

# KORELASI

Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi

Volume 2, 2021 | hlm. 1090-1103

## PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN M-BANKING MANDIRI DI JAKARTA SELATAN

Muhammad Bagas Wicaksono<sup>1\*</sup>, Diana Triwardhani<sup>2</sup>, Heni Nastiti<sup>3</sup>  
muhammad.bagas@upnvj.ac.id<sup>1</sup>, diana.wardhani@upnvj.ac.id<sup>2</sup>, heni@upnvj.ac.id<sup>3</sup>

\*Penulis Korespondensi

### Abstrak

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif yang dilakukan pada keputusan penggunaan *mobile banking* Mandiri di Jakarta Selatan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan *mobile banking* Bank Mandiri. Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna *mobile banking* Bank Mandiri di Jakarta Selatan. Ukuran sampel yakni 50 responden. Metode pengambilan sampel yakni *non probability sampling* serta teknik pengambilan sampel yakni *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan data hasil kumpulan penyebaran kuesioner. Analisis data pada penelitian ini yakni metode analisis *partial least square* (PLS) dengan bantuan software *SmartPLS 3.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan penggunaan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,204. Sedangkan kualitas layanan memiliki pengaruh dan signifikan terhadap keputusan penggunaan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,730. *R-square* keputusan penggunaan adalah 78,3% yang artinya kontribusi kepercayaan dan kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan adalah sebesar 78,3% dan sisanya 21,7% dipengaruhi variabel lain yaitu persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan harga.

**Kata Kunci:** Kepercayaan; Kualitas Layanan; Keputusan Penggunaan.

### Abstract

*This study uses a quantitative descriptive method that is carried out on the decision to use Mandiri mobile banking in South Jakarta. The purpose of this study was to determine the effect of trust and service quality on the decision to use Bank Mandiri mobile banking. The sample in this study were Bank Mandiri mobile banking users in South Jakarta. The sample size is 50 respondents. The sampling method is non-probability sampling and the sampling technique is purposive sampling. This study uses data from a collection of questionnaires. The data analysis in this study is the partial least square (PLS) analysis method with the help of the SmartPLS 3.0 software. The results showed that the trust variable had a significant and significant effect on the use decision with a path coefficient value of 0.204. Meanwhile, service quality has a significant influence on usage decisions with a path coefficient of 0.730. The R-square of the decision to use is 78.3%, which means that the contribution of trust and service quality to the decision to use is 78.3% and the remaining 21.7% is influenced by other variables, namely perceived benefits, ease of use, and price.*



## PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi data hadapi pertumbuhan yang pesat bersamaan dengan pertumbuhan serta kemajuan era. Kemajuan ini mempunyai akibat yang bertabiat multiplier (pengganda), dengan kata lain kemajuan teknologi menimbulkan kemajuan di industri yang lain, semacam perbankan. Dikala ini timbul kejadian baru dalam bidang industri perbankan. Bila dahulu bank berkompetisi buat perluasan dengsn perbanyak kantor cabangnya supaya terjangkau oleh nasabah, tetapi saat ini nasabah mulai malas buat tiba ke bank. Fenomena ini diakibatkan oleh pesatnya pertumbuhan teknologi digital maka membuat perbankan mulai bergeser buat meningkatkan layanan melalui sentuhan digital. Perihal tersebut menimbulkan terbentuknya perpindahan pola sikap penduduk akibat kemajuan teknologi.

Bersumber pada regu studi CNBC Indonesia ada 2 aspek utama yang mendesak perpindahan pola sikap tersebut. Awal, pemakaian smartphone serta penetrasi internet yang sangat besar di Indonesia

Gambar 1. Pengguna Internet Indonesia dalam Tahun 2020



Sumber : <https://www.cyberthreat.id/> (2020)

Bersumber pada survei yang dicoba oleh Hootsuite bekerja sama dengan We are Social buat mengenali pertumbuhan pemakaian internet di segala dunia, tercantum Indonesia. Indonesia mempunyai jumlah pengguna smartphone dan internet di Indonesia semakin meningkat. Aspek kedua yang pula membuat orang Indonesia mulai bergeser ke digital banking merupakan kepribadian warga Indonesia yang boleh dibiIang kecanduan teknologi.

Gambar 2. Survei Pengadopsian Teknologi Perbankan Digital di Asia



Sumber : <https://www.cnbcindonesia.com/> (2017)

Bersumber pada survei yang dicoba oleh Mc Kinsey& Company, Lembaga konsultan global kenamaan terhadap lebih dari 900 responden nasabah bank di Indoensia

pada 2017. Hasil yang diperoleh menampilkan 6 dari 10 nasabah perbankan Indonesia antusias buat memakai layanan perbankan digital.

Kedua aspek tersebut jadi pendorong utama tren transaksi digital semacam saat ini ini. Sesungguhnya bank bisa memafaatkan tren ini buat mengambil kedudukan mengingat kemampuan pasar masih terbuka lebar.

Pertumbuhan perbankan dikala ini membagikan serta menawarkan kemudahan untuk nasabah lewat layanan operasional yang sangat bermacam-macam, tercantum layanan *E-banking (Electronic Banking)*. *E-banking* ialah layanan yang membolehkan nasabah bank buat mendapatkan data, melaksanakan komunikasi serta melaksanakan transaksi perbankan lewat media elektronik.

Salah satu survey yang dilakukan oleh Top Brand buat mengukur kinerja merek-merek tersebar di Indonesia. Pada katagori *Electronic-Channel* di negeri Indonesia, ada 5 bank konvensional yang sukses masuk dalam nominasi Top Index 2018 hingga dengan 2020. Pada Tabel 1. dipaparkan Top Brand Award katagori *E-Banking* tahun mulai dari tahun 2018 hingga dengan tahun 2020

Tabel 1. TOP BRANDS AWARD KATEGORI E-BANKING Tahun 2018-2020

<b>M-Banking</b>								
<b>2018</b>			<b>2019</b>			<b>2020</b>		
Brand	TBI	TOP	Brand	TBI	TOP	Brand	TBI	TOP
M-BCA	49,5%	TOP	M-BCA	44,5%	TOP	M-BCA	45,5%	TOP
M-Banking Mandiri	17,8%	TOP	BRI Mobile	17%	TOP	BRI Mobile	20,5%	TOP
BRI Mobile	14,6%	TOP	M-Banking Mandiri	16,6%	TOP	M-Banking Mandiri	13,8%	TOP
BNI Mobile	11,4%		BNI Mobile	12,3%		BNI Mobile	11,3%	
CIMB Niaga Mobile	3,3%		CIMB Niaga Mobile	3,4%		CIMB Niaga Mobile	4,0%	

Sumber ://<https://www.topbrand-aware.com> (2018-2020)

Bank Mandiri ialah salah 1 (satu) bank komersial di Indonesia yang mempraktikkan penggunaan sistem mobile banking pada layanan perbankan. Bersumber pada informasi dalam tabel 1. bisa dikenal jika dari tahun 2018 hingga dengan tahun 2020 pengguna mobile banking Mandiri secara presentase hadapi penyusutan sepanjang 3 tahun berturut-turut.

Dari informasi tersebut diakibatkan oleh beberapa faktor yang pengaruhi keputusan nasabah dalam pemakaian sarana m-banking. Antara lain efek keamanan berakibat menyebabkan kerugian terhadap nasabah pengguna mobile banking.

Dilihat melalui informasi tsb bisa disimpulkan jika pengguna mobile banking Mandiri masih sangatlah sedikit dibanding pengguna mobile banking pada bank yang lain, keadaan tersebut mengundang bermacam persoalan apakah mobile banking susah buat digunakan, ataupun perilaku nasabah belum percaya terhadap sarana layanan dari mobile banking tersebut. Serta kondisi inilah yang membuat periset tertarik mempelajari kasus apakah yang menyebabkan penyusutan mobile banking Mandiri untuk nasabah di Jakarta Selatan, bersumber pada variabel yang diseleksi keyakinan serta mutu layanan.

Bagi laporan MEF, penghalang terbanyak penggunaan mobile banking buat transaksi finansial merupakan permasalahan keyakinan. 32% pengguna mobile di Indonesia mengatakan perihal ini selaku permasalahan utama yang buatnya takut memakai layanan ini.

Ini berarti isu keyakinan jadi perihal klasik yang wajib dipecahkan bersama oleh seluruh layanan yang berbasis elektronik serta online.

Bersumber pada rating serta pembahasan mobile banking Mandiri pada playstore, aplikasi tersebut masih menemukan keluhan dari bermacam pengguna yang sudah memakai aplikasi tersebut. Keluhan tersebut secara universal terpaut mutu layanan semacam wajib senantiasa mengupdate aplikasi kala mau melaksanakan transaksi. Reaksi yang kurang baik ini dikhawatirkan hendak jadi bahan pertimbangan untuk calon pengguna mobile banking.

DKI Jakarta merupakan ibukota negeri Indonesia serta jadi pusat perekonomian menjadikan DKI Jakarta memegang peranan berarti dalam aspek perkembangan. Berikut ialah jumlah bank Mandiri bagi daerah di Provinsi DKI Jakarta yang selaku berikut

Tabel 2. Penyebaran Bank Mandiri Menurut Wilayah DKI Jakarta Tahun 2020

<b>Kota</b>	<b>Jumlah Bank Mandiri</b>
Jakarta Selatan	107
Jakarta Timur	45
Jakarta Pusat	106
Jakarta Barat	70
Jakarta Utara	63

Sumber : Bank Mandiri (2020)

Bersumber pada tabel penyebaran bank Mandiri bagi daerah DKI Jakarta tahun 2020, hingga bisa dikenal Jakarta Selatan ialah daerah dengan jumlah bank Mandiri paling banyak ialah 107 bank Mandiri. Oleh sebab itu periset tertarik buat mempelajari kota Jakarta Selatan.

Bersumber pada hasil riset Styarini serta Riptono (2020), Massilamany serta Disneswary (2017), Gummusoy (2016), Jose serta Vargashe (2018), Vejack Thomas (2017). Tirtana Sari (2017) keyakinan mempengaruhi positif terhadap pemakaian mobile banking. Sebaliknya riset yang dicoba oleh Diana Triwardhani (2020), Aieni dan Purwanti (2017), Younes serta Hadri (2018) keyakinan tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap pemakaian mobile banking.

Bersumber pada hasil riset Gummusoy (2016) mutu layanan mempengaruhi positif serta signifikan terhadap pemakaian mobile banking. Bagi Tavisar, dkk (2015) mutu layanan mempengaruhi positif serta signifikan terhadap pemakaian mobile banking.

Bersumber pada fenomena yang terjalin serta riset tadinya bagi Tavisar, dkk (2015) dengan judul Pengaruh Mutu Produk Mandiri Mobile serta Mutu Pelayanan terhadap Keputusan Jadi Nasabah Bank Mandiri (Riset Permasalahan pada Nasabah Bank Mandiri KCP Semarang Majapahit) penulis mau memverifikasi riset tersebut dengan meningkatkan variabel keyakinan. Tidak hanya itu disebabkan ada gap research periset menyadari kalau pemakaian mobile banking ialah salah satu kunci untuk industri perbankan buat membagikan pelayanan dengan sentuhan digital, dan ada perbandingan pada hasil riset terdahulu. Hingga dari itu, periset mau melaksanakan riset kembali buat mencari data yang lebih dengan memakai ilustrasi serta objek ataupun tempat yang berbeda pula menimpa pengaruh keyakinan serta mutu layanan terhadap pengguna mobile banking di Jakarta Selatan. Bersumber pada fenomena yang sudah dijabarkan hingga periset mau mempelajari menimpa“ Pengaruh Keyakinan serta Mutu Layanan Terhadap Keputusan Pemakaian M- Banking Mandiri di Jakarta Selatan.”

### ***Tujuan Penelitian***

Cocok dengan formulasi permasalahan yang sudah diformulasikan, hingga tujuan dari riset ini ialah buat mengenali, meyakinkan, serta menganalisis: 1). Pengaruh antara keyakinan konsumen terhadap keputusan pemakaian M-banking Bank Mandiri. 2). Pengaruh antara mutu layanan terhadap keputusan pemakaian M-banking Bank Mandiri.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### ***Keputusan Penggunaan***

Kotler serta Keller (2018, hlm. 176) keputusan pemakaian dimaksud keadaan tak dapat terprediksi dipengaruhi harga, pemasukan dan khasiat produk.

Sangadji serta Sopiah (2013, hlm. 121) keputusan pemakaian yakni kemauan konsumen untuk memilih produk yang akan digunakan.

Anang Frimansyah (2018, hlm. 27) Keputusan pemakaian ialah pertimbangan dalam membeli produk untuk menentukan mana yang akan dibeli.

### ***Kepercayaan***

Rifqi Suprpto dan M. Zaky Wahyuddin Azizi (2020, hlm. 20) kepercayaan merupakan tonggak bisnis untuk menciptakan loyalitas konsumen.

M. Anang Airmansyah (2018, hlm. 29) Kepercayaan (*belief*) yakni gambaran yg dianut seseorang mengenai sesuatu.

Sofjan Assuari (2018, hlm. 146) kepercayaan adalah suatu gambaran pemikiran yg selalu dipegang yg menarik perhatiannya.

### ***Mutu Layanan***

Fandy Tjiptono (2017, hlm. 142) secara simpel, mutu layanan dapat dimaksud selaku “dimensi seberapa bagus tingkatan layanan yang diberikan sanggup cocok dengan ekspektasi pelanggan”.

Sudarso (2006, hlm. 57) mengemukakan komentar kalau mutu layanan ialah evaluasi konsumen baik buruknya sesuatu layanan yang diberikan.

Tjiptono serta Chandra (2016, hlm. 113) mutu jasa ataupun layanan merupakan penilaian untuk penciptaan diferensiasi, positioning serta strategi bersaing perusahaan.

### ***Keyakinan serta Keputusan Penggunaan***

Styarini serta Riptono (2020), Massilamany serta Disneswary (2017), Gummusoy (2016), Jose serta Vargashe (2018), Vejack Thomas (2017). Tirtana Sari (2017) keyakinan mempengaruhi positif terhadap pemakaian mobile banking. Sebaliknya riset yang dicoba oleh Diana Triwardhani (2020), Aieni dan Purwanti (2017), Younes serta Hadri (2018) kepercayaan tidak berpengaruh signifikan pada pemakaian mobile banking.

### ***Mutu Layanan serta Keputusan Penggunaan***

Riset yang dicoba oleh Tavisar, dkk (2015) dan Gummusoy (2016) kualitas layanan mempengaruhi positif signifikan terhadap penggunaan mobile banking.

### ***Hipotesis***

Hipotesis secara simpel bisa dimaksud selaku dugaan jawaban sedangkan terhadap kasus riset, dimana hipotesis terbuat bersumber pada pemikiran teoritis maupun dari riset terdahulu. Dari bermacam riset yang sudah dicoba periset terdahulu, dimana buat mengenali keputusan pemakaian yang dipengaruhi oleh keyakinan serta mutu layanan. Hingga bisa disusun hipotesis dalam riset ini selaku berikut.

H1: Keyakinan mempengaruhi terhadap keputusan pemakaian M- banking Mandiri di Jakarta Selatan.

H2: Mutu Layanan mempengaruhi terhadap keputusan pemakaian M-banking Mandiri di Jakarta Selatan.

## METODOLOGI PENELITIAN

### *Pengukuran Variabel*

Tabel 4. Pengukuran Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
Kepercayaan (X1)	-	1. Kompetensi	Likert
	-	2. Integritas	Likert
	-	3. Sikap Baik	Likert
Kualitas Layanan (X2)	1. Kinerja	1. Bukti Fisik	Likert
	2. Konfirmasi	2. Keandalan	Likert
	3. Daya Tahan	3. Daya tanggap	Likert
	-	4. Jaminan	Likert
	-	5. Empati	Likert
Keputusan Penggunaan (Y)	-	1. Keputusan terkait jenis	Likert
	-	2. Keputusan terkait bentuk produk	Likert
	-	3. Keputusan terkait merek	Likert
	-	4. Keputusan terkait waktu pembelian	Likert

*Sumber : data diolah (2021)*

### *Populasi*

Populasi dalam riset ini merupakan pengguna mobile banking Mandiri di Jakarta Selatan.

### *Sampel*

Metode sampling dalam riset ini merupakan secara tidak acak( non probability sampling) “ialah metode pengambilan ilustrasi yang tidak berikan kesempatan ataupun peluang yang sama untuk tiap faktor ataupun anggota populasi buat diseleksi jadi ilustrasi”, Sugiyono( 2016, hlm. 84). Tata cara yang digunakan dalam pengambilan ilustrasi merupakan purposive sampling. Pada riset ini, hingga jumlah ilustrasi yang hendak periset jalani dalam pengujian terhadap riset ialah sebanyak 50 orang responden pada pengguna Mobile Banking Mandiri di Jakarta Selatan.

### *Teknik Pengumpulan Data*

Informasi yang digunakan dalam riset ini merupakan informasi kuantitatif, serta tipe informasi merupakan informasi primer.

### *Pengumpulan Data*

Pengumpulan informasi yang dicoba oleh periset merupakan dengan memberikan kuesioner melalui google form kepada responden yang memakai Mobile Banking Mandiri di Jakarta Selatan.

### *Teknik Analisis Data*

Pada riset ini, analisis informasi yang digunakan ialah analisis inferensial dengan dorongan aplikasi Partial Least Square (PLS) 3.0.

#### ***Uji Validitas dan Reliabilitas Uji Validitas***

Buat mengetahui validitas konstruk, hingga ada uji validitas konvergen serta diskriminan. bagi Ghozali (2014, hlm. 39) Jika nilai dalam kisaran 0,5-0,6 masih dikatakan valid.

#### ***Uji Reliabilitas***

Dikatakan reliable atau konsisten jika nilainya 0,70.

#### ***Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )***

Ghozali (2016, hlm. 95), Uji ini bermaksud ukur sepanjang mana variabel independen bisa menarangkan variabel dependen antara  $0 < R^2 < 1$ .

#### ***Uji t-Statistik***

Uji hipotesis memakai uji t yg bertujuan mengenalli pengaruh tiap variabel X terhadap variabel Y.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### ***Deskripsi Objek Penelitian***

Mobile banking Mandiri merupakan sarana transaksi perbankan memakai aplikasi mobile yang disediakan oleh bank Mandiri. Mobile banking tersebut dapat ditemui baik di ponsel android ataupun iOS. Dengan aplikasi mobile banking tersebut bisa mengecek saldo tabungan, transfer serta membayarkan tagihan. Mobile banking mandiri diluncurkan pada bulan Mei tahun 2012. Tetapi, aplikasi tersebut tadinya telah ada untuk pengguna Blackberry pada 2011. Menu transaksi mandiri mobile banking mencakup bayar tagihan, transfer, isi ulang pulsa, cek saldo, kabar mutasi rekening, data suku bunga serta pencarian posisi ATM/ Cabang bank Mandiri yang dilengkapi dengan peta.

### ***Deskripsi Data Responden***

Informasi deskripsi responden digunakan buat membagikan cerminan deskripsi riset bagi pengguna mobile banking apa bukan, tipe kelamin, umur, pembelajaran terakhir, pekerjaan, pemasukan, tingkatan keseringan pemakaian mobile banking Mandiri, berapa lama memakai mobile banking Mandiri.

Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi (Orang)</b>	<b>Presentase</b>
Perempuan	13	26%
Laki-Laki	37	74%
Jumlah	50	100%

*Sumber : Data diolah (2021)*

Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi (Orang)</b>	<b>Presentase</b>
17-25 Tahun	40	80%
26-40 Tahun	8	16%
41-60 Tahun	2	4%
>60 Tahun	0	0%



Jumlah	50	100%
--------	----	------

Sumber : Data diolah (2021)

Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Frekuensi (Orang)	Presentase
SD	0	0%
SMP	0	0%
SMA	5	10%
D1/D2/D3	6	12%
S1/S2/S3	38	76%
Lainnya	1	2%
Jumlah	50	100%

Sumber : Data diolah (2021)

Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi (Orang)	Presentase
PNS/TNI	2	4%
Karyawan Swasta	19	38%
Wiraswasta	11	22%
Ibu Rumah Tangga	0	0%
Pelajar/Mahasiswa	14	28%
Buruh/Petani	0	0%
Lainnya	4	8%
Jumlah	50	100%

Sumber : Data diolah (2021)

Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Frekuensi (Orang)	Presentase
<Rp 2.000.000	12	24%
Rp 2.000.000-Rp 5.000.0000	28	56%
>Rp 5.000.000	10	20%
Jumlah	50	100%

Sumber : Data diolah

Tabel 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Keseringan Penggunaan *Mobile Banking* Mandiri

Tingkat Keseringan Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Mandiri	Frekuensi (Orang)	Presentase
1-2 kali	39	78%
3-4 kali	7	14%
>5 kali	4	8%
Jumlah	50	100%

Sumber : Data diolah (2021)

Tabel 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan *Mobile Banking*

Lama Menggunakan <i>Mobile Banking</i>	Frekuensi (Orang)	Presentase
<1 Tahun	24	48%
1-3 Tahun	16	32%
>3 Tahun	10	20%
Jumlah	50	100%

Sumber : Data diolah (2021)

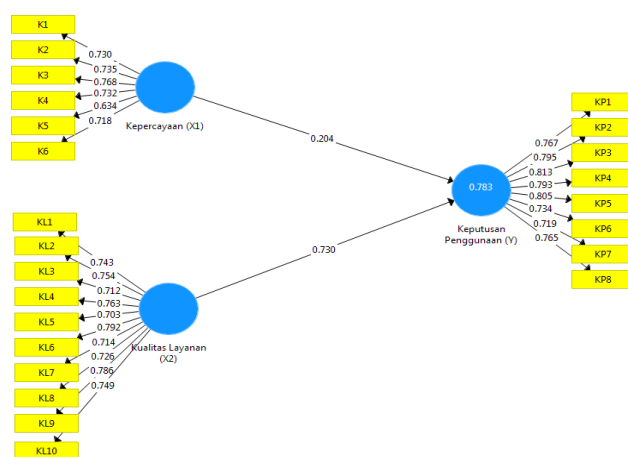
### Analisis Data dan Uji Hipotesis

Dalam riset ini metode analisis informasi yang digunakan merupakan uji validitas, uji reliabilitas yang, diiringi uji hipotesis dengan menggunakan Partial Least Square (PLS) yang diolah dengan menggunakan 2 model, ialah model pengukuran serta model struktural yang digunakan buat mengukur serta mengenali seberapa jauh variabel independen, ialah keyakinan serta mutu layanan berpengaruh terhadap variabel dependen, ialah keputusan pemakaian.

**a. Estimasi**

Dibawah ini merupakan hasil yang didapatkan dari output PLS yang didalamnya ada loading factor pada penanda tiap- tiap butir statment terpaut dengan keputusan pemakaian, keyakinan serta mutu layanan. Dimana hasil dari Smart PLS 3. 0 ini hendak menampilkan diagram jalan yang tercipta selaku berikut.

Gambar 6. Nilai Loading Factor Outer Model



Sumber : Hasil Output Smart PLS3.0 (2021)

**Uji Validitas Konvergen**

Tabel 20. Outer Factor Model

	Kepercayaan (X1)	Kualitas Layanan (X2)	Keputusan Penggunaan (Y)
K1	0.730		
K2	0.735		
K3	0.768		
K4	0.732		
K5	0.634		
K6	0.718		
KL1		0.743	
KL2		0.754	
KL3		0.712	
KL4		0.763	
KL5		0.703	
KL6		0.792	
KL7		0.714	

KL8	0.726
KL9	0.786
KL10	0.749
KP1	0.767
KP2	0.795
KP3	0.813
KP4	0.793
KP5	0.805
KP6	0.734
KP7	0.719
KP8	0.765

Sumber : Hasil *Output Smart PLS 3.0 (2021)*

**Uji Validitas Diskriminan**

*Tabel 21. Fornell-Lacker Criterium*

	<b>Kepercayaan (X1)</b>	<b>Keputusan Penggunaan (Y)</b>	<b>Kualitas Layanan (X2)</b>
Kepercayaan (X1)	<b>0,721</b>		
Keputusan Penggunaan (Y)	0,716	<b>0,775</b>	
Kualitas Layanan (X2)	0,702	0,873	<b>0,745</b>

Sumber : Hasil *Output Smart PLS 3.0 (2021)*

*Tabel 22. Average Variance Extracted (AVE)*

Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Kepercayaan (X1)	0.520
Kualitas Layanan (X2)	0.555
Keputusan Penggunaan (Y)	0.600

Sumber : Hasil *Output Smart PLS 3.0 (2021)*

**Uji Reliabilitas**

*Tabel 23. Composite Reliability dan Cronbach's Alpha*

Variabel	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>
Kepercayaan (X1)	0.866	0.815
Kualitas Layanan (X2)	0.926	0.911
Keputusan Penggunaan (Y)	0.923	0.904

Sumber : Hasil *Output Smart PLS 3.0 (2021)*

**Model Struktural (Inner Model)**

Sehabis dicoba model pengukur (Outer Model) langkah berikutnya adalah melaksanakan uji model struktural (Inner Model) dengan memandang R-square serta nilai t-statistic hasil output aplikasi SmartPLS 3.0.

**Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Tabel 24. R-Square

	R Square
Keputusan Penggunaan (Y)	0.783

Sumber : Hasil *Output Smart PLS 3.0*. (2021)

### Uji Hipotesis

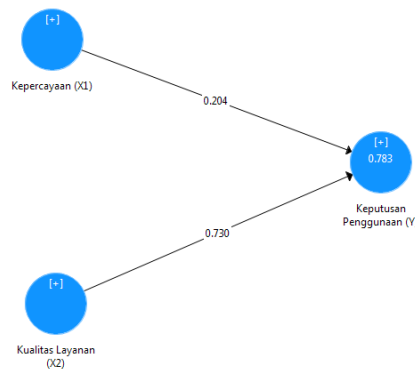
Tabel 25. Hasil Uji t-Statistik

	Original Sample (O)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
Kepercayaan → Keputusan Penggunaan	0.204	2,528	0,012
Kualitas Layanan → Keputusan Penggunaan	0,730	9,431	0,000

Sumber : Hasil *Output Smart PLS 3.0*

Adapun hasil uji hipotesis pada tabel diatas dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 7. *Iner Model*



Sumber : Hasil *Output Smart PLS 3.0* (2021)

### Pembahasan

Hasil riset yang sudah dicoba oleh periset menimpa pengaruh keyakinan serta mutu layanan terhadap keputusan pemakaian mobile banking Mandiri memakai tata cara PLS selaku berikut:

#### ***Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Mandiri Jakarta Selatan***

Bersumber pada hasil uji hipotesis yang telah dicoba bisa dikenal kalau ikatan antara keyakinan terhadap keputusan pemakaian bertabiat positif ditunjukkan original sample sebesar 0, 204. thitung 2, 528 ttabel 2, 012 serta P Values sebesar 0, 012 < 0, 05. Sehingga bisa diambil kesimpulan kalau keyakinan mempunyai pengaruh signifikan pada keputusan pemakaian. Oleh sebab itu H1 dalam riset ini diterima

Maksudnya, tiap responden dipengaruhi oleh keyakinan dalam pengambilan keputusan pemakaian mobile banking Mandiri. Sebab mobile banking Mandiri dilengkapi dengan sistem keamanan yang profesional sehingga terjamin kerahasiaan keamanan dalam bertransaksi. Dan bank membagikan kompensasi apabila nasabah hadapi kerugian.

Bisa disimpulkan kalau variabel keyakinan berpengaruh positif serta signifikan pada keputusan pemakaian mobile banking Mandiri, riset ini sejalan dengan riset tadinya yang sudah dicoba oleh Fitria Styarini serta Sulis Riptiono (2020) yang mendapatkan hasil kalau salah satu variabelnya ialah keyakinan mempunyai pengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan memakai mobile banking. Perihal ini tidak sejalan dengan riset yang dicoba oleh Diana Triwardhani (2020) berkata kalau keyakinan tidak mempengaruhi signifikan terhadap pemakaian internet banking.

### ***Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Mandiri***

Bersumber pada hasil uji hipotesis yang telah dicoba bisa dikenal kalau ikatan antara mutu layanan terhadap keputusan pemakaian bertabiat positif karena nilai korelasi 0,730. Nilai thitung 9,431 ttabel 2,012 serta P Values < 0,05. Sehingga bisa diambil kesimpulan kalau mutu layanan mempunyai pengaruh signifikan pada keputusan pemakaian. Oleh sebab itu, H1 dalam riset ini diterima.

Maksudnya kalau mutu layanan pada m-banking Mandiri gampang digunakan serta bisa diakses dengan kilat. Mencermati, menjawab serta membagikan atensi sungguh-sungguh kala menemukan keluhan dari nasabah, hingga bisa dimaksud kalau mutu layanan mempunyai pengaruh terhadap keputusan penggunaan

Bisa disimpulkan kalau variabel mutu layanan berpengaruh positif signifikan pada keputusan pembelian mobile banking Mandiri, riset ini sejalan dengan riset tadinya yang sudah dicoba oleh Tavisar, dkk (2015) dan Gummusoy (2016) mutu layanan mempengaruhi positif serta signifikan terhadap pemakaian mobile banking.

## **SIMPULAN**

Bersumber pada hasil dari analisis serta ulasan yang telah diuraikan oleh peneliti pada bab-bab tadinya berkenaan dengan pengaruh keyakinan serta mutu layanan pada keputusan pemakaian mobile banking Mandiri, hingga bisa disimpulkan selaku berikut: Keyakinan memiliki donasi terhadap kenaikan keputusan pemakaian mobile banking. Maksudnya, mobile banking dipercaya oleh pengguna buat melaksanakan transaksi. Mutu layanan memiliki donasi terhadap kenaikan keputusan pemakaian mobile banking. Maksudnya, pengguna sepatutnya bila bertransaksi dengan mobile banking itu lebih kilat serta efektif. Keterbatasan riset ini merupakan cuma mengambil ilustrasi pengguna mobile banking Mandiri di Jakarta Selatan serta jumlah variabelnya terbatas. Hingga buat periset berikutnya direkomendasikan buat mempelajari pengguna mobile banking mandiri dengan cakupan daerah yang lebih luas serta meningkatkan variabel yang lain semacam harga, resiko, anggapan kebermanfaatannya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aieni, A. N., & Purwantini, A. H. (2017). *Exploring the Use of Mobile Banking: a Technology Acceptance Model Approach Eksplorasi Penggunaan Mobile Banking: Pendekatan Technology Acceptance Model. Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 15(1), 86–96.
- Bank Mandiri. Profil Mandiri. Diakses 10 Oktober 2019, dari [www.bankmandiri.co.id/](http://www.bankmandiri.co.id/).
- CNBC Indonesia. Digital Banking, Benarkah Bank Tidak Butuh Cabang Lagi. Diakses 10 Oktober 2019, dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20191108163942-37->

- 113840/digital-banking-benarkah-bank-tidak-butuh-cabang-lagi
- Ghozali, H. I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.
- Gumussoy, C. A. (2016). *Factors affecting users' decision to continue using mobile banking in Turkey*. *International Journal of Mobile Communications*, 14(4), 411–430. <https://doi.org/10.1504/IJMC.2016.077341>
- J.G. Runtuuwu., Sem Oroh., R. T. (N.D.). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe Dan Resto Cabana Manado*. 2(3), 1803–1813.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing*. United States : Pearson Education.
- Kurniawati, D. (2014). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan( Studi Pada Pelanggan Kfc Cabang Kawi Malang )*. 14(2), 1–9.
- Lafraxo, Y., Hadri, F., Amhal, H., & Rossafi, A. (2018). *The effect of trust, perceived risk and security on the adoption of mobile banking in Morocco*. *ICEIS 2018 - Proceedings of the 20th International Conference on Enterprise Information Systems*, 2(Iceis 2018), 497–502. <https://doi.org/10.5220/0006675604970502>
- Massilamany, M., & Nadarajan, D. (2017). *Factors That Influencing Adoption of Internet Banking in Malaysia*. *International Journal of Business and Management*, 12(3), 126. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v12n3p126>
- Rifqi, Suprpto dan M. Zaky Wahyuddin, Azizi. (2020). *BUKU AJAR MANAJEMEN PEMASARAN* : Myria Publisher.
- Sudarso, A. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*. Deepublish.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Styarini, F., & Riptiono, S. (2020). *Analisis Pengaruh Customer Trust Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Melalui Perceived Risk dan Perceived Usefulness Sebagai Variabel Intervening*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(4), 670–680. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i4.590>
- Tirtana, I., & Sari, P. S. (2014). *Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan terhadap Penggunaan Mobile Banking*. *Seminar Nasional Dan Call for Paper*, 25, 671–688.
- Top Brand Award. *Top Brand Mobile Banking*. Diakses 10 Oktober 2019, dari <https://www.topbrand-award.com/en/2019/04/mobile-banking/>
- Triwardhani, D. (2020). *Influence of Trust , Risk Perception and Diffusion of Innovation Dimediation Attitude towards Use of Internet Banking In Indonesia*. 27768, 27768–27777.
- Vejačka, M., & Štofa, T. (2017). *Vplyv bezpečnosti a dôvery na akceptovanie elektronického bankovníctva na Slovensku*. *E a M: Ekonomie a Management*, 20(4), 135–150. <https://doi.org/10.15240/tul/001/2017-4-010>