

# ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI RESISTENSI TERHADAP LAYANAN *MOBILE BANKING*

Made Dona Wahyu Aristana<sup>1</sup>, Wing Wahyu Winarno<sup>2</sup>, Eko Nugroho<sup>3</sup>

Jurusan Teknik Elektro dan Teknologi Informasi  
Fakultas Teknik  
Universitas Gadjah Mada Yogyakarta

<sup>1</sup>[made.mti.16a@ugm.ac.id](mailto:made.mti.16a@ugm.ac.id), <sup>2</sup>[wing@ugm.ac.id](mailto:wing@ugm.ac.id), <sup>3</sup>[nugroho@ugm.ac.id](mailto:nugroho@ugm.ac.id)

## Abstrak

*Layanan mobile banking merupakan bagian dari electronic banking atau e-banking. Penerimaan atau adopsi terhadap layanan mobile banking masih tergolong rendah. Rendahnya penerimaan terhadap layanan mobile banking karena adanya resistensi dari nasabah. Oleh sebab itu, resistensi perlu untuk dipahami dan dikendalikan. Pemahaman tentang resistensi diharapkan dapat membantu industri perbankan dalam mengembangkan strategi yang tepat untuk mengurangi terjadinya resistensi. Penelitian ini menggunakan model yang dikembangkan oleh Ram dan Sheth (1989), yang sering disebut dengan lima hambatan terhadap penerimaan. Penelitian ini menambahkan beberapa variabel, seperti hambatan informasi, pengaruh sosial serta karakteristik demografi yaitu jenis kelamin, umur, dan pendidikan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hambatan penggunaan, hambatan nilai, hambatan resiko, dan pengaruh sosial mempunyai pengaruh positif terhadap resistensi. Sedangkan hambatan tradisi, hambatan gambaran, hambatan informasi dan karakteristik demografi yaitu jenis kelamin, umur, dan pendidikan tidak berpengaruh terhadap resistensi layanan mobile banking.*

**Kata Kunci:** resistensi, hambatan, inovasi, *mobile banking*, PLS.

## 1. Pendahuluan

Layanan *mobile banking* merupakan bagian dari *electronic banking* atau *e-banking*. Kemampuan layanan *mobile banking* hampir sama dengan *Automated Teller Machine* (ATM), hanya saja tidak dapat melakukan penarikan tunai. Melalui layanan *mobile banking*, nasabah dapat mengakses layanan yang diberikan oleh bank seperti manajemen *account*, permintaan informasi, pemindahan dana, atau pembayaran tagihan (El Badrawy, dkk., 2012). Dengan menggunakan layanan *mobile banking* nasabah dapat melakukan transaksi perbankan di mana saja dan kapan saja. Nasabah tidak perlu lagi datang ke bank atau ATM untuk sekedar mengecek saldo atau memindahkan dana.

Terlepas dari manfaat dari menggunakan layanan *mobile banking*, penerimaan atau adopsi terhadap layanan *mobile banking* masih rendah. Rendahnya penerimaan terhadap layanan *mobile banking* dikarenakan adanya resistensi dari nasabah (Rammile dan Nel, 2012). Hal yang sama juga disampaikan oleh Cheng, dkk. (2014) bahwa resistensi terhadap layanan *mobile banking* menyebabkan layanan *mobile banking* kurang dikenal. Resistensi

menyebabkan penggunaan terhadap layanan *mobile banking* berjalan lambat dan tidak sesuai yang diharapkan. Oleh sebab itu, resistensi perlu untuk dipahami dan dikendalikan. Pemahaman tentang resistensi dan faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya resistensi sangat diperlukan, agar menjadi lebih efisien dalam upaya meningkatkan dan mengidentifikasi daya saing serta produktifitas (Dunphy dan Herbig, 1995). Hal ini nantinya dapat dijadikan bahan evaluasi dan memberikan wawasan terhadap pola pikir nasabah, agar bank dapat mengembangkan strategi yang tepat untuk dapat menurunkan resistensi serta meningkatkan layanan *mobile banking*.

## 2. Tinjauan Pustaka dan Landasan Teori

### 2.1 Tinjauan Pustaka

Inovasi adalah ide, praktek atau objek yang dianggap baru oleh individu atau kelompok pengguna (Rogers, 1983). Resistensi menyebabkan nasabah menolak atau menunda untuk menggunakan layanan *mobile banking* (Patsiotis, dkk., 2012). Ram dan Sheth (1989) mengidentifikasi dua kategori utama penyebab resistensi terhadap inovasi yaitu, hambatan fungsional (*functional barrier*) dan hambatan psikologi (*psychological barrier*). Hambatan fungsional terdiri dari hambatan penggunaan (*usage barrier*), hambatan nilai (*value barrier*) dan hambatan resiko (*risk barrier*). Hambatan tradisi (*tradition barrier*) dan hambatan gambaran (*image barrier*) mengacu pada hambatan psikologi.

Penelitian tentang resistensi menggunakan model Ram dan Sheth (1989) pernah dilakukan oleh Laukkanen (2008). Dalam penelitiannya ditemukan bahwa hambatan penggunaan (*usage barrier*) dan hambatan gambaran (*image barrier*) adalah faktor yang paling berpengaruh terhadap resistensi layanan *mobile banking*. Laukkanen (2010) meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk tidak memakai layanan *mobile banking*, dengan memodifikasi model yang dikembangkan oleh Ram dan Sheth (1989), dengan menambahkan variabel karakteristik demografi yaitu jenis kelamin, umur, pendapatan dan pendidikan. Penelitian yang dilakukan oleh Cruz, dkk. (2008) juga memodifikasi model yang dikembangkan oleh Ram dan Sheth (1989), dengan menambahkan variabel karakteristik demografi yaitu jenis kelamin, umur dan pendidikan.

Laukkanen, dkk. (2007) meneliti peran informasi terhadap hambatan penerimaan, dengan menjadikan hambatan informasi sebagai hambatan yang keenam dari lima hambatan yang dikembangkan oleh Ram dan Sheth (1989). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Cheng, dkk. (2014) menemukan pengaruh sosial (*social influence*) secara tidak langsung mempengaruhi resistensi terhadap

layanan *mobile banking*. Penambahan variabel pengaruh sosial didasarkan karena penelitian sebelumnya belum menjelaskan pengaruh sosial terhadap resistensi layanan *mobile banking* secara lebih detail.

Penelitian ini menggunakan model yang dikembangkan oleh Ram dan Sheth (1989) yang sering disebut lima hambatan terhadap penerimaan (*five barrier adoption*) yang dimodifikasi. Dengan menambahkan variabel hambatan informasi (*information barrier*), pengaruh sosial (*social influence*) serta variabel karakteristik demografi yaitu jenis kelamin (*gender*), umur (*age*), dan pendidikan (*education*). Penambahan variabel didasari oleh pengaruh variabel tersebut terhadap resistensi.

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Layanan *Mobile Banking*

Cruz, dkk. (2010) mendefinisikan layanan *mobile banking* sebagai istilah yang digunakan untuk transaksi perbankan menggunakan perangkat *mobile* seperti ponsel atau *smartphone*. Menurut Lin (2013) layanan *mobile banking* adalah *internet banking* menggunakan peralatan *mobile*, yang dikenal sebagai *m-banking*, *mbanking* atau *SMS banking*. Khan dan Khan (2012) mendefinisikan layanan *mobile banking* sebagai layanan perbankan yang menggunakan peralatan *mobile* dengan *Wireless Application Protocol* (WAP) atau tanpa menggunakan WAP. Sedangkan *internet banking* adalah layanan transaksi perbankan yang dilakukan menggunakan seperangkat komputer atau *laptop* dengan menggunakan jaringan internet. Namun, saat ini memungkinkan untuk mengakses layanan *internet banking* menggunakan perangkat *mobile*. Yang sering disebut sebagai *mobile internet banking* (Purwanegara, dkk., 2014). Kekurangan dari layanan *internet banking* adalah harus selalu terhubung dengan jaringan internet, agar dapat melakukan transaksi perbankan.

Layanan *mobile banking* pertama kali diperkenalkan pada awal tahun 2000 dengan menggunakan *Short Messaging Service* (SMS) dan *Wireless Application Protocol* (WAP) atau *General Packet Radio Service* (GPRS) (Dasgupta, dkk., 2011). Pada awal kemunculannya penggunaan WAP kurang diterima, karena mempunyai kecepatan yang lebih lambat serta layar yang lebih kecil dibandingkan dengan menggunakan *internet banking* pada perangkat komputer atau *laptop*. Berbeda dengan menggunakan SMS, yang dianggap lebih murah serta lebih cepat untuk digunakan dalam transaksi perbankan. Selain menggunakan SMS dan WAP, bank juga menawarkan layanan *mobile banking*

menggunakan *SIM Application Toolkit (SIM-Toolkit* atau SAT). SAT adalah standar GSM untuk berkomunikasi antara kartu SIM dan perangkat *mobile* (Peevers, dkk., 2008). Merupakan sebuah solusi untuk menyimpan aplikasi *mobile banking* pada kartu SIM. Pada kartu SIM terdapat menu-menu yang dapat dipilih untuk melakukan transaksi perbankan. Namun, tidak semua kartu SIM dapat digunakan. Jika nasabah ingin menggunakan SAT, harus mengganti kartu SIM yang lama dengan kartu SAT (Cano dan Domenech-Asensi, 2011).

Bagi pengguna *smartphone* seperti iOS, Blackberry atau Android dapat mengunduh aplikasi *mobile banking* yang disediakan oleh bank. Aplikasi *mobile banking* merupakan *SMS banking* yang menggunakan menu dalam perintah transaksi (Bank Mega, 2013; BNI, 2012; BRI, 2012). Menggunakan aplikasi *mobile banking* dianggap lebih mudah dibandingkan dengan menggunakan SMS atau *internet banking*. Hal itu karena pada aplikasi *mobile banking* sudah terdapat menu-menu yang dapat dipilih ketika melakukan transaksi perbankan serta tidak harus selalu terhubung dengan jaringan internet. Setiap bank mempunyai antar muka grafis serta fitur-fitur yang berbeda. Hal ini dikarenakan aplikasi *mobile banking* tidak mempunyai standar khusus, sehingga setiap bank bebas menambahkan atau mengurangi fitur-fitur sesuai kebutuhan. Nasabah mengenal aplikasi *mobile banking* sebagai Mobile Banking atau m-Banking (Puspito, 2012). Layanan *mobile banking* pada penelitian ini berkaitan dengan aplikasi Mobile Banking. Peralatan *mobile* yang digunakan adalah *smartphone*.

### 2.2.2 Lima Hambatan Terhadap Penerimaan

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ram dan Sheth (1989) menunjukkan pandangan yang lebih luas terhadap resistensi dengan menjelaskan fenomena tersebut melalui hambatan yang mencegah atau menghambat penerimaan dengan lima hambatan terhadap penerimaan (*five barrier adoption*). Menurut Ram dan Sheth (1989) terdapat dua kategori utama penyebab resistensi, yaitu hambatan fungsional (*functional barrier*) dan hambatan psikologis (*psychological barrier*). Hambatan fungsional (*functional barrier*) terdiri dari hambatan penggunaan (*usage barrier*), hambatan nilai (*value barrier*), dan hambatan resiko (*risk barrier*). Sedangkan hambatan psikologi (*psycological barrier*) terdiri dari hambatan tradisi (*tradition barrier*), dan hambatan gambaran (*image barrier*).

Hambatan penggunaan (*usage barrier*) muncul ketika sebuah inovasi tidak sesuai dengan alur kerja, praktek atau kebiasaan pengguna, karena

dibutuhkan lebih banyak usaha untuk belajar dan memanfaatkan inovasi (Ram dan Sheth, 1989). Dalam konteks teknologi hambatan penggunaan berkaitan dengan kerumitan (*complexity*) (Laukkanen, dkk., 2009). Kerumitan (*complexity*) mengacu pada sejauh mana persepsi nasabah untuk dapat mengerti dan menggunakan suatu teknologi (Gerrard dan Cunningham, 2003). Semakin rumit atau sulit suatu teknologi, akan menyebabkan keengganan untuk menggunakan teknologi tersebut. Ketika nasabah merasakan layanan *mobile banking* rumit untuk digunakan, maka nasabah akan beralih menggunakan transaksi perbankan yang lain. Dalam layanan *mobile banking*, hambatan penggunaan dihubungkan dengan ukuran yang kecil dari perangkat *mobile*, termasuk layar dan *keypad* yang kecil, sehingga sulit untuk digunakan dan menghambat penggunaan layanan *mobile banking* (Laukkanen dan Cruz, 2009).

Hambatan nilai (*value barrier*) muncul ketika suatu teknologi tidak menawarkan kinerja yang sesuai dengan harga, dibandingkan dengan yang lain (Ram dan Sheth, 1989). Pengguna merasa tidak mendapat keuntungan jika menggunakan teknologi tersebut, disebut juga keuntungan relatif (*relative advantage*). Keuntungan relatif dipengaruhi oleh persepsi kebutuhan dan biaya (Ram dan Sheth, 1989; Rammile dan Nel, 2012). Ketika nasabah merasakan keuntungan menggunakan layanan *mobile banking* cukup besar, maka nasabah cenderung menerima layanan *mobile banking* meskipun kebutuhan yang dirasakan kecil (Gerrard dan Cunningham, 2003). Sedangkan, ketika nasabah merasakan layanan *mobile banking* lebih mahal dibandingkan dengan layanan perbankan yang lain, maka resistensi nasabah terhadap layanan *mobile banking* akan tinggi (Rammile dan Nel, 2012).

Hambatan resiko (*risk barrier*) berkaitan dengan tingkat resiko yang dirasakan oleh nasabah (Ram dan Sheth, 1989). Semakin besar resiko yang dirasakan, maka keinginan untuk menggunakan layanan *mobile banking* akan semakin berkurang (Cruz, dkk., 2010). Dalam layanan *mobile banking*, resiko dipersepsikan nasabah dapat berupa gagalnya transaksi perbankan karena *smartphone* tiba-tiba mati. Selain itu *smartphone* lebih sering hilang dibandingkan dengan perangkat komputer atau *laptop*. Sehingga menyebabkan kekhawatiran pada nasabah akan kemungkinan hilangnya *smartphone* dan *account* bank disalahgunakan oleh orang yang tidak bertanggung jawab (Laukkanen, 2008).

Hambatan tradisi (*tradition barrier*) terjadi ketika suatu inovasi menyebabkan perubahan terhadap tradisi atau rutinitas sehari-hari nasabah

(Ram dan Sheth, 1989). Ketika rutinitas sehari-hari dianggap penting oleh nasabah maka hambatan tradisi akan tinggi. Beberapa nasabah memilih melakukan transaksi dengan datang langsung ke bank dibandingkan menggunakan layanan *mobile banking*. Karena, nasabah merasa interaksi sosial lebih penting (Laukkanen, 2008). Beberapa nasabah juga menolak menggunakan layanan *mobile banking* karena terbiasa menggunakan ATM (Kleijnen, dkk., 2009).

Hambatan gambaran (*image barrier*) berasal dari persepsi seseorang terhadap suatu inovasi (Ram dan Sheth, 1989). Ketika meneliti tentang resistensi inovasi, gambaran (citra) digunakan untuk mengira-ngira suatu produk (Kleijnen, dkk., 2009). Hambatan gambaran merupakan persepsi positif atau negatif terhadap suatu produk, perusahaan, merek, negara asal, atau kesulitan dalam menggunakan teknologi baru, yang mungkin menjadi kendala terhadap penerimaan inovasi dalam hal ini adalah layanan *mobile banking* (Cruz, dkk., 2010). Dalam kasus inovasi teknologi, hambatan gambaran mungkin berasal dari pandangan negatif terhadap teknologi baru (Laukkanen dan Cruz, 2009).

### 2.2.3 Hambatan Informasi

Kurangnya informasi yang diberikan oleh pihak bank menyebabkan terjadinya resistensi (Laukkanen, dkk., 2007). Kurangnya informasi memunculkan keragu-raguan nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Tanpa adanya informasi yang baik, nasabah tidak akan memahami tentang layanan *mobile banking* atau mungkin tidak mengetahui tentang adanya layanan *mobile banking*. Nasabah merasa khawatir jika melakukan kesalahan karena tidak cukup mendapat informasi mengenai layanan *mobile banking* (Kuisma, dkk., 2007).

### 2.2.4 Pengaruh Sosial

Pengaruh sosial (*social influence*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang individu mempersepsikan kepentingan yang dipercaya oleh orang lain yang akan mempengaruhinya untuk menggunakan sistem yang baru (Jogiyanto, 2007). Pengaruh sosial dapat mempengaruhi penerimaan, namun juga dapat mempengaruhi resistensi (Kim dan Kankanhalli, 2009). Pandangan sosial yang negatif terhadap layanan *mobile banking* dapat mempengaruhi kepercayaan nasabah (Cheng, dkk., 2014). Keluarga atau teman tidak menggunakan layanan *mobile banking*, dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk ikut tidak menggunakan layanan *mobile banking* (Iddris, 2013).

### 2.2.5 Karakteristik Demografi

Karakteristik demografi yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis kelamin, umur, dan pendidikan.

Jenis kelamin merupakan salah satu karakteristik demografi yang paling banyak dipelajari dalam konteks layanan elektronik. Laki-laki mempunyai kemungkinan menggunakan layanan *mobile banking* lebih besar dibandingkan perempuan (Laukkanen, 2010; Cruz, dkk., 2008). Menurut El Badrawy dan El Aziz (2011) laki-laki lebih terbuka terhadap teknologi dibandingkan perempuan.

Selain jenis kelamin, umur juga ditemukan berpengaruh terhadap resistensi layanan *mobile banking*. Nasabah yang memiliki umur lebih dari 55 tahun cenderung lebih sulit menerima teknologi baru dibandingkan yang berumur di bawah 55 tahun. Semakin meningkatnya umur akan menyebabkan semakin berkurangnya kemampuan pengelihatian atau memproses informasi.

Pendidikan menjadi faktor penting terhadap resistensi layanan *mobile banking*. Semakin tinggi pendidikan, kemampuan untuk belajar dan beradaptasi menjadi lebih cepat. Menurut Karjalouto, dkk. (2002) pengguna layanan *internet banking* adalah nasabah yang relatif muda dan berpendidikan tinggi. Di pihak lain, penelitian yang dilakukan oleh Laukkanen, dkk. (2008) menemukan resistensi terhadap layanan *mobile banking* lebih tinggi pada nasabah yang mempunyai pendidikan rendah.

## 2.3 Hipotesis

Penelitian ini menguji variabel-variabel yang menyebabkan terjadinya resistensi terhadap layanan *mobile banking*. Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini, sebagai berikut.

- [H1]: Hambatan penggunaan mempunyai pengaruh terhadap resistensi.
- [H2]: Hambatan nilai mempunyai pengaruh terhadap resistensi.
- [H3]: Hambatan resiko mempunyai pengaruh terhadap resistensi.
- [H4]: Hambatan tradisi mempunyai pengaruh terhadap resistensi.
- [H5]: Hambatan gambaran mempunyai pengaruh terhadap resistensi.
- [H6]: Hambatan informasi mempunyai pengaruh terhadap resistensi.
- [H7]: Pengaruh sosial mempunyai pengaruh terhadap resistensi.
- [H8]: Jenis kelamin mempunyai pengaruh terhadap resistensi.
- [H9]: Umur mempunyai pengaruh terhadap resistensi.
- [H10]: Pendidikan mempunyai pengaruh terhadap resistensi.

### 3. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dengan pengambilan data menggunakan pendekatan survei. Kuesioner digunakan sebagai alat pengumpul data yang pokok. Pertanyaan yang digunakan menggunakan skala *likert*, dengan interval nilai 1 (satu) sampai 5 (lima). Nilai 1 (satu) sangat tidak setuju sedangkan nilai 5 (lima) sangat setuju. Kuesioner disebarakan ke pada responden yang merupakan sampel dari populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah bank BNI dan bank BRI yang tidak menggunakan layanan *mobile banking*, namun mengetahui tentang layanan *mobile banking* di Yogyakarta. Bank BNI dan BRI dipilih karena kedua bank tersebut cukup besar dan mempunyai nasabah yang cukup banyak dari berbagai kalangan dan profesi.

Bank BRI mempunyai nasabah paling banyak diantara bank yang lain yaitu sebesar 33.000.000 nasabah, kemudian diikuti oleh bank BNI yaitu sebesar 11.772.000 (Tim Biro Riset Infobank, 2011). Selain itu bank BRI dan BNI dipandang mewakili bank lain baik dalam hal segmen pasar, dan pangsa pasar. Responden yang dipilih berumur antara 18-60 tahun, karena pada umur tersebut responden dianggap dapat mengerti dan menjawab kuesioner yang diberikan dengan baik. Pada penelitian ini akan dipilih sampel 150 nasabah sebagai sampel, dengan metode *simple random sampling*. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan model *Partial Least Square* (PLS). PLS adalah analisis persamaan struktural (SEM) berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran dan model struktural (Jogiyanto, 2011).

### 4. Hasil dan Pembahasan

#### 4.1 Deskripsi Responden

Responden penelitian ini berjumlah 150, yang merupakan pengguna *smartphone* dan merupakan nasabah dari bank BNI atau BRI. Responden penelitian ini didominasi oleh pria sebanyak 80 responden, sedangkan wanita sebanyak 70 responden. Berdasarkan umur responden diklasifikasi ke dalam empat bagian yaitu, reponden yang berumur 18-25 tahun, berumur 26-35 tahun, berumur 36-45 tahun, dan responden yang berumur 46-60 tahun. Responden terbanyak berumur di antara 18-25 tahun yaitu sebanyak 52 responden atau 34%. Diikuti oleh responden yang berumur 36-45 tahun sebanyak 36 responden atau 24%. Responden yang berumur 26-35 tahun sebanyak 34 responden atau 23%. Sedangkan sisanya adalah kelompok responden yang berumur 46-60 tahun sebesar 28 respoden atau 19%.

Berdasarkan jenjang pendidikan responden terdiri dari lima kategori yaitu: pendidikan SMA atau sederajat, D1/D2/D3, S1, dan S2/S3. Pendidikan terakhir responden terbanyak adalah S1 sebesar 75 responden atau 50%. Diikuti yang berpendidikan SMA sebanyak 31 responden atau 21%. Responden yang berpendidikan S2/S3 sebanyak 23 responden atau 15% dan yang berpendidikan D1/D2/D3 sebanyak 21 atau 14%.

## 4.2 Pengujian Hipotesis

Pada tahap selanjutnya dilakukan uji hipotesis. Pengujian hipotesis dilakukan untuk menjawab apakah hipotesis yang telah dibuat dapat diterima atau ditolak. Suatu hipotesis dapat diterima jika nilai *t-statistics* lebih besar dari 1,96. Penentuan nilai 1,96 dihitung berdasarkan tingkat keyakinan sebesar 95% sehingga *error* yang kemungkinan terjadi maksimal 5 % atau *t-table* bernilai 1,96. Hasil lengkap pengujian hipotesis dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1** Path coefficients (Mean, SDTEF, T-Value)

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>Standard Error (STERR)</i>	<i>T-Statistics ( O /STERR)</i>	Hipotesis
HP -> RS	0.2079	0.1998	0.0785	0.0785	2.6482	Diterima
HN -> RS	0.2559	0.2371	0.0823	0.0823	3.1090	Diterima
HR -> RS	0.2513	0.2471	0.0906	0.0906	2.7745	Diterima
PS -> RS	0.1961	0.2014	0.0958	0.0958	2.0471	Diterima
HT -> RS	0.1455	0.1421	0.0959	0.0959	1.5163	Ditolak
HG -> RS	0.1471	0.1437	0.0943	0.0943	1.5591	Ditolak
HI -> RS	-0.1486	-0.1039	0.1004	0.1004	1.4801	Ditolak
JK -> RS	-0.0059	-0.0037	0.0756	0.0756	0.0788	Ditolak
TP -> RS	-0.0349	-0.0343	0.0828	0.0828	0.4219	Ditolak
UM -> RS	0.1340	0.1345	0.0810	0.0810	1.6548	Ditolak

Sumber: Data primer yang diolah (2015)

## 4.3 Pembahasan

Dari hasil analisis yang ditunjukkan pada Tabel 1, maka hasil pengujian yang diperoleh sebagai berikut.

Dari sepuluh hipotesis yang diuji, terdapat enam hipotesis yang ditolak. Penolakan itu disebabkan oleh nilai *t-statistics* yang di bawah 1,96. Hambatan tradisi, hambatan gambaran, hambatan informasi, dan karakteristik demografi berupa jenis kelamin, umur dan pendidikan ditemukan tidak berpengaruh terhadap resistensi.

Terdapat empat hipotesis yang diterima. Hambatan penggunaan ditemukan berpengaruh terhadap resistensi. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah masih merasa kesulitan untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Kesulitan yang dirasakan nasabah karena menganggap layanan *mobile banking* rumit dan tidak nyaman untuk digunakan. Kesulitan yang dirasakan adalah ukuran dari layar dan *keypad smartphone* yang kecil, sehingga nasabah sulit untuk melakukan transaksi. Hal tersebut dapat dibandingkan dengan menggunakan ATM atau *internet banking* yang mempunyai layar yang cukup besar, yang memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi.

Hambatan nilai ditemukan berpengaruh terhadap resistensi. Hal ini berarti nasabah menganggap bahwa layanan *mobile banking* tidak menguntungkan. Meskipun bank tidak mengenakan biaya untuk setiap transaksi yang dilakukan, namun operator seluler tetap mengenakan biaya untuk setiap transaksi yang dilakukan oleh nasabah. Besar biaya yang dikenakan berbeda-beda, tergantung operator seluler yang digunakan.

Hambatan resiko ditemukan berpengaruh terhadap resistensi. Hal ini mengindikasikan bahwa dalam menggunakan layanan *mobile banking* masih dianggap lebih beresiko dibandingkan dengan layanan perbankan yang lain. Resiko yang mungkin ada antara lain resiko kehilangan PIN, gagal melakukan transaksi atau kesalahan dalam melakukan pemindahan dana. Selain itu nasabah juga khawatir *smartphone* hilang atau dicuri dan *account* bank disalahgunakan orang yang tidak bertanggung jawab.

Pengaruh sosial ditemukan berpengaruh terhadap resistensi. Pandangan atau pendapat negatif mengenai layanan *mobile banking* dari orang terdekat nasabah (teman atau keluarga) dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk tidak menggunakan layanan *mobile banking*.

## 5. Penutup

Dari hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa nasabah menganggap layanan *mobile banking* sulit untuk digunakan. Nasabah juga menganggap layanan *mobile banking* tidak menguntungkan karena dianggap lebih mahal dari pada layanan perbankan yang lain. Selain itu, layanan *mobile banking* dinilai lebih beresiko, karena *smartphone* lebih mudah hilang. Di sisi lain, pandangan atau pendapat negatif orang terdekat nasabah (teman atau keluarga) terhadap layanan *mobile banking* dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk tidak menggunakan layanan *mobile banking*.

## Daftar Pustaka

- Bank Mega, 2013. *E-Banking*. [Online] Available at: <https://www.bankmega.com/e-banking.php/> [Accessed 12/04/2015].
- BNI, 2012. *BNI SMS Banking*. [Online] Available at: <http://www.bni.co.id/BankingService/PriorityBanking/LayananBNIEBanking/BNISMSBanking.aspx> [Accessed 12/04/2015]
- BRI, 2012. *SMS Banking BRI*. [Online] Available at: <http://www.bri.co.id/articles/83/> [Accessed 12/04/2015].
- Cano, M.D. & Domenech-Asensi, G., 2011. A secure energy-efficient m-banking application for mobile devices. *Journal of Systems and Software*, 84(11), pp.1899-1909.
- Cheng, S., Lee, S.J. & Lee, K.R., 2014. User resistance of mobile banking in China: focus on perceived risk. *International Journal of Security and Its Applications*, 8(2), pp.167-172.
- Cruz, P., Barretto Filgueiras Neto, L., Muñoz-Gallego, P. & Laukkanen, T., 2010. Mobile banking rollout in emerging markets: evidence from Brazil. *International Journal of Bank Marketing*, 28(5), pp.342-371.
- Cruz, P., Laukkanen, T. & Muñoz, P., 2008. Effect of Demographic and Usage variables on M-Banking Resistance. *Proceedings of Australian and New Zealand Marketing Academy Conference (ANZMAC)*, Sydney.
- Dasgupta, S., Paul, R. & Fuloria, S., 2011. Factors affecting behavioral intentions towards mobile banking usage: Empirical evidence from India. *Romanian Journal of Marketing*, (1), p.6.
- Dunphy, S. & Herbig, P.A., 1995. Acceptance of innovations: The customer is the key!. *The Journal of High Technology Management Research*, 6(2), pp.193-209.
- El Badrawy, R. & El Aziz, R.A., 2011. Resistance to mobile banking adoption in Egypt: A cultural perspective. *International Journal of Managing Information Technology*, 3(4), p.9.
- El Badrawy, R., El Aziz, R.A. & Hamza, M., 2012. Towards an Egyptian Mobile Banking Era. *Computer Technology and Application*, 3(11), pp.765-773.
- Gerrard, P. & Cunningham, J.B., 2003. The diffusion of internet banking among Singapore consumers. *International Journal of Bank Marketing*, 21(1), pp.16-28.
- Iddris, F., 2013. Barriers to Adoption of Mobile banking: Evidence from Ghana. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 3(7), p.356.
- Jogiyanto, H.M., 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Erlangga

- Jogiyanto, H.M., 2011. *Konsep dan Aplikasi Structural Equation Modeling Berbasis Varian dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Karjaluoto, H., Mattila, M. & Pentto, T., 2002. Factors underlying attitude formation towards online banking in Finland. *International Journal of Bank Marketing*, 20(6), pp.261-272.
- Khan, M.Z.A. & Khan, S., 2012. Internet versus mobile banking: a study of Peshawar city (Pakistan). *Journal of Internet Banking and Commerce*, 17(3), pp.1-13.
- Kim, H.W. & Kankanhalli, A., 2009. Investigating user resistance to information systems implementation: A status quo bias perspective. *Mis Quarterly*, 33(3), pp.567-582.
- Kleijnen, M., Lee, N. & Wetzels, M., 2009. An exploration of consumer resistance to innovation and its antecedents. *Journal of Economic Psychology*, 30(3), pp.344-357.
- Kuisma, T., Laukkanen, T. & Hiltunen, M., 2007. Mapping the reasons for resistance to Internet banking: A means-end approach. *International Journal of Information Management*, 27(2), pp.75-85.
- Laukkanen, T., Sinkkonen, S. & Laukkanen, P., 2007, December. Information as a barrier to innovation adoption. In *Proceedings of ANZMAC (Australian and New Zealand Marketing Academy) Conference, Dunedin, New Zealand* (pp.3062-3068).
- Laukkanen, T., 2008, December. Determinants of mobile banking resistance: A preliminary model. In *Proceedings of ANZMAC (Australian and New Zealand Marketing Academy) Conference, Sydney, Australia*.
- Laukkanen, T., 2010. *What determines mobile banking non-adoption?*. [Online] Available at: [http://www.anzmac.org/conference\\_archive/2010/pdf/ANZMAC10Final00387.pdf](http://www.anzmac.org/conference_archive/2010/pdf/ANZMAC10Final00387.pdf) [Accessed 12/04/2015].
- Laukkanen, T., Sinkkonen, S., Laukkanen, P. & Kivijarvi, M., 2008. Segmenting bank customers by resistance to mobile banking. *International Journal of Mobile Communications*, 6(3), pp.309-320.
- Laukkanen, T., Sinkkonen, S. & Laukkanen, P., 2009. Communication strategies to overcome functional and psychological resistance to Internet banking. *International Journal of Information Management*, 29(2), pp.111-118.
- Laukkanen, T. & Cruz, P., 2008. Comparing consumer resistance to mobile banking in Finland and Portugal. In *e-Business and Telecommunications* (pp. 89-98). Springer Berlin Heidelberg.
- Lin, H.F., 2013. Determining the relative importance of mobile banking quality factors. *Computer Standards & Interfaces*, 35(2), pp.195-204.

- Patsiotis, A.G., Hughes, T. & Webber, D.J., 2012. Adopters and non-adopters of internet banking: a segmentation study. *International Journal of Bank Marketing*, 30(1), pp.20-42.
- Peevers, G., Douglas, G. & Jack, M.A., 2008. A usability comparison of three alternative message formats for an SMS banking service. *International Journal of Human-Computer Studies*, 66(2), pp.113-123.
- Purwanegara, M., Apriningsih, A. & Andika, F., 2014. Snapshot on Indonesia regulation in mobile internet banking users attitudes. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 115, pp.147-155.
- Puspito, H., 2012. *M-Banking vesus SMS banking di mata nasabah*. [Online] Available at: <http://www.infobanknews.com/2012/01/m-banking-versus-sms-banking-di-mata-nasabah/> [Accessed 15/04/2015].
- Ram, S. & Sheth, J.N., 1989. Consumer resistance to innovations: the marketing problem and its solutions. *Journal of Consumer Marketing*, 6(2), pp.5-14.
- Rammile, N. & Nel, J., 2012. Understanding resistance to cell phone banking adoption through the application of the technology acceptance model (TAM). *African Journal of Business Management*, 6(1), p.86.
- Rogers, E., 1983. *Diffusion of Innovations*, 3<sup>rd</sup> edition. New York: The Free Press.
- Tim Biro Riset Infobank, 2011. *Jumlah nasabah 10 bank besar*. [Online] Available at: <http://www.infobanknews.com/2011/11/36445/> [Access 21/09/2014].

Halaman ini memang sengaja dikosongkan