

**PENGARUH PERAN MEDIA SOSIAL TERHADAP ADOPSI *MOBILE BANKING*
PADA MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

Adinda Meissy Rahmadanti¹, Imronudin^{2*}

^{1,2}Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta

Email: b100200071@student.ums.ac.id¹, imr179@ums.ac.id²

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk pengaruh peran media sosial terhadap adopsi mobile banking pada mahasiswa di universitas muhammadiyah surakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data primer. Populasi penelitian ini terdiri dari masyarakat Kota Solo mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah teknik *non-probability sampling*, dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel penelitian ini ialah sebanyak 150 responden. Teknik yang digunakan untuk pemilihan sampel adalah *Purposive Sampling*. Metode analisis yang digunakan ialah *Partial Least Square (PLS)* yang menggunakan bantuan software SMARTPLS. Hasil penelitian ini ialah bahwa variabel kemudahan, kegunaan dan keamanan masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengaruh adopsi Mobile Banking. Hal ini menunjukkan bahwa Mobile Banking bagi mahasiswa sangat mudah digunakan, berguna dalam kehidupan sehari-hari dan aman untuk digunakan.

Kata kunci: Media Sosial, Adopsi *Mobile Banking*.

Abstract

The purpose of this study was to influence the role of social media on the adoption of mobile banking in students at Universitas Muhammadiyah Surakarta. The method used in this research is quantitative method. The types of data used in this study are primary. The population of this study consisted of the people of Solo City, students of Universitas Muhammadiyah Surakarta. The sample selection technique used is non-probability sampling technique, using purposive sampling technique. The sample of this study was 150 respondents. The technique used for sample selection is Purposive Sampling. The analysis method used is Partial Least Square (PLS) which uses the help of SMARTPLS software. The results of this study are that the variables of convenience, usefulness and security each have a positive and significant effect on the influence of Mobile Banking adoption. This shows that Mobile Banking for students is very easy to use, useful in everyday life and safe to use.

Keywords: Social Media, Mobile Banking Adoption.

PENDAHULUAN

Transformasi teknologi yang begitu cepat akibat adanya pandemi Covid-19 di era globalisasi saat ini, membuat seluruh masyarakat dunia melakukan segala aktivitasnya secara daring atau online (Haryanto & Giri, 2021). Masyarakat Indonesia juga mengalami dampak adanya pandemic Covid-19 membuat seluruh pekerjaan dialihkan secara online dan terciptalah pergeseran perilaku masyarakat yang mengarah ke digital (Putri, 2023). Kondisi ini sudah sangat terlihat jelas dari berbagai kegiatan misalnya interaksi sosial

melalui berbagai media sosial, transaksi jual beli secara elektronik, uang elektronik, penyimpanan dokumen elektronik, perbankan elektronik, dan kegiatan lainnya seperti pendidikan, media massa, media promosi, dan hiburan.

Indonesia dengan jumlah penduduk yang besar dan beragam suku dan ras, memiliki potensi untuk mengalami perubahan sosial dari berbagai kalangan usia. Penggunaan media sosial tidak hanya pada kalangan muda saja tetapi kalangan usia yang sudah menginjak umur 30 tahun keatas menggunakan media sosial sarana

dalam mengetahui dan menyampaikan informasi ke publik. Media sosial merupakan sebuah media online yang penggunaannya bisa dengan mudah berbagi, menciptakan dan berpartisipasi dalam pembuatan konten yang meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Pengaruh media sosial dapat dirasakan dalam kehidupan sosial dalam masyarakat. Hubungan sosial dan segala bentuk perubahan-perubahan dalam suatu masyarakat, yang mempengaruhi sistem sosialnya, termasuk di dalamnya mengandung nilai-nilai, sikap dan pola perilaku diantara kelompok-kelompok dalam Masyarakat (Ciunova et al., 2022). Perubahan sosial yang berdampak positif seperti kemudahan memperoleh dan menyampaikan informasi, memperoleh keuntungan secara sosial dan ekonomi (Dendeng et al., 2022). Sedangkan perubahan sosial yang cenderung negatif seperti munculnya kelompok-kelompok sosial yang mengatasnamakan agama, suku dan pola perilaku tertentu yang terkadang menyimpang dari norma-norma yang ada (Nurul Fatmawati, 2021).

Akibat adanya transformasi teknologi, beberapa perusahaan dari berbagai industri berinovasi untuk membuat website ataupun aplikasi yang bertujuan untuk mempermudah pelanggan dalam mengakses informasi secara cepat serta efisien serta mempermudah dalam berkomunikasi dengan masyarakat, begitupun dalam sektor perbankan yang menciptakan *Mobile Banking* (Sharma et al., 2022). Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) terdapat lonjakan penggunaan *Mobile Banking* hingga 300% dari tahun 2016 hingga Agustus 2021 akibat adanya efek pandemi covid-19 dan pengembangan layanan produk digital perbankan mengalami kemasifan (Ariesta, 2021). Akibat adanya pertumbuhan *Mobile Banking* yang meningkat pesat setiap tahunnya, pendapatan dalam sektor perbankan akan meningkat sehingga bank dapat lebih baik lagi dalam meningkatkan

teknologi untuk menciptakan pelayanan yang lebih baik lagi (Shaferi et al., 2023).

Perkembangan komunikasi melalui situs media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, *Whatsapp*, dan *Twitter* yang digunakan dalam sehari-hari merupakan implementasi teknologi yang mendukung untuk belajar terkait konsumen dan memberikan peluang yang besar dalam mengetahui keinginan konsumen di masa yang akan datang (Shaferi et al., 2023). - Media sosial menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menentukan pilihan untuk menggunakan layanan *Mobile Banking*. Faktor-faktor yang pertimbangan konsumen ialah kepercayaan dalam *Mobile Banking*, hal ini disebabkan nasabah meragukan keamanan data diri dan kemudahan dalam menggunakan aplikasi *Mobile Banking*. Selanjutnya terdapat faktor kegunaan dan kemudahan yang menjadi kunci dalam keberhasilan suatu sistem informasi, jika semakin berguna dan mudah dalam penggunaan pemakaiannya maka semakin tinggi tingkat konsumen dalam menggunakan teknologi. Faktor-faktor tersebut dapat diukur dengan model teori TAM (Technology Acceptance Model) yang bertujuan untuk melihat tingkat penerimaan dari pengguna teknologi berdasarkan aspek kegunaan sistem informasi dan pertimbangan dalam kemudahan penggunaan teknologi *Mobile Banking* (Wardani, 2021).

Tujuan penelitian ini ialah menganalisis pengaruh peran media sosial pada adopsi mobil banking di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Objek pada penelitian ini adalah Mahasiswa dengan rentang usia antara 19 sampai 22 tahun yang menggunakan *Mobile Banking*. Objek penelitian termasuk dalam kelompok usia produktif.

Tinjauan Pustaka

Mobile Banking

Mobile Banking didefinisikan sebagai saluran nasabah agar mudah dalam berinteraksi dengan bank melalui perangkat

smart phone (Jafri et al., 2024). Pengguna *Mobile Banking* dapat melakukan transaksi, pembayaran tagihan dan memeriksa saldo rekening (Barnes & Corbitt, 2003). Teknologi yang berkembang jauh membuat layanan perbankan digital ikut meningkatkan keunggulan baru dengan desain yang berbeda, teknologi tersebut seperti pembayaran seluler dengan teknologi jarak dekat (NFC) yang menggabungkan beberapa kartu pembayaran dengan kartu loyalitas dan fungsi lainnya dalam satu perangkat dan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) dengan memindai *QR code* melalui smart phone di aplikasi *Mobile Banking* maka pembayaran dapat dengan mudah terselesaikan (Aboelmageed & Gebba, 2013).

Media Sosial

Perkembangan teknologi setiap zaman membawa perubahan yang mendasar bagi masyarakat untuk interaksi sosial khususnya dalam perkembangan internet, interaksi sosial yang di gunakan oleh masyarakat menggunakan platform media sosial (Shaferi & Pinilih, 2023). Perbahan besar media sosial ini mempermudah masyarakat berkomunikasi jarak jauh dan berekspresi secara kompleks (Kim & Kim, 2018). Peranan media sosial mempengaruhi berbagai lini kepentingan, termasuk dalam kepentingan bisnis. Dalam melakukan kegiatan usaha yang menguntungkan di zaman saat ini media sosial memiliki peranan yang sangat penting untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan meningkatkan penjualan (Ashsifa, 2020). Kesadaran pelaku usaha akan urgensi media sosial sebagai alat untuk membangun kepercayaan dan emosional dengan konsumen (Sanny, 2022).

Technology Acceptance Model (TAM)

Model TAM menawarkan suatu penjelasan yang kuat dan sederhana dalam penerimaan teknologi dan perilaku pengguna teknologi tersebut, model ini

telah banyak digunakan dalam menguji penerimaan teknologi oleh pemakai sistem berbagai macam konteks (Ciunova et al., 2022). Model ini dikembangkan pertama kali oleh Davis (1989) dalam (Nuryyev et al., 2020) bertujuan untuk mengetahui seberapa pengaruh dari faktor eksternal terhadap faktor internal, kebiasaan penggunaan penerapan teknologi informasi dengan fokus kepada aspek kemanfaatan dan kemudahan dalam penggunaannya. Teknologi yang berhasil dalam memenuhi kebutuhan para penggunanya akan meningkatkan kepuasan, hal ini lah yang dapat dijadikan ukuran subyektif dari keberhasilan teknologi (Blut & Wang, 2020).

Hipotesis penelitian

Kemudahan *Mobile Banking*

Setiap orang menginginkan kemudahan dalam segala hal. Di bidang pelayanan perbankan, kemudahan ini menjadi daya tarik nasabah. Semakin mudah pelayanan semakin tertarik selera untuk menggunakan pelayanan tersebut. Kehidupan *Mobile Banking* menawarkan kemudahan bagi nasabah, aplikasi *Mobile Banking* yang baik dapat menarik minat konsumen untuk menggunakannya (Wardani, 2021).

H₁: Kemudahan berpengaruh positif terhadap adopsi *Mobile Banking*.

Kegunaan *Mobile Banking*

Fitur yang terdapat pada aplikasi *Mobile Banking* membuat para nasabah menikmati kegunaan dari mobile baking tersebut, seperti cek saldo rekening mudah transfer uang tanpa menunggu jam kerja, pembayaran menggunakan scan Qris, tarik tunai tanpa kartu dan masih banyak lagi. Kemudahan dalam menggunakan *Mobile Banking* membuat nasabah merasakan efisiensi dalam penggunaan *Mobile Banking* (Latif, 2018).

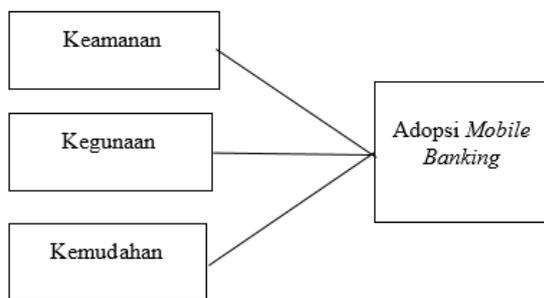
H₂: Kegunaan berpengaruh positif terhadap adopsi *Mobile Banking*.

Keamanan Mobile Banking

Keamanan pada *Mobile Banking* memiliki pengaruh yang positif terhadap tindakan pengguna baru dalam menggunakan *Mobile Banking* karena informasi yang diberikan dari media sosial mengenai keamanan mobile banking dapat memberikan keyakinan kepada nasabah terhadap pelayanan perbankan (Shaferi et al., 2023).

H4: Keamanan berpengaruh positif terhadap *Mobile Banking*.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kuantitatif. Sumber data pada penelitian ini ialah data primer dan data sekunder. Sumber data primer pada penelitian ini merujuk pada responden individu yang secara khusus. Sumber data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari publikasi ilmiah, analisis ilmiah dan catatan atau dokumentasi. Responden dalam penelitian ini mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Populasi penelitian ini terdiri dari masyarakat Kota Solo mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah teknik *non-probability sampling*, dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan memberikan syarat-syarat tertentu agar tidak semua anggota populasi dipilih

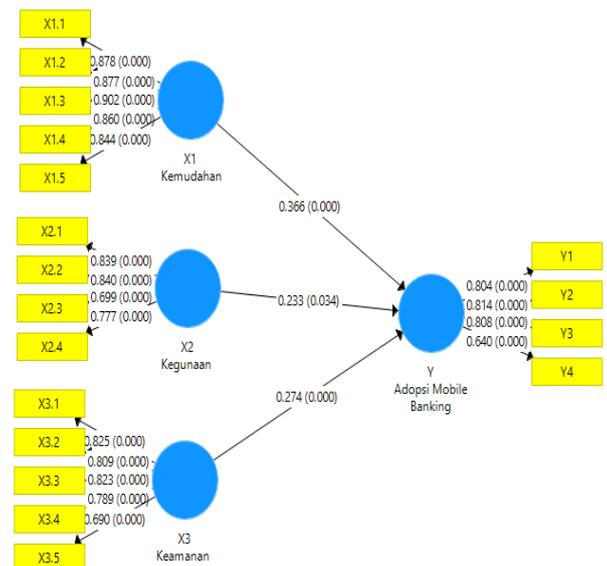
menjadi sampel. Sampel penelitian ini ialah sebanyak 150 responden.

Metode pengumpulan data, dalam melakukan penelitian ialah kuesioner, Kuesioner yang digunakan ialah kuesioner tertutup artinya jawaban-jawaban pada setiap pernyataan atau pertanyaan sudah disediakan. Responden memiliki hak bebas dalam menjawab untuk setiap jawaban yang disediakan dari setiap pernyataan. Pengukuran data pada penelitian ini menggunakan teknik skala 1 sampai 5.

Metode analisis yang digunakan ialah Partial Least Square (PLS) yang menggunakan bantuan software SMARTPLS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Outer Model



Gambar 2. Outer Model

Convergent Validity

Suatu indikator dapat memenuhi *Convergent Validity* dalam kategori baik apabila nilai outer loadingnya >0.7 .

Tabel 1. Nilai Outer Loading

Variabel	Indikator	Outer Loading
Kemudahan	X1.1	0.878
	X1.2	0.877
	X1.3	0.902

	X1.4	0.860
	X1.5	0.844
Kegunaan	X2.1	0.839
	X2.2	0.840
	X2.3	0.710
	X2.4	0.777
	X3.1	0.925
Keamanan	X3.2	0.809
	X3.3	0.823
	X3.4	0.789
	X3.5	0.705
	Adopsi	Y1
Y2		0.814
Mobile Banking	Y3	0.808
	Y4	0.740

Sumber: Data Primer yang di olah (2023)

Berdasarkan tabel 1, masing-masing indikator variabel penelitian banyak yang memiliki outer loading > 0.7 maka semua indikator variabel penelitian dinyatakan layak atau valid digunakan penelitian.

Descriminant Validity

Validitas diskriminant dapat dinilai dengan melihat nilai AVE (Average Variance Extracted) jika nilai AVE > 0.5 dikatakan valid. Berikut nilai AVE dari masing-masing variabel penelitian ini:

Tabel 2. Nilai Ave

Variabel	AVE	Keterangan
Kemudahan	0.761	Valid
Kegunaan	0.626	Valid
Keamanan	0.622	Valid
Adopsi Mobile Banking	0.593	Valid

Sumber: Data Primer yang di olah (2023)

Pada tabel 2, setiap variabel pada penelitian ini menunjukkan nilai AVE > 0.5. setiap variabel penelitian memiliki nilai yang masing-masing untuk Kemudahan sebesar 0.761, Kegunaan sebesar 0.626, Keamanan 0.622, Adopsi *Mobile Banking* 0,593. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel dalam penelitian ini dapat dikatakan valid secara validitas diskriminan.

Uji Reliabilitas

Internal Consistency Reliability

Pada penelitian ini pengujian reabilitas menggunakan *Composite Reliability* dan *Cronbach Alpha*.

Composite reliability merupakan bagian yang digunakan untuk menguji nilai reliabilitas indikator pada suatu variabel. Suatu variabel dinyatakan valid dalam *composite reliability* jika memiliki nilai *composite reliability* > 0.7.

Tabel 3. Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability
Kemudahan	0.941
Kegunaan	0.869
Keamanan	0.891
Adopsi Mobile Banking	0.852

Sumber: Data Primer yang di olah (2023)

Pada tabel 3 menunjukkan bahwa nilai *composite reliability* semua variabel penelitian bernilai > 0.07. pada variabel Kemudahan menunjukkan nilai sebesar 0.941, variabel Kegunaan sebesar 0.896, variabel Keamanan sebesar 0.891, variabel Adopsi *Mobile Banking* sebesar 0.852. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel memuhi *composite reliability* sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

Cronbachs Alpha

Uji Reliabilitas yang kedua ditunjukkan untuk nilai *Cronbachs Alpha*. Suatu variabel dinyatakan valid dalam *cronbachs alpha* jika memiliki nilai *cronbachs alpha* > 0.60.

Tabel 4. Composite Reliability

Variabel	Cronbachs Alpha
Kemudahan	0.921
Kegunaan	0.801
Keamanan	0.847
Adopsi Mobile Banking	0.768

Sumber: Data Primer yang di olah (2023)

Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai *cronbachs alpha* semua variabel dalam penelitian ini berniali di atas > 0.6. yang artinya nilai *cronbachs alpha* telah memenuhi syarat sehingga konstruk dapat dikatakan reliabel.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilihat dari *Variance Infaltion Factor* (VIF). cara mengetahuinya dengan melihat dari nilai VIF. Model regresi yang tidak ada masalah multikolinearitas jika model memiliki nilai $VIF < 5$. Sebaliknya, jika nilai $VIF > 5$, maka terdapat masalah multikolinearitas.

Tabel 5. Collinearity Statistic (VIF)

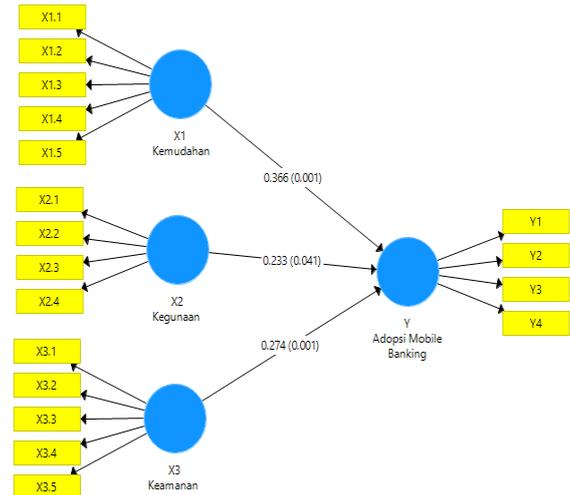
Variabel	VIF	Keterangan
X1 → Y	3.379	Tidak ada masalah Multikolinearitas
X2 → Y	4.532	Tidak ada masalah Multikolinearitas
X3 → Y	1.892	Tidak ada masalah Multikolinearitas

Sumber: Data Primer yang di olah (2023)

Pada tabel 5, hasil dari hubungan variabel independent terhadap dependen memiliki nilai $VIF < 5$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah Multikolinearitas.

Analisis Inner Model

Penelitian ini akan menjelaskan hasil uji *goodness of fit*, uji *path coefficient* dan uji hipotesis.



Gambar 3. Inner Model

Uji Kebaikan Model (*Goodness of fit*)

Uji ini terdiri dari dua yaitu *R-square* (R^2) dan *Q-square* (Q^2). Nilai R^2 menunjukkan determinasi variabel eksogen terhadap variabel endogennya. Semakin tinggi nilai R^2 maka tingkat determinasi semakin baik, jika nilai $R^2 > 0.75$ disimpulkan bahwa model kuat, nilai $R^2 > 0.50$ disimpulkan bahwa model moderat atau sedang, nilai $R^2 > 0.25$ disimpulkan bahwa model lemah.

Tabel 6. Nilai R-square

	<i>R-square</i>	<i>R-square Adjusted</i>
Adopsi Mobile Banking	0.600	0.592

Sumber: Data Primer yang di olah (2023)

Nilai *R-square* digunakan untuk melihat besarnya pengaruh variabel kemudahan, kegunaan dan keamanan terhadap variabel adopsi *Mobile Banking*. Pada tabel 4.8 menunjukkan Nilai *R-square* sebesar 0.600 atau 60% maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh antar variabel kemudahan, kegunaan dan keamanan terhadap adopsi *Mobile Banking* adalah hubungan yang kuat.

Selanjutnya adalah uji *Q-square*. Uji ini dilakukan dengan melihat nilai Q^2 (*Predictive Relevance*) dan bertujuan untuk mengukur seberapa baik nilai observasi

yang dihasilkan oleh model juga parameternya. Jika nilai $Q^2 > 0$ menunjukkan model mempunyai *Predictive Relevance*, namun jika nilai $Q^2 < 0$ menunjukkan bahwa model kurang memiliki *Predictive Relevance*.

Didapat nilai Q^2 sebesar 0.600. Nilai tersebut dapat menjelaskan keragaman dari data penelitian, sehingga sebesar 60% dapat dijelaskan dengan model penelitian, sisanya 40% dijelaskan oleh faktor lain diluar model penelitian. Pada hasil perhitungan tersebut dapat dinyatakan bahwa model penelitian memiliki *goodness of fit* yang baik.

Uji Hipotesis

Nilai *p-value* < 0.05 menunjukkan adanya pengaruh langsung antar variabel, jika nilai *p-value* > 0.05 maka tidak ada pengaruh langsung antar variabel. Pada penelitian ini nilai *t-statistics* 1.96 (*Significant level* = 5%). Nilai *t-statistics* > 1.96 menunjukkan pengaruh yang signifikan antar variabel, sebaliknya jika nilai *t-statistics* < 1.96 menunjukkan tidak ada pengaruh yang signifikan antar variabel.

Tabel 7. Path Coefficient

	<i>original sample</i>	<i>t-Statistics</i>	<i>p-Values</i>	Keterangan
Kemudahan -> Adopsi <i>Mobile Banking</i>	0.366	3.504	0.000	Positif Signifikan
Kegunaan -> Adopsi <i>Mobile Banking</i>	0.233	2.073	0.039	Positif Signifikan
Keamanan -> Adopsi <i>Mobile Banking</i>	0.274	3.407	0.001	Positif Signifikan

Sumber: Data Primer yang di olah (2023)

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan hasil pengujian yang dapat memberikan penjelasan bahwa terdapat pengaruh pada variabel kemudahan dan adopsi *Mobile Banking* dengan nilai *original sample* 0.366 bernilai positif dan berpengaruh signifikan dengan nilai *p-value* 0.000 dan nilai *t-statistics* 3.504. Hal ini dapat disimpulkan bahwa hasil hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh positif terhadap adopsi *Mobile Banking* dapat diterima.

Selanjutnya hasil pengujian yang menjelaskan adanya pengaruh pada variabel kegunaan dan adopsi *Mobile Banking* dengan nilai *original sample* 0.233 menunjukkan nilai positif, nilai *p-value* 0.039 nilai *t-statistics* 2.073 menunjukkan pengaruh yang signifikan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa hasil hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kegunaan

berpengaruh positif terhadap adopsi *Mobile Banking* dapat diterima.

Terakhir hasil pengujian yang menjelaskan adanya pengaruh pada variabel keamanan dan adopsi *Mobile Banking* dengan nilai *original sample* sebesar 0.274 menunjukkan nilai positif dan berpengaruh signifikan dengan nilai *p-value* 0.001 dan *t-statistics* 3.407. Hal ini dapat disimpulkan bahwa hasil hipotesis pertama yang menyatakan bahwa keamanan berpengaruh positif terhadap *Mobile Banking* dapat diterima.

Pembahasan

Pengaruh kemudahan terhadap adopsi *Mobile Banking*

Pengaruh kuat media sosial sangat mempengaruhi dari berbagai sektor, salah satunya dari sektor perbankan, hadirnya *Mobile Banking* yang mempermudah

masyarakat dalam melakukan kegiatan sehari-hari terkhususnya dalam melakukan transaksi (Shaferi et al., 2023). Maraknya penggunaan *Mobile Banking* di tengah-tengah masyarakat, hal ini membuat masyarakat dapat merasakan efisiensi dalam bertransaksi dan efektifitas dalam waktu (Putra, 2022).

Hasil penelitian ini menunjukkan nilai *original sample* 0.366, nilai *t-statistics* $3.504 > 1.96$ dan nilai *p-value* $0.000 < 0.05$. Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian berpengaruh positif dan signifikan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Clara dan Dwi (2021) yang mengemukakan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi *Mobile Banking*. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh positif terhadap adopsi *Mobile Banking*, hal ini membuktikan mahasiswa tertarik dengan fasilitas yang mempermudah dalam memenuhi kebutuhan. Kemudahan penggunaan *Mobile Banking* mendorong seseorang untuk menggunakan fasilitas yang tersedia pada *Mobile Banking*

Pengaruh kegunaan terhadap adopsi *Mobile Banking*

Struktur dalam penggunaan *Mobile Banking* membuat masyarakat menikmati dalam menggunakan layanan yang ada dalam aplikasi *Mobile Banking*. Hal ini akan berdampak pada kegiatan sehari-hari masyarakat dan merasakan manfaat dalam menggunakan *Mobile Banking* (Latif, 2018). *Mobile Banking* merupakan suatu system akan semakin berguna jika masyarakat merasakan keuntungan dari penggunaan *Mobile Banking* maka minatnya pun akan semakin tinggi.

Hasil penelitian pada variable kegunaan menunjukkan nilai *original sample* 0.233, nilai *t-statistics* $2.073 > 1.96$ dan nilai *p-value* $0.039 < 0.05$. Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian berpengaruh positif dan signifikan. Hasil

penelitian ini sejalan dengan penelitian Cynthia Sari Latif yang mengemukakan bahwa kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi *Mobile Banking*.

Pengaruh keamanan terhadap adopsi *Mobile Banking*

Perlindungan informasi personal yang terdata merupakan sebuah kepercayaan yang diberikan masyarakat dalam menggunakan *Mobile Banking*. Pelayanan jaminan perlindungan informasi yang baik akan membuat nasabah yakin jika layanan perbankan aman untuk digunakan sehingga tidak ada kekhawatiran bagi nasabah untuk menyimpan informasi di dalam akun *Mobile Banking*. Kebocoran informasi akan menyebabkan penurunan kepercayaan hingga menurunnya penggunaan *Mobile Banking*.

Hasil penelitian pada variable keamanan menunjukkan nilai *original sample* 0.274, nilai *t-statistics* $3.407 > 1.96$ dan nilai *p-value* $0.001 < 0.05$. Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian berpengaruh positif dan signifikan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Deni Wardani yang mengemukakan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi *Mobile Banking*.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah adopsi *Mobile Banking* memiliki pengaruh di kalangan mahasiswa yang ada di Universitas Muhammadiyah Surakarta, variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kemudahan, kegunaan dan keamanan. Hasil penelitian menjelaskan bahwa variabel kemudahan, kegunaan dan keamanan masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengaruh adopsi *Mobile Banking*. Hal ini menunjukkan bahwa *Mobile Banking* bagi mahasiswa sangat mudah digunakan, berguna dalam kehidupan sehari-hari dan aman untuk digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aboelmaged, M., & Gebba, T. R. (2013). Mobile Banking Adoption: An Examination of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior. *International Journal of Business Research and Development*, 2(1), 35–50. <https://doi.org/10.24102/ijbrd.v2i1.263>
- Ariesta, A. (2021). Transaksi Mobile dan Internet Banking Melonjak 300 Persen di 2021. *Indonesia Stock Exchange*.
- Ashsifa, I. (2020). pengaruh technology acceptance model (tam) terhadap kepuasan pelanggan dan niat penggunaan mobile banking secara berkelanjutan (privasi dan personalisasi sebagai variabel moderasi). *technobiz: International Journal of Business*, 3(1).
- Barnes, S. J., & Corbitt, B. (2003). Mobile banking: concept and potential. *International Journal of Mobile Communications*, 1(3), 273–288. <https://doi.org/10.1504/IJMC.2003.003494>
- Blut, M., & Wang, C. (2020). Technology readiness: a meta-analysis of conceptualizations of the construct and its impact on technology usage. In *Journal of the Academy of Marketing Science* (Vol. 48, Issue 4, pp. 649–669). Springer. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00680-8>
- Ciunova, A. S., Palamidovska, S. N., & Prodanova, J. (2022). What drives m-banking clients to continue using m-banking services? *Journal of Business Research*, 139, 731–739.
- Dendeng, G. N., Pio, R. J., & Sambul, S. A. P. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi Mobile Banking Oleh Nasabah Bank BRI di Kota Manado. *Productivity*, 3(6), 501–506.
- Haryanto, T. G. A., & Giri, R. R. W. (2021). Analisis Adopsi Mobile Banking Nasabah Bank Di Jawa Tengah Menggunakan Model Utaut Dengan Budaya Sebagai Moderator. *EProceedings of Management*.
- Jafri, J. A., Mohd Amin, S. I., Abdul Rahman, A., & Mohd Nor, S. (2024). A systematic literature review of the role of trust and security on Fintech adoption in banking. In *Heliyon* (Vol. 10, Issue 1). Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e22980>
- Kim, N., & Kim, W. (2018). Do your social media lead you to make social deal purchases? Consumer-generated social referrals for sales via social commerce. *International Journal of Information Management*, 39(January 2017), 38–48. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.10.006>
- Latif, C. S. (2018). Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(2), 76.
- Nurul Fatmawati. (2021). *Pengaruh Positif dan Negatif Media Sosial Terhadap Masyarakat*. Kementerian Keuangan. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kp-knl-semarang/baca-artikel/14366/Pengaruh-Positif-dan-Negatif-Media-Sosial-Terhadap-Masyarakat.html>
- Nuryyev, G., Wang, Y. P., Achyldurdyeva, J., Jaw, B. S., Yeh, Y. S., Lin, H. T., & Wu, L. F. (2020). Blockchain technology adoption behavior and sustainability of the business in tourism and hospitality SMEs: An empirical study. *Sustainability (Switzerland)*, 12(3). <https://doi.org/10.3390/su12031256>
- Putra, D. B. H. P. (2022). Faktor yang mempengaruhi adopsi dengan mediasi peran intention to use mandiri mobile banking di Surabaya. *Journal of*

- Business and Banking*, 11(2), 307–323.
- PUTRI, I. E. (2023). *Analisis Pengaruh Word Of Mouth Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia*. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
- Sanny, E. W. (2022). Analisis Pengaruh Media Massa, Media Sosial dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Niat Menggunakan Mobile banking. In *Univeristas Islam Indonesia*. Universitas Islam Indonesia.
- Shaferi, I., & Pinilih, M. (2023). Pengaruh Sosial Media Terhadap Penerimaan Penggunaan Mobile Banking Pada Mahasiswa. *Probisnis*, 16(1).
- Shaferi, I., Pinilih, M., Soedirman, U. J., Digital, B., & Purwokerto, U. A. (2023). *Pengaruh Sosial Media Terhadap Penerimaan Penggunaan Mobile Banking Pada Mahasiswa*. 16(1), 11–20.
- Sharma, M., Banerjee, S., & Paul, J. (2022). Role of social media on mobile banking adoption among consumers. *Technological Forecasting and Social Change*, 180. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121720>
- Wardani, D. (2021). Faktor-Faktor Pengaruh Penggunaan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Pemerintah). *Jurnal Sistem Informasi Bisnis (JUNSIBI)*, 2(1), 15–32. <https://doi.org/10.55122/junsibi.v2i1.253>