

## **Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kegunaan terhadap Minat Nasabah BRI Menggunakan *Mobile Banking* Brimo di Bonepantai**

**Endi Rahman\*, Yulinda L Ismail, Dewi Fajri Januar Kiayi**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Gorontalo

\*Correspondence: [endhy\\_80@ung.ac.id](mailto:endhy_80@ung.ac.id)

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengetahui dan menganalisa apakah ada pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Nasabah BRI Menggunakan *Mobile Banking* BRImo, (2) mengetahui dan menganalisa apakah ada pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Minat Nasabah BRI Menggunakan *Mobile Banking* BRImo, dan (3) mengetahui dan menganalisa apakah ada pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kegunaan terhadap Minat Nasabah BRI Menggunakan *Mobile Banking* BRImo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 orang, ditentukan melalui rumus Yamane. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) secara parsial, persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan BRImo, (2) secara parsial, persepsi kegunaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan BRImo, dan (3) secara simultan, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan BRImo. Kontribusi kedua variabel terhadap minat nasabah menggunakan BRImo sebesar 57,9%, sedangkan besaran 42,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini

**Kata kunci:** *BRImo, Minat Menggunakan Mobile Banking; Persepsi Kemudahan Penggunaan; Persepsi Kegunaan.*

### **ABSTRACT**

*This study aims to: (1) determine and analyze whether there is an effect of Perceived Ease of Use on BRI Customers' Interest in Using BRImo Mobile Banking, (2) determine and analyze whether there is an influence of Perceived Usefulness on BRI customers' interest in using BRImo Mobile Banking, and (3) determine and analyze whether there is an influence of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on BRI customers' interest in using BRImo Mobile Banking. This study used a quantitative approach with data collection techniques through questionnaires. The sampling technique used purposive sampling with 100 respondents, which was determined using the Yamane formula. Data analysis was performed using multiple linear regression. The results of the study show that: (1) partially, the perception of ease of use has a positive and significant effect on customer interest in using BRImo, (2) partially, the perception of usefulness also has a positive and significant effect on customer interest in using BRImo, and (3) simultaneously, the perception of ease of use and the perception of usefulness have a positive and significant effect on customer interest in using BRImo. The contribution of these two variables to customer interest in using BRImo is 57.9%, while the remaining 42.1% is influenced by other factors outside the scope of this study.*

**Keywords :** *BRImo; Interest in Using Mobile Banking; Perceived Ease of Use; Perceived Usefulness.*

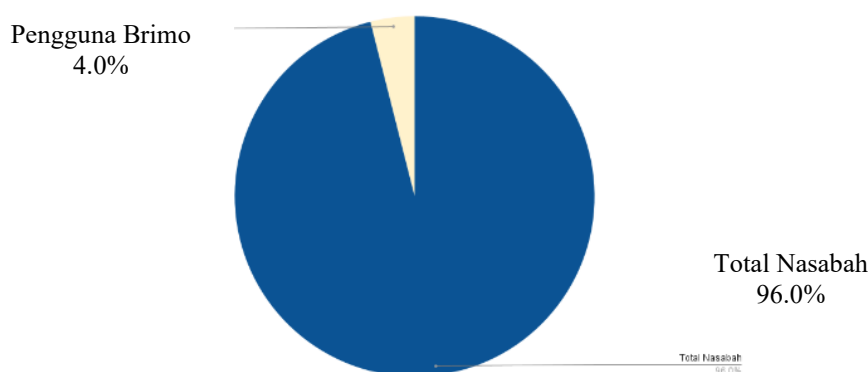
### **PENDAHULUAN**

Perkembangan pesat teknologi internet mendorong peningkatan signifikan jumlah pengguna di Indonesia, yang pada tahun 2024 mencapai 221,56 juta jiwa atau 79,5% dari total populasi (Sulmi et al., 2021). Kemajuan ini turut memengaruhi sektor perbankan yang dituntut untuk berinovasi dalam menyediakan layanan lebih efisien dan memudahkan transaksi nasabah (Sulmi et al., 2021). Peralihan dari sistem manual ke digital menjadi langkah nyata industri perbankan dalam menghadirkan solusi finansial modern, di mana *mobile banking* muncul sebagai salah satu inovasi utama yang memungkinkan nasabah bertransaksi secara real-time dan praktis (Latifah & Khomariyah, 2020).

Sejalan dengan pesatnya transformasi digital di sektor perbankan, Bank Rakyat Indonesia (BRI) sebagai salah satu bank terbesar di Indonesia terus berinovasi untuk meningkatkan kenyamanan dan

efisiensi layanan bagi nasabah. Aplikasi *mobile banking* BRImo sebagai perwujudan solusi transaksi perbankan berbasis internet yang praktis, aman, dan mudah diakses. Aplikasi ini menawarkan berbagai fitur, seperti transfer dana, isi ulang saldo e-wallet, pembayaran tagihan, pembukaan rekening online, hingga transaksi menggunakan QRIS, yang mempermudah aktivitas keuangan nasabah secara digital (Bank Rakyat Indonesia, 2024). Hingga akhir Desember 2024, pengguna BRImo mencapai 38,61 juta atau meningkat 22,12% dibanding tahun sebelumnya. Pertumbuhan ini diikuti oleh kenaikan volume transaksi hingga 4,34 miliar transaksi (naik 40,54% YOY) dengan nilai mencapai Rp5.596 triliun (naik 34,57% YOY). Kinerja tersebut turut mendorong peningkatan pendapatan berbasis jasa BRI menjadi Rp2,97 triliun, tumbuh 22,19% secara tahunan (CNN Indonesia, 2025). Capaian ini mencerminkan keberhasilan BRI dalam mengoptimalkan ekosistem digital serta efektivitas BRImo dalam mendorong efisiensi layanan dan perubahan perilaku transaksi nasabah dari konvensional ke digital (Rosanti & Bombar, 2024).

Namun, tren positif tersebut belum sepenuhnya tercermin di tingkat lokal, khususnya pada nasabah BRI Unit Bonepantai. Sebagian besar masyarakat di Kecamatan Bonepantai bekerja di sektor pertanian, perikanan, serta usaha perdagangan skala kecil (Badan Pusat Statistik Kabupaten Bone Bolango, 2024). Aktivitas ekonomi yang masih didominasi oleh sistem tradisional membuat sebagian masyarakat belum sepenuhnya terbiasa dengan layanan keuangan digital, meskipun kebutuhan terhadap transaksi perbankan terus meningkat, baik untuk tabungan, pembiayaan usaha, maupun transaksi harian. Kondisi tersebut sejalan dengan data BRI Unit Bonepantai yang menunjukkan bahwa jumlah pengguna BRImo masih tergolong rendah dibandingkan dengan total nasabah yang terdaftar.



**Gambar 1.** Persentase Pengguna BRImo terhadap Total Nasabah di BRI Unit Bonepantai

Berdasarkan data BRI Unit Bonepantai tahun 2024, dari keseluruhan nasabah yang aktif hanya sekitar 4% nasabah per *Customer Information File* (CIF) yang tercatat menggunakan BRImo. Kondisi ini menggambarkan bahwa pemanfaatan layanan digital masih terbatas di tingkat unit kerja. Padahal, penggunaan BRImo merupakan bagian dari strategi BRI dalam meningkatkan efisiensi, kemudahan, dan aksesibilitas layanan perbankan bagi seluruh nasabah. Sebagai upaya peningkatan adopsi, BRI menginisiasi program *MemBRImokan Indonesia* yang mendorong pegawai untuk aktif mengajak nasabah menggunakan BRImo melalui pendekatan langsung maupun telepon (Dorwi et al., 2024). Meskipun demikian, tingkat penggunaan yang masih rendah menunjukkan perlunya kajian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah dalam mengadopsi aplikasi BRImo.

Fenomena rendahnya minat nasabah dalam menggunakan BRImo di BRI Unit Bonepantai menjadi isu penting yang perlu dikaji lebih lanjut. Rendahnya tingkat adopsi tidak hanya berdampak pada efektivitas pelayanan kepada nasabah, tetapi juga dapat menghambat upaya bank dalam meningkatkan pendapatan berbasis jasa (*fee-based income*) di tingkat unit kerja. Kondisi ini menunjukkan perlunya pemahaman mendalam terhadap faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

Menurut gagasan persepsi kegunaan yang dikemukakan oleh Lubis dan Hamadi (2025), minat individu dalam menggunakan teknologi perbankan digital dipengaruhi oleh sejauh mana mereka memahami manfaat nyata dari layanan tersebut. Nasabah cenderung menggunakan *mobile banking* apabila mereka menilai aplikasi tersebut mampu memberikan efisiensi dan kemudahan dalam

bertransaksi. Sebaliknya, apabila manfaatnya belum dirasakan secara langsung, maka minat untuk menggunakannya akan rendah.

Selain persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan juga menjadi faktor penting dalam memengaruhi minat nasabah. Persepsi kemudahan penggunaan berkaitan dengan keyakinan bahwa suatu aplikasi mudah dipahami dan dioperasikan tanpa membutuhkan usaha yang berlebihan (Nurvitarsari & Dwijayanti, 2022). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa semakin mudah aplikasi digunakan, semakin tinggi pula kecenderungan nasabah untuk menggunakannya secara berkelanjutan (Wijaya & Sri, 2023).

Beberapa penelitian sebelumnya mengenai *mobile banking* umumnya dilakukan pada nasabah di wilayah perkotaan dengan tingkat literasi digital lebih tinggi, seperti penelitian yang dilakukan oleh Sulmi et al. (2021), Nurdin et al.(2021) , Tobuhu et al. (2022). Hal ini menimbulkan kesenjangan penelitian, sebab kajian mengenai perilaku konsumen di daerah pesisir yang memiliki keterbatasan akses dan tingkat adopsi rendah masih jarang ditemukan. Novelty penelitian ini terletak pada fokus wilayah pesisir Bonepantai serta responden yang sebagian besar belum menggunakan BRImo atau pernah berhenti menggunakannya, sehingga dapat menggambarkan persepsi awal terhadap kemudahan penggunaan dan kegunaan aplikasi.

Dengan demikian, berdasarkan fenomena rendahnya adopsi BRImo di BRI Unit Bonepantai dan pentingnya kedua faktor tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan terhadap minat nasabah BRI dalam menggunakan layanan *mobile banking* BRImo di Bonepantai. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris bagi pengembangan kajian perilaku konsumen dalam konteks adopsi layanan perbankan digital, serta menjadi bahan pertimbangan bagi pihak BRI dalam merumuskan strategi peningkatan penggunaan BRImo di tingkat unit kerja.

Sebagai landasan pengujian empiris, penelitian ini menetapkan hipotesis sebagai berikut:

H1: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* BRImo.

H2: Persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* BRImo.

H3: Persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* BRImo.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berlandaskan pada filsafat positivisme, dengan data berupa angka yang dianalisis secara statistik (Sugiyono, 2018). Penelitian bertujuan menguji hubungan antara variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, dan minat menggunakan BRImo. Data diperoleh melalui kuesioner skala Likert lima poin yang disebarkan kepada 100 nasabah BRI di Kecamatan Bonepantai, dipilih dengan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria nasabah BRI yang berdomisili di Kecamatan Bonepantai, baik yang belum pernah menggunakan BRImo maupun yang pernah menggunakan BRImo tetapi sudah berhenti. Sebelumnya, uji validitas dan reliabilitas dilakukan pada 30 responden di luar populasi penelitian. Analisis data menggunakan SPSS versi 29 dengan tahapan uji asumsi klasik, regresi linier berganda, serta pengujian hipotesis melalui uji t, uji F, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk mengetahui pengaruh dan kontribusi masing-masing variabel.

## HASIL

### Karakteristik Responden

**Tabel 1.** Karakteristik Responden

No.	Keterangan	Kategori	Jumlah	Persentase
1	Jenis Kelamin	Laki-laki	39	39%
		Perempuan	61	61%
		17-25 tahun	39	39%
2	Usia	26-35 tahun	32	32%
		36-45 tahun	18	18%
		Di atas 46 tahun	11	11%
3	Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	22	22%
		PNS	3	3%

		Wiraswasta/Pedagang	15	15%
		Pegawai Swasta	9	9%
		Ibu Rumah Tangga	16	16%
		Lainnya	35	35%
		Batu Hijau	8	8%
		Tolotio	5	5%
		Tongo	5	5%
		Tunas Jaya	9	9%
		Uabanga	7	7%
		Bilungala	14	14%
4	Domisili	Bilungala Utara	10	10%
		Kemiri	6	6%
		Lembah Hijau	8	8%
		Ombulo Hijau	6	6%
		Pelita Hijau	7	7%
		Tambo	7	7%
		Tihu	8	8%
		Kurang dari 1 tahun	34	34%
5	Lama Menjadi Nasabah BRI	1-2 tahun	27	27%
		3-4 tahun	20	20%
		Di atas 4 tahun	19	19%

Sumber: Analisis Data 2025

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 1, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah perempuan, yaitu sebanyak 61 orang (61%), sedangkan responden laki-laki berjumlah 39 orang (39%). Dari segi usia, kelompok usia terbanyak adalah 17–25 tahun sebanyak 39 responden (39%), diikuti usia 26–35 tahun sebanyak 32 responden (32%). Berdasarkan jenis pekerjaan, sebagian besar responden tergolong dalam kategori “lainnya” sebanyak 35 orang (35%), sedangkan sisanya terdiri dari pelajar/mahasiswa 22 orang (22%), ibu rumah tangga 16 orang (16%), wiraswasta/pedagang 15 orang (15%), pegawai swasta 9 orang (9%), dan PNS 3 orang (3%). Dari aspek domisili, responden terbanyak berasal dari Desa Bilungala sebanyak 14 orang (14%), disusul Bilungala Utara 10 orang (10%), serta desa-desa lainnya dengan jumlah yang relatif seimbang. Sementara itu, berdasarkan lama menjadi nasabah BRI, sebagian besar responden telah menjadi nasabah kurang dari 1 tahun yaitu sebanyak 34 orang (34%), diikuti responden dengan durasi 1–2 tahun sebanyak 27 orang (27%), 3–4 tahun sebanyak 20 orang (20%), dan lebih dari 4 tahun sebanyak 19 orang (19%).

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Jika data berdistribusi normal, maka analisis dapat menggunakan uji parametrik, sedangkan jika tidak, digunakan uji nonparametrik (Siregar, 2013). Uji *Kolmogorov Smirnov* yang dilakukan terhadap residual tidak terstandarisasi menggunakan kriteria signifikansi  $\alpha > 0,05$  untuk melakukan pengujian terhadap variabel persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan. Hasil dari uji normalitas dapat dilihat dari dari Tabel 2.

**Tabel 2.** Uji Normalitas  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.38351809
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.053
	Negative	-.075
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.186

Sumber: Analisis Data 2025

Berdasarkan hasil uji normalitas, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,186. Nilai ini lebih besar dari batas signifikansi 0,05, yang berarti data dalam penelitian ini berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas telah terpenuhi, sehingga metode statistik parametrik dapat digunakan dalam analisis lebih lanjut.

### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi variabel bebas (independen) atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Pengujian multikolinearitas dilakukan untuk melihat nilai Tolerance dan VIF (*Variance Inflasi Factor*), jika *Tolerance* > 0,1 atau nilai VIF < 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas. Berikut ini disajikan hasil uji multikolinearitas pada tabel dibawah ini.

**Tabel 3.** Uji Multikolinearitas

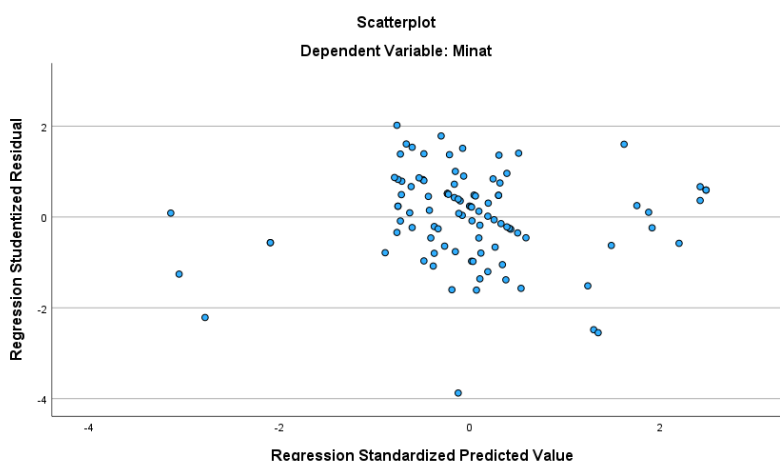
Variabel	Tolerance	VIF
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0.449	2.227
Persepsi Kegunaan	0.449	2.227

Sumber: Analisis Data 2025

Berdasarkan tabel hasil uji multikolinearitas, nilai *Tolerance* untuk variabel persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan sebesar 0,449, yang berarti lebih besar dari batas minimal 0,10. Sementara itu, nilai VIF untuk kedua variabel tersebut sebesar 2,227, yang masih berada di bawah batas maksimal 10. Hasil ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam model regresi, sehingga tidak ada hubungan yang kuat antar variabel independen. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dinilai stabil, memiliki kekuatan prediksi yang baik, dan layak untuk digunakan pada tahap analisis berikutnya.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya ketidaksamaan varian residual antar pengamatan dalam model regresi. Model yang baik seharusnya memenuhi homoskedastisitas atau tidak mengalami heteroskedastisitas. Pengujian dapat dilakukan melalui grafik *scatterplot*: jika titik-titik membentuk pola tertentu (misalnya melebar atau menyempit), berarti terjadi heteroskedastisitas; sedangkan jika titik-titik menyebar acak di atas dan bawah sumbu nol, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil pengujian heteroskedastisitas ditunjukkan pada Gambar 1.



Sumber: Analisis Data 2025

**Gambar 1.** Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan grafik scatter plot, terlihat bahwa titik-titik residual tersebar secara acak di sekitar garis horizontal tanpa membentuk pola tertentu, baik yang melebar maupun menyempit. Pola sebaran acak ini menunjukkan bahwa varians residual bersifat konstan pada setiap nilai prediksi. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

### Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) dengan variabel dependen ( $Y$ ). Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif, dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.** Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	7.620	3.118		2.444	.016
	Persepsi Kemudahan Penggunaan	.389	.089	.432	4.393	.000
	Persepsi Kegunaan	.245	.063	.383	3.898	.000

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Analisis Data 2025

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda di atas maka model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 7,620 + 0,389X_1 + 0,245X_2 + e$$

Hasil yang disajikan pada Tabel 5 menunjukkan bahwa kedua variabel independen, yaitu persepsi kemudahan penggunaan ( $X_1$ ) dan persepsi kegunaan ( $X_2$ ), memiliki pengaruh positif terhadap variabel dependen, yaitu minat menggunakan BRImo. Di antara keduanya, variabel persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh paling dominan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,389. Selanjutnya, variabel persepsi kegunaan menempati posisi kedua dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,245.

### Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen. Pengujian ini bertujuan untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan besarnya pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen, yang ditunjukkan oleh nilai R-Square. Berikut disajikan hasil uji koefisien determinasi.

**Tabel 5.** Uji Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.761 <sup>a</sup>	.579	.570	3.418

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan

b. Dependent Variable: Minat

Sumber: Analisis Data 2025

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai  $R^2$  sebesar 0,579 yang menunjukkan adanya tingkat hubungan yang sedang antara variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kegunaan terhadap Minat. Secara kuantitatif, sebesar 57,9% variasi dalam Minat dapat dijelaskan oleh dua variabel independen dalam penelitian ini, yakni Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kegunaan. Adapun 42,1% variasi lainnya berasal dari faktor-faktor eksternal yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

### Pengujian Hipotesis

#### Uji-t (uji parsial)

Pengujian t dilakukan guna menguji pada penelitian ini adakah pengaruh antara variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Nilai t hitung dapat ditemukan dalam tabel

koefisien dari output SPSS. Hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima jika  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel, yang menunjukkan bahwa variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen secara individu, tetapi tidak secara signifikan. Sebaliknya, hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima jika  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel, yang berarti variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen secara individu. Hasil uji-t dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 6. Uji Parsial (Uji-t)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	7.620	3.118		2.444	.016
	Persepsi Kemudahan Penggunaan	.389	.089	.432	4.393	.000
	Persepsi Kegunaan	.245	.063	.383	3.898	.000

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Analisis Data 2025

Hasil uji  $t$  menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat, dengan koefisien sebesar 0,389, nilai  $t$  hitung 4,393  $>$   $t$  tabel 1,660, dan sig. 0,000  $<$  0,05. Artinya,  $H_1$  diterima, sehingga semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan, semakin besar pula minat nasabah menggunakan BRImo.

Hasil uji  $t$  juga menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat, dengan koefisien sebesar 0,245, nilai  $t$  hitung 3,898  $>$   $t$  tabel 1,660, dan sig. 0,000  $<$  0,05. Dengan demikian,  $H_2$  diterima, yang berarti semakin tinggi persepsi kegunaan, maka semakin besar pula minat nasabah untuk menggunakan BRImo.

### Uji-F (uji simultan)

Pengujian F dilakukan guna menguji pengaruh secara simultan antar variabel independen dan variabel dependen. Pengujian uji F dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS. Dasar pengambilan keputusan dalam uji F didasarkan pada nilai signifikansi dari output SPSS. Jika nilai signifikansi  $<$  0,05 dan  $F$  hitung  $>$   $F$  tabel, maka variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji-f dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 7. Uji Simultan (Uji-F)**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1559.389	2	779.694	66.730	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1133.371	97	11.684		
	Total	2692.760	99			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan

Sumber: Analisis Data 2025

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai  $F$  hitung sebesar 66,730 dengan tingkat signifikansi  $<$  0,000. Nilai signifikansi ini jauh lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa  $F$  hitung 66,730  $>$   $F$  tabel 3,09. Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat.

### Pembahasan

#### **Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking BRImo***

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan BRImo ( $Y$ ). Hal ini ditunjukkan oleh nilai  $t$ -hitung sebesar 4,393 yang lebih besar dari  $t$ -tabel 1,660, serta nilai signifikansi 0,000  $<$  0,05, sehingga hipotesis pertama ( $H_1$ ) yang menyatakan bahwa persepsi

kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan BRImo dinyatakan diterima. Koefisien regresi sebesar 0,389 menunjukkan bahwa setiap peningkatan persepsi kemudahan sebesar 1% akan meningkatkan minat penggunaan BRImo sebesar 0,389%. Artinya, semakin mudah aplikasi BRImo digunakan, maka semakin tinggi pula minat nasabah untuk menggunakannya.

Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang juga membuktikan adanya pengaruh positif dan signifikan antara persepsi kemudahan penggunaan dengan minat adopsi teknologi. Penelitian oleh Wijaya dan Sri (2023), Nurvitasari dan Dwijayanti (2022), serta Singh dan Srivastava (2020) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan merupakan faktor utama yang mendorong seseorang untuk menerima dan menggunakan aplikasi digital, termasuk layanan *mobile banking*. Hasil serupa juga ditemukan oleh Tobuhu et al. (2022) dan Prastiawan et al. (2021), yang menegaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap pengguna (*attitude toward use*), yang selanjutnya berimplikasi pada peningkatan minat penggunaan.

Secara teoritis, hasil penelitian ini memperkuat kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989), di mana persepsi kemudahan penggunaan merupakan determinan penting dalam membentuk sikap dan minat terhadap penggunaan teknologi baru. Ketika pengguna merasa bahwa suatu sistem mudah dipelajari, jelas, dan tidak memerlukan usaha besar, mereka cenderung memiliki sikap positif dan niat yang lebih tinggi untuk mengadopsinya. Hal ini juga sejalan dengan teori perilaku konsumen menurut Kotler et al. (2018) yang menyatakan bahwa konsumen dalam proses pengambilan keputusan cenderung memilih produk yang lebih mudah dipahami dan digunakan.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat bukti empiris bahwa kemudahan penggunaan merupakan faktor krusial dalam meningkatkan minat nasabah terhadap layanan digital perbankan. Kemudahan navigasi, tampilan antarmuka yang sederhana, serta akses fitur yang jelas dan mudah dimengerti berkontribusi pada meningkatnya kenyamanan dan kepercayaan pengguna. Faktor-faktor tersebut tidak hanya mendorong minat awal untuk mencoba BRImo, tetapi juga membentuk pengalaman positif yang dapat meningkatkan loyalitas nasabah dalam penggunaan jangka panjang.

### **Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* BRImo**

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel persepsi kegunaan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan BRImo (Y). Hal ini ditunjukkan oleh nilai t-hitung sebesar 3,898 yang lebih besar dari t-tabel 1,660, serta nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga hipotesis kedua (H2) yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan BRImo dinyatakan diterima. Koefisien regresi sebesar 0,245 menunjukkan bahwa setiap peningkatan persepsi kegunaan sebesar 1% akan meningkatkan minat penggunaan BRImo sebesar 0,245%. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi manfaat yang dirasakan pengguna, semakin besar pula minat mereka dalam menggunakan layanan *mobile banking* BRImo.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang juga membuktikan pengaruh signifikan persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan teknologi digital. Penelitian yang dilakukan oleh Verawati et al. (2024) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan perbankan digital. Hasil serupa ditemukan oleh Sulmi et al. (2021), yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan menjadi faktor utama dalam keputusan pengguna untuk mengadopsi layanan berbasis teknologi. Sementara itu, Rizkyla et al. (2024) menemukan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan *perceived ease of use* dalam meningkatkan niat menggunakan aplikasi bank digital.

Secara teoritis, hasil penelitian ini memperkuat kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989), di mana persepsi kegunaan merupakan determinan utama dalam membentuk sikap dan minat terhadap penggunaan teknologi baru. Pengguna yang meyakini bahwa sistem memberikan manfaat nyata seperti efisiensi waktu, peningkatan produktivitas, dan kemudahan akses, akan cenderung memiliki minat yang lebih tinggi untuk menggunakannya. Temuan ini juga sejalan dengan Kotler dan Armstrong (2021) yang menjelaskan bahwa konsumen akan memilih produk yang memberikan nilai dan manfaat lebih besar dalam memenuhi kebutuhannya.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat bukti empiris bahwa persepsi kegunaan merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan minat nasabah terhadap penggunaan layanan digital perbankan. Manfaat yang dirasakan secara langsung seperti kemudahan transaksi, kecepatan layanan, dan fleksibilitas akses mendorong nasabah untuk terus menggunakan BRImo sebagai solusi utama dalam aktivitas keuangan sehari-hari. Pendekatan ini menunjukkan bahwa peningkatan persepsi kegunaan dapat menjadi strategi efektif bagi lembaga perbankan dalam memperluas adopsi layanan digital di kalangan masyarakat.

### **Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* BRImo**

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan (X1) dan persepsi kegunaan (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan BRImo (Y). Hal ini dibuktikan oleh nilai F-hitung sebesar 66,730 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa kedua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan BRImo dinyatakan diterima. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,579 menunjukkan bahwa sebesar 57,9% variasi minat nasabah dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sedangkan 42,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Secara parsial, variabel persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh dominan dengan koefisien regresi 0,389, dibandingkan dengan persepsi kegunaan sebesar 0,245. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan dalam mempelajari dan menggunakan aplikasi BRImo, serta kejelasan tampilan dan kemudahan bertransaksi, menjadi faktor utama yang mendorong minat nasabah. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun tingkat penggunaan BRImo di Kecamatan Bonepantai masih tergolong rendah, persepsi positif terhadap kemudahan dan manfaat aplikasi telah terbentuk di kalangan nasabah, sehingga peluang peningkatan adopsi masih terbuka lebar apabila sosialisasi dan edukasi dilakukan secara berkelanjutan.

Temuan ini sejalan dengan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989), bahwa *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* merupakan dua determinan utama yang memengaruhi penerimaan dan minat terhadap teknologi baru. Hasil penelitian ini juga didukung oleh studi sebelumnya yang dilakukan oleh Wijaya dan Sri (2023), Paramita dan Hidayat (2023), serta Nurdin et al. (2021) yang menyatakan bahwa kemudahan dan kebermanfaatan layanan digital perbankan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan.

Selain itu, hasil ini konsisten dengan teori perilaku konsumen yang dikemukakan oleh Kotler & Armstrong (2021) dan Supranto & Limakrisna (2011), yang menjelaskan bahwa keputusan konsumen dalam menggunakan suatu produk atau layanan dipengaruhi oleh kombinasi faktor psikologis, sosial, dan situasional. Kemudahan akses, tampilan yang sederhana, serta manfaat langsung yang dirasakan dalam kecepatan transaksi menjadi aspek penting dalam membentuk persepsi positif dan mendorong niat penggunaan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan berperan penting dalam membentuk minat nasabah, dan optimalisasi kedua faktor tersebut menjadi strategi utama dalam meningkatkan adopsi dan loyalitas terhadap layanan *mobile banking* BRImo.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah BRI di Bonepantai, maka dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 1, Hipotesis 2, dan Hipotesis 3 terbukti dan diterima. Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Minat nasabah menggunakan *mobile banking* BRImo terbukti kebenarannya, yang berarti semakin mudah BRImo digunakan, semakin tinggi minat nasabah untuk memanfaatkannya. Selanjutnya, Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa Persepsi Kegunaan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Minat nasabah menggunakan *mobile banking* BRImo juga terbukti dan diterima, menunjukkan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan, semakin tinggi minat penggunaan. Selain itu, Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1) dan Persepsi Kegunaan (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat nasabah menggunakan *mobile banking* BRImo juga terbukti dan diterima, sehingga dapat disimpulkan

bahwa kedua variabel tersebut memiliki peran penting dalam mendorong minat nasabah untuk mengadopsi layanan BRImo di BRI Unit Bonepantai.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada ruang lingkup yang hanya mencakup nasabah BRI Unit Bonepantai serta variabel yang terbatas pada persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan. Hasil penelitian ini belum dapat digeneralisasikan ke wilayah lain dengan karakteristik nasabah berbeda. Peneliti selanjutnya disarankan memperluas area penelitian, menambahkan variabel seperti kepercayaan atau keamanan, serta mempertimbangkan metode campuran untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai minat penggunaan *mobile banking*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bone Bolango. (2024). *Kecamatan Bonepantai Dalam Angka 2024*. <https://bonebolangokab.bps.go.id/id/publication/2024/09/26/dcdc44484fc29dec4ee223c3/kecamatan-bonepantai-dalam-angka-2024.html>
- Bank Rakyat Indonesia. (2024). *BRImo*. <https://bri.co.id/brimo>
- CNN Indonesia. (2025). *Pengguna Super Apps BRImo Tembus 38,61 Juta, Terbesar di Indonesia*. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20250119135530-625-1188872/pengguna-super-apps-brimo-tembus-3861-juta-terbesar-di-indonesia>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly: Management Information System*, 13(3), 319–339.
- Dorwi, M. I., Makatita, R. F., & Ballo, F. W. (2024). Implementasi Penggunaan Fitur Tarik Tunai Tanpa Kartu ATM Melalui Aplikasi BRI Mobile pada Masyarakat di Kota Kupang. *Journal of Business, Finance, and Economics (JBFE)*, 5(2), 115–128. <https://doi.org/10.32585/jbfe.v5i2.5712>
- Kotler, K., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18e Global Edition). Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T., & Leong, S. M. (2018). *Marketing Management an Asian Perspective*. Pearson Education.
- Latifah, S. W., & Khomariyah, H. (2020). Ease Of Use, Service Features And Information Security Risks Against Interest In Transactions Financial Technology During The Covid-19 Pan demic. *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*, 10(3), 572–583. <https://doi.org/10.22219/jrak.v10i3.14678>
- Lubis, S. Z., & Hamadi, M. F. (2025). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan Bsi Mobile Pada Bank Syariah Indonesia Kc Lubuk Pakam. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(1), 149–157.
- Nurdin, Ningrum, R., Bacmid, S., & Jalil, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3(1), 30–45. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v3i1.37.30-45>
- Nurvitasari, E., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Grab (Studi Pada Pengguna Aplikasi Grab Fitur Grabfood). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1472–1481. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1472-1481>
- Paramita, D. A., & Hidayat, A. (2023). The effect of perceived ease of use, perceived usefulness, and perceived benefits on interest in using Bank Syariah Indonesia mobile banking. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147- 4478), 12(5), 1–9. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v12i5.2643>
- Prastiawan, D. I., Aisjah, S., & Rofiaty, R. (2021). The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Social Influence on the Use of Mobile Banking through the Mediation of Attitude Toward Use. *Asia Pacific Management and Business Application*, 009(03), 243–260. <https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2021.009.03.4>
- Rizkylya, Z., Meuthia, R. F., & Rosita, I. (2024). The Influence of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Trust as Intervening Variables on Interest in Using Digital Banks among Millennial Generation (Gen Y) & Generation Z (Gen Z). *Jurnal Riset Akuntansi Politala*, 7(1), 94–107. <https://doi.org/10.34128/jra.v7i1.272>

- Rosanti, N., & Bombar, I. S. (2024). Analysis of Customer Reinterest in Transactions using the BRImo Application. *Proceeding of International Conference on Business and Banking Innovations*, 6, 255–261.
- Singh, S., & Srivastava, R. K. (2020). Understanding the intention to use mobile banking by existing online banking customers: an empirical study. *Journal of Financial Services Marketing*, 25(3–4), 86–96. <https://doi.org/10.1057/s41264-020-00074-w>
- Siregar, S. (2013). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulmi, A. A. K., Awaluddin, M., Gani, I., & Kara, M. (2021). Pengaruh persepsi kegunaan, kemudahan, dan keamanan terhadap minat menggunakan layanan Mobile Banking (studi empiris pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam uin alauddin makassar). *Islamic Banking, Economic and Financial Journal*, 1(2).
- Supranto, J., & Limakrisna, N. (2011). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran untuk Memenangkan Persaingan Binsis*. Mitra Wacana Media.
- Tobuhu, M. A., Machmud, R., & Rahman, E. (2022). Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan M-Banking (Studi Pada Bank BNI Cabang Gorontalo). *JAMBURA*, 5(2). <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Wijaya, J. P., & Sri, D. (2023). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Pada UMKM di Kota Palembang. *Jurnal Informasi Akuntansi*, 2(1), 1–18.