



**JBK**

Jurnal Bisnis & Kewirausahaan  
Volume 19 Issue 03, Year 2023

ISSN (*print*) : 0216-9843

ISSN (*online*) : 2580-5614

Homepage : <http://ojs.pnb.ac.id/index.php/JBK>

---

## **Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Brimo (BRI *Mobile*) (Pada Pedagang Sembako Di Pasar Tanjung Kabupaten Jember)**

**Edwina Nisrina Salsabila<sup>1</sup>, Hety Mustika Ani<sup>2</sup>, Mukhamad Zulianto<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Pendidikan Ekonomi/Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember, Indonesia

<sup>1</sup> [edwinasal02@gmail.com](mailto:edwinasal02@gmail.com)

**Abstract.** *This study aims to analyze the factors that can influence the perception of staple food traders in the Tanjung market about interest in using BRImo through attitude towards using, using the TAM (Technology Acceptance Model) approach. These factors include perceived usefulness, perceived ease of use, and attitude towards using as Intervening variables. This research was conducted by distributing questionnaires to food traders in Tanjung market, Jember regency. Sample determination in this study used the Simple Random Sampling method. The questionnaire was distributed to 109 food traders in Tanjung market who qualified as samples and analyzed using SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). The test showed that: (1) perceived usability had a significant effect on interest in use; (2) perceived convenience has a significant effect on interest in use; (3) attitude toward using has a significant effect on interest in use; (4) perceived usefulness of interest through attitude toward using has a significant effect; (5) The perception of ease of interest through attitude toward using does not have a significant effect.*

**Keywords:** *Technology Acceptance Model (TAM), Attitude Toward Using, Path Analysis, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi persepsi pedagang sembako di pasar Tanjung tentang minat penggunaan BRImo melalui attitude terhadap penggunaan, dengan menggunakan pendekatan TAM (Technology Acceptance Model). Faktor-faktor ini termasuk kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan, dan sikap terhadap penggunaan sebagai variabel Intervening. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pedagang makanan di pasar Tanjung, Kabupaten Jember. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode Simple Random Sampling. Kuesioner didistribusikan kepada 109 pedagang makanan di pasar Tanjung yang memenuhi syarat sebagai sampel dan dianalisis menggunakan SPSS (Paket Statistik untuk Ilmu Sosial). Pengujian tersebut menunjukkan bahwa: (1) persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan; (2) persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan; (3) attitude toward using berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan; (4) persepsi kegunaan terhadap minat melalui attitude toward using berpengaruh signifikan; (5) persepsi kemudahan terhadap minat melalui attitude toward using tidak berpengaruh secara signifikan.

**Kata Kunci:** TAM, sikap, analisis jalur, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan

## **PENDAHULUAN**

Menurut Hanum et al., (2013), kehadiran internet merupakan adanya kemajuan teknologi yang telah menyebabkan terjadinya percepatan globalisasi dan komunikasi di dunia perbankan. Salah satu perkembangan perbankan yaitu dengan munculnya M-banking. Hadirnya M-banking dapat memberikan layanan pada nasabah secara cepat, mudah, bisa dijalankan kapanpun dan dimanapun untuk bisa melakukan berbagai transaksi yang berkaitan dengan keuangan nasabah. Perkembangan teknologi informasi yang semakin meningkat, membuat sektor bisnis khususnya pada sektor perdagangan bergerak menuju ke arah serba digitalisasi. Teknologi informasi yang digunakan dalam perdagangan yaitu Pembayaran non-tunai. Widayati (2017) menyatakan bahwa Istilah "kode QR" mengacu pada jenis kode matriks tertentu atau kode dua dimensi yang dikembangkan pihak Denso Wave, sebuah divisi dari Denso Corporation yang merupakan perusahaan Jepang, dan diterbitkan pada tahun 1994 dengan fungsi pokok yaitu dapat dipahami dengan mudah oleh pengguna. Pembayaran melalui sistem QR Code diperlukan agar transaksi menjadi efisien dan tentu saja tanpa uang tunai. Dalam penelitian ini berfokus pada mobile banking dimana mobile banking itu sendiri dapat memberikan kemudahan bagi pedagang dan dapat melakukan berbagai transaksi yang dapat dilakukan oleh pedagang dengan menikmati fitur-fitur yang tersedia selama 24jam dengan mudah yang bisa diakses kapanpun dan dimana saja. Salah satu perbankan di Indonesia yaitu bank BRI juga mengeluarkan mobile banking dengan nama BRImo yang artinya adalah BRI mobile. Aplikasi Internet dan Mobile Banking BRI yang berdasarkan pada data internet serta dapat memudahkan nasabah. Tentunya, BRImo memiliki keunggulan yang paling utama yaitu membuat rekening tanpa harus datang ke kantor bank, dengan mengunggah data pribadi serta membuat video dalam pembentukan rekening.

Pasar rakyat terbesar di Kabupaten Jember, Jawa Timur, adalah Pasar Tanjung. Berdirinya pasar Tanjung ini pada tahun 1973 dan pasar umum terbesar di Jember, dengan luas 25.105 meter yang berlokasi strategis di Jalan Trunojoyo. Pasar Tanjung dipilih oleh peneliti sebagai lokasi penelitian dikarenakan setelah peneliti melakukan observasi selama 3 bulan di unit bank BRI pasar Tanjung, peneliti menemukan hal unik di pasar Tanjung. Dalam menjalankan program-program yang dimiliki oleh bank BRI para pedagang salah satunya yaitu pedagang sembako juga berantusias mengikuti program yang ada. Dari uraian diatas peneliti memilih pedagang sembako yang ada dipasar tanjung sebagai objek penelitian dikarenakan adanya keunikan yang telah dijelaskan pada uraian tersebut.

Metode technology acceptance model (TAM) digunakan oleh peneliti menjadi model penelitian. Berdasarkan model TRA (Theory Reasoned Action) TAM mengalami pengembangan dari pihak (Davis et al.,1989). TAM menambahkan dua unsur utama pada model TRA, sebuah tingkatan yaitu individu mempercayai bahwa pemakaian sistem dengan eksklusif dapat menjadikan kinerja menjadi lebih baik (persepsi kegunaan / perceived usefulness) serta selaku persepsi individu bahwa suatu sistem informasi yang mereka lihat dapat digunakan dengan mudah ( persepsi kemudahan penggunaan / perceived ease of use ) merupakan dua unsur utama yang ditambahkan TAM pada model TRA. Keduanya memiliki pengaruh tentang niat perilaku dan penggunaan aktual yang mengacu pada persepsi bahwa seseorang akan merasa tertarik untuk menggunakan sistem tersebut dan keyakinan bahwa itu bukan ide yang buruk untuk menggunakannya. Tujuan dari TAM ini untuk menggambarkan dan mengukur penerimaan pengguna terkait sebuah teknologi informasi merupakan.

Keinginan atau dorongan yang individu miliki terkait keadaan khusus yang mereka alami dan berfungsi sebagai motivasi untuk memahami serta belajar lebih dalam adalah pengertian dari minat. Sifat dari minat sendiri yaitu individual atau milik sendiri. Artinya, masing-masing seseorang mempunyai keinginan atau minat yang mungkin mempunyai perbedaan dari orang lain. Minat juga dapat berubah sesuai dengan kebutuhan manusia, kemampuan manusia, dan sesuatu yang sedang populer di masyarakat umum. Artinya, suatu objek yang sebelumnya tidak diminati oleh masyarakat, dapat berubah menjadi suatu objek yang diminati masyarakat karena

adanya dorongan-dorongan tertentu atau wawasan baru dan pola pikir masyarakat yang baru. Munculnya minat karena adanya suatu perasaan yang senang terhadap objek tertentu atas dasar minat individu tersebut pada jenis kegiatan yang ada. Perasaan senang tersebut dapat mengakibatkan terjadinya sebuah keinginan pada individu guna menjalankan aktifitas. Dari penjelasan diatas terkait permasalahan dan latar belakang yang sudah diangkat, oleh sebab peneliti mengangkat sebuah penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan BRImo (BRI mobile) (Pada Pedagang Sembako Di Pasar Tanjung Kabupaten Jember Dengan Attitude toward using Sebagai Variabel Intervening)”. Perumusan masalah yang ada di penelitian ini :

a. Pengaruh langsung :

- 1) Apakah perceived usefulness (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan BRImo (Y) pada pedagang sembako di pasar Tanjung?
- 2) Apakah perceived ease of use (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan BRImo (Y) pada pedagang sembako di pasar Tanjung?
- 3) Apakah Attitude toward using (Z) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan BRImo (Y) pada pedagang sembako di pasar Tanjung?

b. Pengaruh tidak langsung :

- 1) Apakah perceived usefulness (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan BRImo (Y) melalui Attitude toward using (Z) pada pedagang sembako di pasar Tanjung?
- 2) Apakah perceived ease of use (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan BRImo (Y) melalui Attitude toward using (Z) pada pedagang sembako di pasar Tanjung?

Berdasar pertimbangan dari rumusan masalah, maka hipotesis yang peneliti buat adalah sebagai berikut :

a. Pengaruh langsung :

H1 : Perceived Usefulness (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan BRImo (Y) pada pedagang sembako di pasar Tanjung.

H2 : Perceived Ease of Use (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan BRImo (Y) pada pedagang sembako di pasar Tanjung.

H3 : Attitude toward using (Z) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan BRImo (Y) pada pedagang sembako di pasar Tanjung.

b. Pengaruh tidak langsung :

H4 : Perceived Usefulness (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan BRImo (Y) melalui Attitude toward using (Z) pada pedagang sembako di pasar Tanjung.

H5 : Perceived ease of use (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan BRImo (Y) melalui Attitude toward using (Z) pada pedagang sembako di pasar Tanjung.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan secara kuantitatif. Penelitian kuantitatif memiliki tujuan yaitu mengetahui pengaruh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan BRImo pada para pedagang sembako di Pasar Tanjung kabupaten Jember. Metode yang dipakai peneliti guna menentukan lokasi penelitian yaitu dengan metode purposive area. Peneliti menentukan populasinya yaitu para pedagang sembako di Pasar Tanjung yang menggunakan BRImo dengan jumlah 150 pedagang, yang didapatkan berdasarkan hasil wawancara dengan kepala unit bank BRI Tanjung. Rumus metode Slovin dipilih peneliti untuk menentukan besar sampel. Metode pengambilan sampel dengan menggunakan Simple Random Sampling. Besarnya sampel pada penelitian ini dijabarkan seperti berikut, diketahui  $N = 150$  pedagang, dengan tingkat pengambilan kesalahan sampel 5%:

$$n = \frac{N}{(1 + N (e)^2)}$$
$$n = \frac{150}{(1 + 150 (5\%)^2)}$$
$$n = \frac{150}{1.375}$$
$$n = 109$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan tersebut, diperoleh besaran sampel yang akan digunakan peneliti sebanyak 109 pedagang.

Peneliti menggunakan beberapa metode dalam penelitian ini guna memperoleh data, yakni dengan menggunakan observasi, kuisisioner dan dokumentasi. Pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan data primer dan data sekunder. Penelitian ini menggunakan kuisisioner pada instrumen penelitiannya, yaitu dengan penyebaran angket dimana didalam angket tersebut berisi terkait pertanyaan-pertanyaan yang akan diberikan kepada pedagang sembako di pasar Tanjung kabupaten Jember. Peneliti menggunakan skala Likert dalam penelitian ini. Dilakukan uji validitas dalam penelitian ini untuk menentukan kevalidan suatu angket, uji validitas perlu dilakukan dengan menggunakan SPSS. Dalam uji reliabilitas, data diuji keseluruhan pertanyaan yang ada pada kuisisioner serta memakai program SPSS dengan uji statistic Croncbach Alpha ( $\alpha$ ). Apabila memberikan nilai  $> 0,60$  maka variabel bisa dinyatakan reliabel. Terdapat tahapan-tahapan uji yang dapat dijalankan pada uji asumsi klasik, diantaranya sebagai berikut:

- 1) Kolmogorov-Sminov untuk menentukan apakah sampel memiliki jenis distribusi normal.
- 2) Apabila hasil nilai VIF menunjukkan nilai tolerance  $< 10\%$  maka bisa dikatakan model regresi antar variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas dan nilai VIF (Variance Inflator Factor)  $< 10$ , maka bisa dikatakan model regresi antar variabel bebas terjadi multikolinearitas
- 3) Harus ada homoskedastisitas atau tidak ada heteroskedastisitas agar model regresi dianggap sangat baik, heteroskedastisitas dalam model regresi bisa terjadi jika signifikansi  $> 0,05$  yang artinya jika signifikansi  $> 0,05$  penelitian bisa dilanjutkan.

Path Analysis memiliki tujuan untuk menentukan apakah sekumpulan variabel independen memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung pada variabel dependen, pola hubungan antara variabel tersebut dipelajari menggunakan analisis jalur (Riduwan dan Kuncoro, 2006). Statistical Packagefor Social Science (SPSS) digunakan peneliti guna mengolah data yang ada dalam uji analisis jalur, yaitu seperti berikut:

a. Uji Parsial (Uji t)

Ketentuan yang digunakan dalam uji T yang digunakan peneliti sebagai berikut :

- 1) Ho diterima dan Ha ditolak apabila Probabilitas  $>$  taraf signifikansi (5%).
- 2) Ho ditolak dan Ha diterima apabila Probabilitas  $<$  taraf signifikansi (5%).

b. Perhitungan Jalur

Menggunakan attitude towards using terhadap minat penggunaan sebagai variabel Intervening, analisis jalur bertujuan untuk menjelaskan pengaruh dari variabel independen , yaitu kegunaan dan kemudahan. Kemudian perlu dilakukan uji signifikansi dari setiap jalur yang ada guna mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung. Berdasarkan temuan tersebut, jumlah pengaruh langsung maupun tidak langsung serta pengaruh keseluruhan pada analisis jalur akan diketahui.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Tabel 1.** Uji Validitas

No. Butir setiap variabel	Pertanyaan	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
X1.1		0.520	0.361	VALID
X1.2		0.656	0.361	VALID
X1.3		0.646	0.361	VALID
X1.4		0.600	0.361	VALID
X1.5		0.553	0.361	VALID
X2.6		0.396	0.361	VALID
X2.7		0.649	0.361	VALID
X2.8		0.619	0.361	VALID
X2.9		0.522	0.361	VALID
X2.10		0.795	0.361	VALID
Z.11		0.694	0.361	VALID
Z.12		0.853	0.361	VALID
Z.13		0.797	0.361	VALID
Y.14		0.648	0.361	VALID
Y.15		0.744	0.361	VALID
Y.16		0.674	0.361	VALID
Y.17		0.837	0.361	VALID
Y.18		0.474	0.361	VALID
Y.19		0.674	0.361	VALID
Y.20		0.837	0.361	VALID
Y.21		0.474	0.361	VALID

Sumber: Data sekunder yang diolah 2023

Hasil proses dari uji validitas dalam penelitian ini secara keseluruhan kuesioner dinyatakan valid, karena nilai dari r hitung lebih besar dari r tabel. Yang mana nilai dari r tabel tersebut sebesar 0,361.

**Tabel 2.** Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Keterangan
Kegunaan	0,611	Reliabel
Kemudahan	0,608	Reliabel
<i>Attitude towards using</i>	0,686	Reliabel
Minat Penggunaan	0,855	Reliabel

Sumber: Data sekunder yang diolah 2023

**tabel 3.** Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		109
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,000000
	Std. Deviation	2,07488306
Most Extreme Differences	Absolute	,079

	Positive	,079
	Negative	-,050
Test Statistic		,079
Asymp. Sig. (2-tailed)		,093 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data sekunder yang diperoleh 2023

Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yang didapat sebesar 0,093 ( $>0,05$ ) oleh sebab itu disimpulkan data terdistribusi dengan normal, dikarenakan nilai signifikansi yang didapat lebih dari 0.05.

**Tabel 4.** Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kegunaan	,661	1,512
	Kemudahan	,863	1,158
	Attitude towards using	,647	1,546

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Sumber: Data yang diperoleh 2023

Tidak ada tanda multikolinearitas karena variabel yang termasuk dalam model memiliki nilai Tolerance lebih besar dari ( $> 0,100$ ) dan nilai VIF kurang dari 10,00.

**Tabel 5.** Uji Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	-1,062	2,151		-,494	,622
	Kegunaan	,075	,091	,097	,829	,409
	Kemudahan	,175	,092	,194	1,893	,061
	Attitude towards using	-,220	,139	-,188	-1,587	,116

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Sumber: Data sekunder yang diperoleh 2023

Tidak ada tanda Heteroskedastisitas karena variabel yang termasuk dalam model memiliki nilai signifikans lebih besar dari ( $> 0,05$ ).

Setelah pengujian instrumen validitas dan realibilitas data, maka analisis data yang dilakukan adalah Uji T dan juga pengujian analisis jalur (path analysis) model ini dilakukan dengan melihat nilai R-square. Tabel 4 menyajikan hasil perhitungan nilai R-square.

**Tabel 6.** Uji T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20,212	1,095		18,460	,000
	Kegunaan	-,097	,046	-,140	-2,100	,038
	Kemudahan	,269	,047	,333	5,719	,000
	Attitude toward using	,773	,071	,736	10,940	,000

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data Sekunder Yang Diolah 2023

Analisis data :

- Diketahui variabel X1 (Kegunaan) memiliki nilai signifikansi 0,038 (<0,05), yang artinya variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan.
- Diketahui variabel X2 (Kemudahan) memiliki nilai signifikansi 0,000 (<0,05), yang artinya variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan.
- Diketahui variabel Z (Attitude towards using) memiliki nilai signifikansi 0,000 (<0,05), yang artinya variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan.

**Tabel 7.** Path Analysis

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,210	1,489		1,484	,141
	Kegunaan	,339	,054	,512	6,230	,000
	Kemudahan	,140	,063	,182	2,212	,029

a. Dependent Variable: *Attitude towards using*

Sumber: Data sekunder yang diolah 2023

Analisis data:

- Nilai signifikansi variabel persepsi kegunaan sebesar 0,000 (<0,05) dapat disimpulkan variable persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap variabel attitude towards using.
- Nilai signifikansi variabel kemudahan sebesar 0,029 (<0,05) dapat disimpulkan variable persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap variabel attitude towards using.

**Tabel 8.** R-Square

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,594 <sup>a</sup>	,353	,341	,954

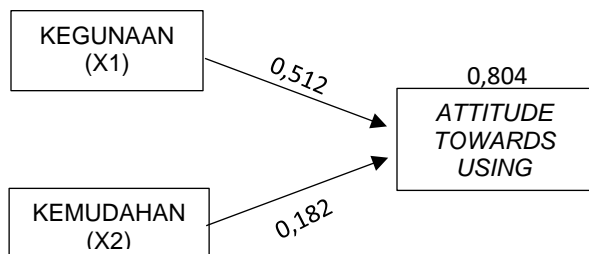
a. Predictors: (Constant), Kemudahan, Kegunaan

b. Dependent Variable: *Attitude towards using*

Sumber: Data sekunder yang diolah 2023

Diketahui nilai R square sebesar 0,353 maka dapat disimpulkan pengaruh variabel persepsi kegunaan dan kemudahan terhadap variabel attitude towards using sebesar 35,3%. Sedangkan nilai e1 dapat dicari dengan rumus  $e1 = \sqrt{(1-0,353)} = 0,804$

**a. Diagram Jalur Model 1**



Sumber: Data primer yang diperoleh 2023

**Gambar 1.** Diagram jalur model 1

**Tabel 9.**Koefisien Jalur Model 1

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
Model						
1	(Constant)	20,212	1,095		18,460	,000
	Kegunaan	-,097	,046	-,140	-2,100	,038
	Kemudahan	,269	,047	,333	5,719	,000
	<i>Attitude toward using</i>	,773	,071	,736	10,940	,000

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data sekunder yang diperoleh 2023

Analisis Data :

- Nilai signifikansi variabel kegunaan sebesar 0,038 (<0,05) bisa disimpulkan variable persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat.
  - Nilai signifikansi variabel kemudahan sebesar 0,000 (<0,05) dapat disimpulkan variable persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat.
- Nilai signifikansi variabel *attitude towards using* sebesar 0,000 (<0,05) bisa disimpulkan variable *attitude towards using* berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat.

**Tabel 10.** R-Square

		Model Summary <sup>b</sup>		
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,832 <sup>a</sup>	,693	,684	,694

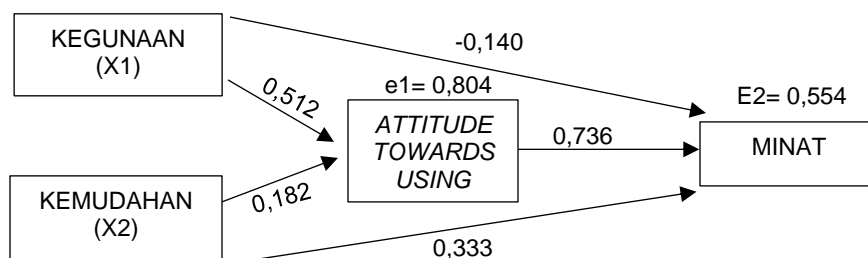
a. Predictors: (Constant), *Attitude toward using*, Kemudahan, Kegunaan

b. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Sumber: Data sekunder yang diperoleh 2023

Diketahui nilai R square sebesar 0,693 bisa disimpulkan pengarug variable persepsi kegunaan, kemudahan dan attitude towards using terhadap variabel minat sebesar 69,3% Sedangkan nilai e2 dapat dicari dengan rumus  $e2 = \sqrt{(1-0,693)} = 0,554$

**b. Diagram Jalur Model 2**



Sumber: Data primer yang diolah 2023

**Gambar 2.** Diagram Jalur Model

Pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan BRImo.

Pengaruh langsung dari persepsi kegunaan sebesar -0,140 yang merupakan hasil dari analisis dari Gambar 2 dengan tingkat signifikansi dalam Tabel 9 sebesar 0,038 dan < 0,05. Oleh sebab itu peneliti menyimpulkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan. Hal tersebut menunjukkan terkait persepsi kegunaan berpengaruh signifikan secara langsung pada minat orang untuk memakai BRImo.



Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan BRImo.

Pengaruh langsung dari persepsi kemudahan sebesar 0,333 yang merupakan hasil dari analisis dari Gambar 2 dengan tingkat signifikansi dalam Tabel 9 yaitu 0,000 dan  $< 0,05$ . Oleh sebab itu peneliti menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan. Hal tersebut menyatakan terkait persepsi kemudahan berpengaruh signifikan secara langsung pada minat pedagang sembako untuk memakai BRImo.

Pengaruh attitude toward using terhadap minat penggunaan BRImo.

Dari analisis Gambar 2 didapatkan pengaruh langsung attitude towards using yaitu 0,736 dengan nilai signifikansi dalam tabel 9 yaitu 0,000 yang mana  $<$  dari 0,05. Oleh sebab itu kesimpulannya bahwa attitude towards using dapat mempengaruhi secara signifikan pada minat penggunaan BRImo. Hal tersebut menyatakan attitude towards using berpengaruh signifikan secara langsung terhadap minat penggunaan BRImo.

Pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan BRImo melalui attitude towards using.

Berdasarkan hasil interpretasi pada Gambar 2 menunjukkan bahwasannya pengaruh persepsi kegunaan melalui attitude towards using terhadap minat: diketahui pengaruh langsung dari kegunaan pada minat yaitu -0,140. Sementara pengaruh tidak langsung kegunaan dengan attitude towards using sebagai variabel penghubung pada minat yaitu perhitungan antara nilai beta (kegunaan pada attitude towards using) dengan nilai beta (attitude towards using pada minat) yaitu :  $0,512 \times 0,736 = 0,376$ . Dari hasil perhitungan di atas didapatkan pengaruh langsung adalah -0.140 dan pengaruh tidak langsung adalah 0.376 kemudian mempunyai pengertian yaitu pengaruh tidak langsung lebih besar dari pengaruh langsung, maka disimpulkan bahwa pengaruh tidak langsung dengan sikap sebagai penghubung terhadap minat penggunaan memiliki pengaruh yang signifikan.

Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan BRImo melalui attitude towards using.

Dari hasil interpretasi pada Gambar 2 menunjukkan bahwasannya pengaruh kemudahan melalui attitude towards using terhadap minat: diketahui pengaruh langsung dari kemudahan pada minat yaitu 0,333. Sementara pengaruh tidak langsung kemudahan dengan attitude towards using sebagai penghubung pada minat yaitu perhitungan antara nilai beta (kemudahan pada attitude towards using) dengan nilai beta (attitude towards using pada minat) adalah :  $0,182 \times 0,736 = 0,133$ . Hasil perkalian tersebut diperoleh pengaruh langsung sebesar 0.333 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0.133. Pengaruh tidak langsung dengan sikap sebagai penghubung pada minat menggunakan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan.

## **SIMPULAN**

Kesimpulan yang bisa diperoleh dari hasil penelitian tentang bagaimana persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan mempengaruhi minat pada menggunakan BRI mobile (BRI) melalui attitude towards using adalah: (1) Persepsi kegunaan berpengaruh signifikan pada minat menggunakan BRImo. Pernyataan tersebut memeperlihatkan terkait Hipotesis pertama (H1) diterima. (2) Persepsi kemudahan berpengaruh signifikan pada minat menggunakan BRImo. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Hipotesis kedua (H2) diterima. (3) Attitude toward using mempunyai pengaruh signifikan pada minat menggunakan BRImo. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Hipotesis ketiga (H3) diterima. (4) Persepsi kegunaan mempunyai pengaruh yang signifikan pada minat menggunakan BRImo melalui attitude towaard using. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Hipotesis keempat (H4) diterima. (5) Persepsi kemudahan tidak mempunyai pengaruh signifikan pada minat menggunakan BRImo melalui Attitude toward using. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Hipotesis kelima (H5) ditolak.

Saran terkait hasil penelitian yang telah dilakukan yaitu perusahaan hendaknya lebih mengutamakan peningkatan pelayanan yang lebih mudah digunakan dan efektifitas kegunaan aplikasi BRImo yang dapat mempengaruhi minat penggunaan para nasabah dalam menggunakan aplikasi BRImo. Kemudahan dan kegunaan yang baik tentu akan membuat para pengguna lebih berminat untuk terus menggunakan aplikasi BRImo. Simpulan merupakan ringkasan atas temuan penelitian dan implikasinya. Saran diberikan untuk pengembangan dan penelitian lanjutan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Adamson, I. (2003). Extending the New Technology Acceptance Model to Measure the End User Information Systems Satisfaction in a Mandatory Environment: A Bank's Treasury. *Technology Analysis & Strategic Management*. Vol. 15 No. 4
- Afandi, A. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Niat Menggunakan E-Wallet Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening. *Journal Of Social Science Research* Volume1, Nomor 2.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Management Information Systems Research Center*, 319-340.
- Fred D. Davis, J. (1985). A Technology Acceptance Model For Empirically Testing New End-User Informations Systems: Theory and Results. University of Arkansas.
- Hanif Astika Kurniawati, W. A. (2017). Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 24-29.
- Hanum Latifah, (2013). Determinan Efektifitas Sistem E-Banking Di Mata Nasabah: Pendekatan Model Kesuksesan Sistem Informasi. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, Volume 4, Nomor 1, Hlm. 1-13
- Heijden, H. V. D. (2003). Understanding online purchase intentions: contributions from technology and trust perspectives. *European journal of information systems*, Volume 12.
- Irmadhani (2012). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Computer Self Efficacy, Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *KAJIAN PENDIDIKAN AKUNTANSI INDONESIA*, Vol 1, No 3.
- Joshi, D. C. (2019). Consumer Attitude and intention to adopt mobile wallet in India - An empirical study. *International Management Institute*, 1590-1618.
- Margaretha Oktavia Pranoto, 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 Majalah Ilmiah*, Vol. 8, No 1, Thn VIII.
- Mubarokah, S. N. (2019). Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Perbankan Milik Negara. *National Conference on Applied Business*, 242-249.
- Muliadi, L. M. (2021). Analisa Pengaruh Perceived Ease Of Use Terhadap Behavior Intention Melalui Perceived Usefulness Sebagai Media Intervening Pada Digital Payment Ovo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 15, No. 1, 20–27.
- Muntianah, T. A. S. S. A. F. (2012). Pengaruh Minat Perilaku Terhadap Actual Use Teknologi Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (Studi Kasus pada Kegiatan Belajar Pelanggan Fakultas Ilmu Administrasi Pusat perbelanjaan Brawijaya Malang). *Profit* Vol. 6, No. 1, pp. 88-113.
- Putu Ayu T. P. P., K. D. (2022). Antesenden Minat Menggunakan Bri Mobile (BRIMO) Pada Nasabah Bri Kantor Cabang Sesetan Denpasar. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*.