jawab	: Wakil Dekan Bidang Inovasi, Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area.

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Sebelum melakukan Survey terlebih dahulu harus melapor kepada pimpinan Organisasi Perangkat Daerah lokasi Yang ditetapkan.
2. Mematuhi peraturan dan ketentuan yang berlaku di lokasi Survey.
3. Tidak dibenarkan melakukan Survey atau aktivitas lain di luar lokasi yang telah direkomendasikan.
4. Hasil Survey diserahkan kepada Kepala Balitbang Kota Medan selambat lambatnya 2 (dua) bulan setelah Survey dalam bentuk soft copy atau melalui Email (balitbangmedan@yahoo.co.id).
5. Surat rekomendasi Survey dinyatakan batal apabila pemegang surat rekomendasi tidak mengindahkan ketentuan atau peraturan yang berlaku pada Pemerintah Kota Medan.
6. Surat rekomendasi Survey ini berlaku sejak tanggal dikeluarkan.

Demikian Surat ini diperbuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : M e d a n.
Pada Tanggal : 25 April 2022
a.n. KEPALA BALITBANG KOTA MEDAN

SEKRETARIS,


PEMERINTAH KOTA
BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN
Dr. SETIYAHARANI HASIBUAN
PEMBINA, TK. I
NIP. 196612081986032002

Tembusan :

1. Walikota Medan, (sebagai laporan).
2. Camat Medan Sunggal Kota Medan.
3. Wakil Dekan Bidang Inovasi, Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area.
4. Arsip.

Lampiran 6 Surat Pengantar Pelaksanaan Survey Oleh Camat Medan Sunggal

		PEMERINTAH KOTA MEDAN KECAMATAN MEDAN SUNGGAL	
		Jalan. Letjend TB. Simatupang No. 193 Telepon : 8458374 Medan	
Medan, 13 Mei 2022		Kepada Yth :	
Sdri. Julistya Wardhani		di-	
Medan			
Nomor	: 070 / 1713		
Sifat	: -		
Lampiran	: -		
Perihal	: <u>Pengantar Pelaksanaan Survey</u>		

Sehubungan dengan Surat Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Medan Nomor 070/740/Balitbang/2022 tanggal 25 April 2022 perihal Surat Rekomendasi Survey kepada Saudari terkait penelitian sebagai berikut :

Judul : Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Tingkat Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking di Kalangan Generasi Y dan Z Pada Masyarakat Kecamatan Medan Sunggal

Lokasi : Kecamatan Medan Sunggal Kota Medan

Lamanya : 1 (satu) bulan

Penanggung Jawab : Wakil Dekan Bidang Inovasi, Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area

Berkenaan dengan hal tersebut diatas disampaikan kepada Saudari bahwa pada dasarnya kami tidak keberatan atas pelaksanaan survey tersebut, dan selanjutnya diminta kepada Saudari agar memperhatikan beberapa ketentuan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan survey dilaksanakan dengan penuh rasa tanggung jawab dengan mematuhi etika penelitian dan norma masyarakat
2. Menghormati hak dan privasi pemberi informasi
3. Menjaga kerahasiaan data yang diperoleh dan tidak menyebarluaskan/menyalahgunakan informasi yang diterima
4. Segala bentuk penyalahgunaan informasi dari hasil penelitian menjadi tanggung jawab Saudari dan tidak menjadi tanggung jawab pihak Kecamatan Medan Sunggal
5. Melaporkan hasil survey kepada Camat Medan Sunggal

Demikian disampaikan agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.


CAMAT MEDAN SUNGGAL
M. ODIANGGIA BATUBARA, S.STP., MM
PEMBINA
NIP. 19831010 200112 1 001

Lampiran 7 Surat Keterangan Selesai Survey Oleh Camat Medan Sunggal



PEMERINTAH KOTA MEDAN
KECAMATAN MEDAN SUNGGAL

Jalan. Letjend TB. Simatupang No. 193 Telepon : 8458374 Medan

Medan, 27 Mei 2022

Nomor : 070 / 1890
Sifat : Penting
Lampiran : -
Perihal : **Telah Selesai Melakukan Penelitian**

Kepada Yth :
Bapak/Ibu Wakil Dekan Bidang
Inovasi, Kemahasiswaan dan Alumni
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area
di-

Medan.

Sehubungan dengan Surat Badan Penelitian dan Pengembangan Kota
Medan Nomor 070/740/Balitbang/2022 perihal Surat Rekomendasi Survey
kepada Saudari:

Nama : Julistya Wardhani
NPM : 1188320310
Prodi : Manajemen
Judul : Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Tingkat
Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Mobile
Bangking di Kalangan Generasi Y dan Z Pada Masyarakat
Kecamatan Medan Sunggal
Lokasi : Kecamatan Medan Sunggal Kota Medan
Lamanya : 1 (Satu) Bulan
Penanggung : Wakil Dekan Bidang Inovasi, Kemahasiswaan dan Alumni
Jawah : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area

Berkenaan dengan hal tersebut, disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa
Mahasiswi tersebut diatas telah selesai Melaksanakan Survey pada tanggal
23 Mei 2022 di Kecamatan Medan Sunggal Kota Medan.

Demikian disampaikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



CAMAT MEDAN SUNGGAL

M. ODIANGGIA BATUBARA, S.STP, MM
PEMBINA

NIP. 19831010 200112 1 001

Cc. Pertinggal