

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan sistem teknologi informasi yang begitu pesat telah banyak mengubah pola kehidupan dalam segala bidang industri, termasuk industri keuangan. Seperti halnya dengan teknologi yang terus mengalami evolusi, sistem transaksi pun mengalami perubahan yang sangat signifikan. Menurut Shaukat dan Zarullah (2010), pengguna teknologi informasi paling banyak adalah dari sektor keuangan, terutama perbankan. Ini disebabkan karena pihak perbankan perlu memproses berbagai macam data elektronik tidak hanya di satu tempat, tetapi menjangkau hingga seluruh Indonesia bahkan dunia. Perusahaan perbankan di Indonesia terus melakukan inovasi dengan memanfaatkan perkembangan teknologi (Imamah dan Safira, 2021).

Perubahan pola konsumsi masyarakat ke arah digital mendorong perbankan mengakselerasi proses transformasi menuju layanan perbankan digital. Hal ini sejalan dan sesuai dengan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2018 tentang penyelenggaraan layanan perbankan digital. Transformasi industri perbankan merupakan jawaban terhadap fenomena perkembangan *financial technology (fintech)* dan revolusi teknologi digital (*4th revolution industry-digital industry*) (Maulidya dan Afifah, 2021). Tuntutan akan layanan digitalisasi perbankan ini diperkuat oleh penggunaan internet di Indonesia yang tinggi.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) dari hasil Survei Susenas 2021, bahwa 62.10% populasi Indonesia telah mengakses internet di tahun 2021. Tingginya penggunaan internet ini mencerminkan iklim keterbukaan informasi dan penerimaan masyarakat terhadap perkembangan teknologi dan perubahan menuju masyarakat informasi. Internet (*Interconnection Networking*) merupakan seluruh jaringan yang saling terhubung secara fisik dan memiliki kemampuan untuk membaca dan menguraikan protokol komunikasi sehingga memungkinkan terjalinnya komunikasi dan interaksi antara satu dengan yang lain di seluruh dunia tanpa dibatasi oleh ruang, waktu, tenaga, dan biaya (Fitria, *et al.*, 2021).

Tingginya pengguna internet tidak terlepas dari perkembangan telepon seluler dalam satu dekade ini. Berdasarkan data Susenas tahun 2021, persentase penduduk di Indonesia yang telah memiliki/menguasai telepon seluler tercatat sekitar 65,87 %. Nilai ini jauh meningkat jika dibandingkan dengan kondisi tahun 2011 yang baru mencapai 39,19 %. Hal ini juga dimanfaatkan oleh industri perbankan sebagai wujud nyata penggunaan layanan teknologi keuangan dengan meluncurkan inovasi dalam layanan *E-Banking (Electronic Banking)* yakni *Mobile Banking*.

Otoritas Jasa Keuangan menyebutkan bahwa *Mobile Banking* merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau *smartphone*. Layanan *Mobile Banking* dapat digunakan dengan menggunakan menu yang sudah tersedia pada SIM (*Subscriber Identity Module*) Card, USSD (*Unstructured Supplementary Service Data*), atau melalui aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh nasabah. *Mobile Banking*

menawarkan kemudahan jika dibandingkan dengan SMS *banking* karena nasabah tidak perlu mengingat format pesan SMS yang akan dikirimkan ke bank dan juga nomor tujuan SMS *banking*.

Kemudahan dalam bertransaksi melalui *m-banking* mendapatkan sambutan positif oleh nasabah sebagai penghantaran otomatis produk dan jasa bank secara langsung yang dapat mengakses rekening, bertransaksi, ataupun mendapatkan informasi produk dan jasa layanan bank kapan saja dan dimana saja hanya melalui *smartphone* tanpa harus datang ke kantor layanan bank maupun ATM (*Automatic Teller Machine*). Hal ini juga sejalan dengan konsep layanan *digital banking* yang semakin mendukung layanan perbankan yang efektif dan efisien serta sangat relevan dengan kondisi dimana internet sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat saat ini.

Melihat adanya potensi besar akan layanan *m-banking* bagi pelanggan dan masyarakat umum, PT Bank Pembangunan Daerah Bali atau Bank BPD Bali sebagai salah satu lembaga keuangan di Bali telah meluncurkan layanan *E-Banking* yang bernama BPD Bali *Mobile Banking* pada tahun 2015. Layanan BPD Bali *Mobile Banking* memiliki beberapa benefit disetiap fiturnya seperti, transaksi mudah, cepat, dan aman, transaksi *real time online* seperti transfer dana, transaksi tanpa kartu (*Cardless*), rekening yang ditampilkan pada BPD Bali *Mobile* lebih dari 1 (satu) (*single CIF*), transfer *by QR* untuk transfer antar rekening BPD Bali menggunakan QR, simpan daftar pembayaran, transaksi QRIS, dan fasilitas daftar transfer.

Dalam menunjang kenyamanan bertransaksi melalui BPD Bali *Mobile Banking*, aplikasi BPD Bali *Mobile Banking* dilengkapi dengan sistem keamanan berupa *User ID*, dan *password* sebagai autentikasi awal ketika *login* pada aplikasi. Sama seperti kebanyakan aplikasi *Mobile Banking* yang telah ada, layanan aplikasi BPD Bali *Mobile Banking* juga meminta *mobile pin* sebagai autentikasi setiap akan melakukan transaksi. *Mobile pin* tersebut berbeda dengan *password* yang digunakan saat *login* aplikasi. Hal ini untuk menghindarkan dari penyalahgunaan transaksi oleh pihak-pihak yang tidak diinginkan. Oleh karena itu, segala bentuk kode keamanan yang digunakan sebagai autentikasi harus dijaga kerahasiannya dengan baik agar terhindar dari hal-hal tidak diinginkan.

Berikut ini merupakan data pengguna BPD Bali *Mobile Banking* beserta frekuensi dan nilai transaksional nasabah pada Bank BPD Bali dari tahun 2017 sampai dengan 2021.

Tabel 1.1
Jumlah Pengguna *Mobile Banking*, Frekuensi dan Nilai Transaksional Bank BPD Bali

No.	Tahun	Pengguna <i>Mobile Banking</i>	Transaksi melalui <i>M-Banking</i>	
			Frekuensi	Nilai Transaksi (Rp)
1	2017	26.007	64.129	49.555.366.872
2	2018	47.518	228.011	225.824.447.164
3	2019	71.360	354.691	378.786.984.398
4	2020	109.790	514.452	514.697.457.272
5	2021	147.926	743.171	760.575.874.689

Sumber: Bank BPD Bali (2021)

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa dalam kurun waktu lima tahun terakhir ini jumlah pengguna serta frekuensi dan nilai transaksional melalui *Mobile Banking* terus tumbuh seiring dengan percepatan digitalisasi yang dilakukan oleh Bank BPD Bali. Pada tahun 2017, jumlah pengguna *M-banking* mencapai 26.007, kemudian meningkat di 2018 menjadi 47.518, meningkat lagi di 2019 menjadi 71.360, tahun 2020 mencapai 109.790 dan tahun 2021 mencapai 147.926 pengguna.

Peningkatan ini juga disertai dengan frekuensi transaksi pengguna *M-Banking* yang terus bertambah dari tahun ke tahun, tercatat dari tahun 2017 jumlah frekuensi transaksi mencapai 64.129 dengan nilai transaksional 49.555.366.872, kemudian meningkat di 2018 menjadi 228.011 nilai transaksional sebesar 225.824.447.164, meningkat lagi di 2019 menjadi 354.691 dengan nilai transaksional 378.786.984.398, tahun 2020 sebesar 514.452 nilai transaksional 514.697.457.272 dan tahun 2021 jumlah frekuensi transaksi pengguna *M-Banking* sebesar 743.171 dengan nilai transaksional sebesar Rp. 760.575.874.689. Jika dilihat dari jumlah pengguna *Mobile Banking* lonjakan pertumbuhan terjadi pada tahun 2019-2020 sebesar 38.430, yang diikuti dengan pertumbuhan frekuensi 159.761 dan nilai transaksional sebesar Rp 135.910.472.874,00 hal ini diakibatkan pandemi *covid-19* yang telah melanda Indonesia dan Bali pada khususnya sehingga berdampak pada seluruh kegiatan masyarakat. Adanya kebijakan *sosial distancing* dan *phisycal distancing* menjadikan perubahan kegiatan masyarakat termasuk pada layanan keuangan untuk bertransaksi secara non tunai (Latifahi et al., 2022).

Walapun layanan *M-banking* memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi pengguna, bukan berarti sistem *M-banking* tidak ada celah bagi kejahatan di dunia maya (*cyber crime*), perbankan dituntut untuk lebih protektif utamanya terkait layanan digital yang dimiliki. *Indonesia Anti-Phising Data Exchange* atau disingkat IDADX mengungkapkan laporan terbaru tren *phising domain.id* yang terjadi di Indonesia. Hasilnya, tren *phising* mengalami peningkatan pada kuartal 2 tahun 2022. Menurut Otoritas Jasa Keuangan *phising* merupakan tindakan meminta (memancing) pengguna komputer untuk mengungkapkan informasi rahasia dengan cara mengirimkan pesan penting palsu, dapat berupa *e-mail*, *website*, atau komunikasi elektronik lainnya. IDADX menyebutkan bahwa pada kuartal kedua (Q2) terdapat sebanyak 5.579 laporan *phishing*, di mana sektor bisnis yang paling banyak menjadi sasaran, yaitu lembaga / layanan keuangan. Angka ini meningkat 1.637 laporan *phishing* dibandingkan kuartal 1 tahun 2022.

Ini menunjukkan bahwa untuk mengetahui keberhasilan suatu sistem dapat dilihat dari beberapa faktor yang berpengaruh terhadap efektivitas sistem tersebut sehingga dapat memenuhi kepuasan pengguna sistem (Riantama, *et al.*, 2020). Kepuasan pengguna merupakan suatu respon yang ditimbulkan oleh pengguna setelah menggunakan sistem informasi. Respon tersebut dapat berupa hal yang positif (perasaan senang) maupun negatif (keluhan). Berdasarkan *reviews* pengguna *mobile banking* melalui *platform* distribusi aplikasi *Appstore* (bagi pengguna IOS) dan *Playstore* (bagi pengguna Android) memberikan respon yang beraneka ragam diantaranya kemudahan dalam transaksi pembayaran, aplikasi yang mudah digunakan, dan *user friendly*. Namun terdapat juga *reviews* yang

dituliskan tentang keluhan dari aplikasi seperti *bug* pada aplikasi, *rute* koneksi yang tiba-tiba terputus, belum adanya fitur pendukung *face id* untuk *login*, dan perlu adanya penambahan beberapa fitur seperti akses untuk pembayaran layanan belanja *online*.

Selain itu, di Bank BPD Bali sendiri tercatat hingga Oktober 2022 sebanyak 15 laporan keluhan/pengaduan nasabah terkait tindakan penipuan *online phishing*. Rata-rata pengaduan yang disampaikan dengan modus mengaku sebagai pihak bank untuk mendapat data-data pribadi nasabah dan mengirimkan tautan *link* melalui media sosial seperti *facebook* untuk mendapatkan data pribadi *mobile banking* nasabah. Ini didukung oleh laporan IDADX pada kuartal 2 tahun 2022 yang mengungkapkan bahwa *facebook* menempati urutan teratas sebagai organisasi / *brand* yang menjadi sasaran serangan *phishing*. Hal tersebut menyebabkan pengguna layanan *mobile banking* mulai ragu akan keamanan aplikasi itu sendiri. Jika hal ini terus terjadi maka akan menurunkan tingkat kepercayaan pengguna aplikasi *mobile banking* Bank BPD Bali.

Kepercayaan merupakan kesediaan pelanggan untuk mempercayai atau mengandalkan merek dalam situasi risiko karena adanya harapan bahwa merek tersebut mampu memberikan hal positif (Lau dan Lee,1999). Sehingga kepercayaan menjadi prediktor yang sangat penting dimana, kepercayaan dan kepuasan merupakan variabel antara yang dapat menimbulkan keinginan pelanggan untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan perusahaan. Selain itu, pelanggan yang percaya akan memiliki rasa keyakinan yang tinggi akan sistem tersebut, sehingga keputusan untuk menggunakan sistem tersebut akan semakin

terbuka dan kepuasan nantinya akan dirasakan oleh pengguna terlebih sistem yang digunakan menyangkut transaksi keuangan.

Kepercayaan juga menjadi bagian tak terpisahkan didalam sistem informasi layanan, sehingga tingkat kepercayaan dapat membuat seseorang konsisten terhadap sesuatu yang dianggap sesuai dengan harapan, termasuk juga dapat terciptanya loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan adalah kunci utama dari perusahaan untuk menang dalam persaingan, baik dalam perusahaan jasa maupun perusahaan barang (Tjiptono, 2002). Hal ini sejalan dengan penelitian yang diungkapkan oleh Dehghanpouri *et al.*, (2020) bahwa kepuasan pelanggan secara signifikan dipengaruhi oleh persepsi kualitas layanan. Kepuasan pelanggan, pada gilirannya, secara signifikan dipengaruhi oleh kepercayaan. Sebaliknya, hasil penelitian Meida, *et al.*, (2022) mengungkapkan kepercayaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, artinya ketika kepercayaan para pelanggan naik atau turun, maka kepuasan pelanggan tidak mengalami perubahan atau tetap.

Untuk itu, di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat perusahaan harus mampu terus melakukan inovasi dan meningkatkan kualitas sistem, kualitas informasi serta kualitas layanan sebagai bentuk dukungan transformasi layanan perbankan digital. Kualitas sistem (*system quality*) merupakan kualitas dari kombinasi *hardware* dan *software* dalam sistem informasi. Fokusnya adalah performa dari sistem, dengan merujuk pada seberapa baik kemampuan perangkat keras, perangkat lunak, kebijakan, dan prosedur dari sistem informasi dapat menyediakan informasi sesuai kebutuhan pengguna (DeLone dan McLean, 1992).

Banyak penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan sistem teknologi informasi salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh DeLone dan McLean mengenai kualitas informasi, kualitas sistem, dan kualitas layanan yang memiliki hubungan yang positif terhadap kepuasan pengguna (DeLone dan McLean, 2003). Namun, di beberapa penelitian lain masih ditemukan hasil penelitian yang tidak konsisten dalam pengukuran keberhasilan kualitas sistem dengan menggunakan pendekatan model dari DeLone dan McLean termasuk penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas sistem berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna *m-banking* (Tam dan Oliveira, 2017), hasil penelitian yang sama juga mengatakan bahwa kualitas sistem memiliki efek positif pada kepuasan pengguna (Abbas *et al.*, 2018) sebaliknya hasil penelitian lain menyatakan kualitas sistem tidak berhubungan secara signifikan dengan kepuasan pengguna (Damabi *et al.*, 2018).

Kualitas informasi (*information quality*) merupakan *output* yang dihasilkan oleh sistem informasi yang digunakan. Kualitas informasi dapat berupa hasil *output* informasi tersebut mudah dimengerti, akurasi, kelengkapan, dan waktu yang tepat (DeLone dan Mclean, 2003). Terkait dengan kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna, hasil penelitian Rahi dan Ghani (2019) menunjukkan bahwa kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Jaafreh (2017) bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara kualitas informasi dan kepuasan pengguna, namun ini bertolak belakang dengan yang diungkapkan oleh Damabi, *et al.*, (2018)

kualitas informasi tidak berhubungan secara signifikan dengan kepuasan pengguna.

Kualitas layanan (*service quality*) merupakan pelayanan yang diperoleh pengguna dari pengembang sistem informasi, layanan dapat berupa update sistem informasi dan respon dari pengembang jika sistem informasi mengalami masalah. Dalam hubungan antara kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna hasil penelitian dari Sobari *et al.*, (2022) mengungkapkan bahwa kualitas layanan memiliki efek positif pada kepuasan pengguna dan hal ini selaras dengan yang diungkapkan oleh Abbas, *et al.*, (2018) yakni kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Namun, sebaliknya hasil penelitian Riantama, *et al.*, (2020) mengungkapkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna aplikasi *Fintech*.

Kesenjangan hasil penelitian (*researchgap*) ini merupakan masalah penting dalam merancang model penelitian, dimana selain kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas layanan terdapat variabel lain yang dipertimbangkan dalam mempengaruhi kepuasan pengguna yakni tingkat kepercayaan pengguna aplikasi *Mobile Banking* karena kepercayaan merupakan faktor yang sangat penting dalam sistem transaksi keuangan. Sehingga tingkat pencapaian kesuksesan suatu sistem informasi sangat penting untuk dipahami bagi kemajuan perusahaan. Berdasarkan permasalahan tersebut diatas maka perlu dilakukan kajian empiris tentang “Determinan Kepuasan Pengguna Mobile Banking: Perspektif Modifikasi Model Delone & Mclean”.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian masalah pada latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. Apakah kualitas sistem berpengaruh terhadap kepuasan pengguna *Mobile Banking* Bank BPD Bali?
2. Apakah kualitas informasi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna *Mobile Banking* Bank BPD Bali?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna *Mobile Banking* Bank BPD Bali?
4. Apakah kepercayaan dapat memoderasi hubungan antara kualitas sistem, terhadap kepuasan pengguna *Mobile Banking* Bank BPD Bali?
5. Apakah kepercayaan dapat memoderasi hubungan antara kualitas informasi, terhadap kepuasan pengguna *Mobile Banking* Bank BPD Bali?
6. Apakah kepercayaan dapat memoderasi hubungan antara kualitas layanan, terhadap kepuasan pengguna *Mobile Banking* Bank BPD Bali?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas sistem berpengaruh terhadap kepuasan pengguna *Mobile Banking* Bank BPD Bali.
2. Untuk mengetahui kualitas informasi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna *Mobile Banking* Bank BPD Bali.
3. Untuk mengetahui kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna *Mobile Banking* Bank BPD Bali.

4. Untuk mengetahui kepercayaan dapat memoderasi hubungan antara kualitas sistem, terhadap kepuasan pengguna *Mobile Banking* Bank BPD Bali.
5. Untuk mengetahui kepercayaan dapat memoderasi hubungan antara kualitas informasi, terhadap kepuasan pengguna *Mobile Banking* Bank BPD Bali.
6. Untuk mengetahui kepercayaan dapat memoderasi hubungan antara kualitas layanan, terhadap kepuasan pengguna *Mobile Banking* Bank BPD Bali.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Dapat memberikan gambaran secara teoritis mengenai pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi, serta kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna *Mobile Banking* Bank BPD Bali.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi perusahaan, dapat memberikan masukan untuk meningkatkan serta memelihara kualitas sistem, kualitas informasi, serta kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna *Mobile Banking* Bank BPD Bali.
2. Bagi karyawan, dapat digunakan sebagai pedoman dalam meningkatkan kinerja, khususnya dalam memberikan layanan kepada nasabah serta memiliki *Risk Awareness* (Budaya Risiko) pada setiap tahapan prosedur *Mobile Banking*.

3. Bagi masyarakat pada umumnya dan mahasiswa khususnya, bahwa hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya khususnya dibidang manajemen pemasaran.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Model Kesuksesan Sistem Informasi DeLone dan McLean

Dalam penelitian tentang keberhasilan suatu sistem teknologi informasi memang telah banyak dilakukan oleh peneliti, ini dikarenakan teknologi yang terus berkembang sehingga penting untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh dalam keberhasilan sistem teknologi informasi tersebut. Jogiyanto (2007) menyebutkan bahwa banyak model pengukuran dapat digunakan untuk mengukur keberhasilan suatu sistem informasi. Pemilihan pengukuran harus mempertimbangkan beberapa aspek, seperti sasaran dari penelitian, konteks organisasi yang menggunakan, aspek dari sistem informasinya, dan variabel-variabel independen yang digunakan untuk menilai kesuksesannya, metode risetnya, dan tingkat analisisnya pada tingkat individual, organisasi, atau masyarakat.

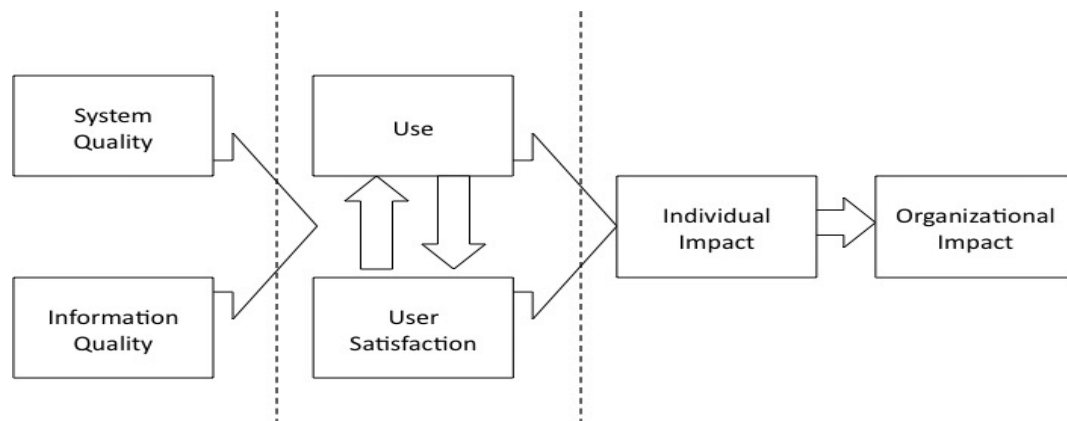
Salah satu penelitian yang terkenal adalah penelitian yang dilakukan oleh William H. DeLone dan Ephraim R. McLean pada tahun 1992 yang berhasil mengembangkan model sistem teknologi informasi yang dikenal dengan *D&M IS Success Model*. *DeLone & McLean IS Success Model* merupakan model yang digunakan dengan tujuan mengevaluasi faktor - faktor yang mempengaruhi kesuksesan suatu sistem informasi dari perspektif pengguna (Yulinda *et al.*, 2022). Teori tentang model kesuksesan DeLone dan Mclean ini dinilai sebagai model yang

sederhana, jelas, dan lengkap untuk mengukur sebuah kesuksesan sistem informasi. Model kesuksesan Delone & Mclean (1992) menyatakan bahwa kesuksesan dari suatu sistem informasi dapat direpresentasikan oleh enam karakteristik variabel. Keenam variabel tersebut saling berhubungan dan dapat mewakili dari sebuah sistem informasi. Adapun enam variabel tersebut terdiri dari:

1. Kualitas sistem (*System quality*) digunakan untuk mengukur kualitas sistem teknologi informasi.
2. Kualitas informasi (*Information quality*) digunakan untuk mengukur kualitas *output* dari sistem informasi.
3. Penggunaan (*Use*) adalah penggunaan *output* suatu sistem oleh penerima / pemakai.
4. Kepuasan pengguna (*User satisfaction*) adalah suatu respon pengguna terhadap penggunaan *output* sistem informasi.
5. Dampak individu (*Individual impact*) adalah efek dari informasi terhadap perilaku pengguna.
6. Dampak organisasi (*Organizational impact*) adalah pengaruh dari informasi terhadap kinerja organisasi.

Model tersebut menjelaskan bahwa kualitas sistem akan mempengaruhi penggunaan sistem dan kepuasan pengguna. Kualitas informasi juga akan mempengaruhi penggunaan serta kepuasan pengguna. Penggunaan dan kepuasan pengguna pada akhirnya akan mempengaruhi dampak individu, dan akumulasi dari dampak individu tersebut akan mempengaruhi dampak organisasi. Sehingga dapat disimpulkan semakin tinggi kualitas informasi dan kualitas sistem mampu

meningkatkan kepuasan pengguna dan meningkatkan produktivitas individual maupun organisasi. Enam variabel tersebut saling berpengaruh satu sama lain, William H. DeLone dan Ephraim R. McLean mengatakan bahwa jika salah satu dari ke enam variabel tersebut mengalami kegagalan, maka seluruh kesuksesan suatu sistem akan terganggu. Berikut ini merupakan model keberhasilan Delone



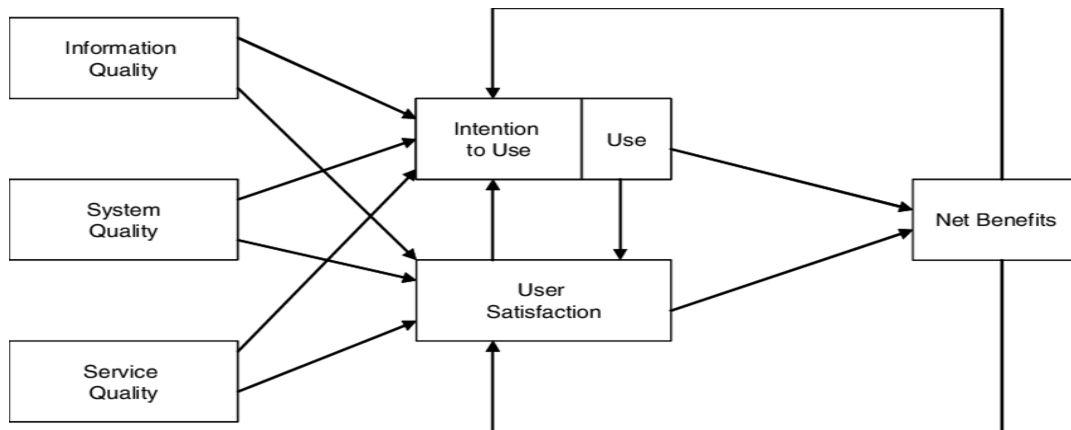
dan Mclean tahun 1992.

Sumber : Delone dan Mclean (1992)

Gambar 2.1
Model Kesuksesan Delone dan Mclean (1992)

Pada tahun 2003 William H. DeLone dan Ephraim R. McLean melakukan penyempurnaan pada model sebelumnya dengan menyesuaikan perkembangan teknologi. Adapun perubahan yang dilakukan tersebut yakni dengan menambahkan variabel kualitas layanan (*service quality*), menggabungkan variabel dampak organisasional dan variabel dampak individual menjadi variabel manfaat bersih (*net benefit*), menambahkan suatu aspek keinginan untuk menggunakan (*intention to use*) pada variabel pengguna (*use*) untuk mengukur perilaku pengguna dan menambahkan umpan balik dari variabel manfaat bersih

(*net benefit*) ke variabel penggunaan (*use*) dan kepuasan pengguna (*user satisfaction*) yang dapat digambarkan seperti gambar dibawah ini (DeLone dan McLean, 2003).



Sumber : Delone dan Mclean (2003)

Gambar 2.2
Model *Update* Delone dan Mclean (2003)

Pada model revisi ini, William H. DeLone dan Ephraim R. McLean menyebutkan bahwa ada enam variabel yang mempengaruhi kesuksesan suatu sistem. Adapun keenam variabel tersebut antara lain:

1. *Information Quality* menjelaskan mengenai karakteristik dari *output* yang dihasilkan seperti informasi yang dihasilkan jelas, konsisten dan relevan.
2. *System Quality* menjelaskan mengenai karakteristik dari sistem informasi yang digunakan seperti *system flexibility*, *reliability*, dan *ease of use*.
3. *Service Quality* membahas mengenai kualitas layanan yang akan diterima oleh pengguna sistem seperti *responsiveness*, *accuracy*, dan *reliability of service*.

4. *Intention to use* menjelaskan mengenai tingkat dan cara yang dilakukan pengguna dalam memanfaatkan kemampuan sebuah sistem informasi seperti tingkat jumlah penggunaan, keseringan penggunaan, serta kebutuhan penggunaan.
5. *User Satisfaction* menjelaskan mengenai respon atau tanggapan pengguna terhadap layanan yang diberikan oleh sistem seperti *user interface* dan *user experience*.
6. *Net Benefits* menjelaskan mengenai dampak, hasil dan manfaat yang diberikan sistem terhadap kebutuhan pengguna.

Berdasarkan pemaparan diatas dapat diketahui bahwa model Delone dan Mclean mengalami perubahan dan modifikasi, hal ini menunjukkan bahwa model dapat dimodifikasi sesuai kebutuhan dan kondisi penelitian.

Dalam penelitian ini dilakukan modifikasi model kesuksesan Delone dan Mclean yang digunakan untuk mengukur respon kepuasan pengguna dalam layanan aplikasi *Mobile Banking*. Adapun variabel yang digunakan sebagai pengukuran yaitu sebanyak lima variabel yang terdiri dari empat variabel merujuk pada model *update* kesuksesan Delone dan Mclean yakni kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan yang digunakan sebagai pengukuran yang sesuai pada layanan aplikasi *mobile banking* dan sekaligus berperan sebagai variabel independen.

Kepuasan pengguna sebagai pengukuran yang tepat terhadap respon/tanggapan terhadap layanan yang diberikan dari layanan aplikasi *Mobile Banking* sekaligus berperan sebagai variabel dependen. Selain itu, ditambahkan

juga satu variabel yakni kepercayaan yang berperan sebagai variabel moderasi. Kepercayaan menjadi bagian yang tidak terpisahkan didalam sistem informasi layanan karena kesediaan pengguna dalam mempercayai atau mengandalkan suatu produk yang mampu memberikan hal positif (Lau dan Lee,1999) sehingga kepercayaan dan kepuasan pengguna erat hubungannya dalam bisnis jangka panjang suatu perusahaan

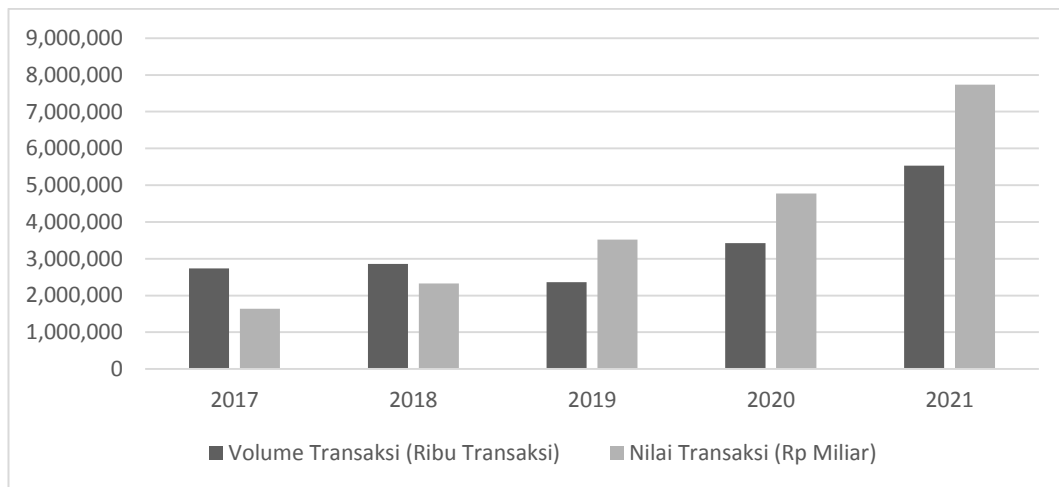
2.1.2 *Mobile Banking*

Kehadiran sistem teknologi informasi dalam industri perbankan menyebabkan perubahan aktivitas pada layanan keuangan. Menurut (Styarini dan Riptiono 2020) kemajuan teknologi ini dimanfaatkan oleh lembaga perbankan untuk menunjang keberhasilan operasional bank. Adanya perubahan ke arah digital pada layanan perbankan menuntut bank untuk menciptakan suatu inovasi layanan yang memberikan kemudahan akses dan fleksibilitas seperti layanan *Mobile Banking*. Selain menciptakan keuntungan bagi nasabah, *Mobile Banking* memungkinkan bank dapat melakukan kinerja yang optimal dalam menawarkan layanan hemat biaya dan meningkatkan efektivitas layanan (Anjani dan Muklis, 2022).

Menurut Ikatan Bankir Indonesia bahwa *Mobile Banking* adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon selular/handphone GSM (*Global for Mobile Communication*) dengan menggunakan SMS (*Short Message Service*). *Mobile Banking* menawarkan beragam fitur-fitur layanan yakni layanan informasi (saldo, mutasi rekening, tagihan kartu kredit, suku bunga, dan lokasi

cabang/ATM terdekat); dan layanan transaksi, seperti transfer, pembayaran tagihan (listrik, air, pajak, kartu kredit, asuransi, internet), pembelian (pulsa, tiket), dan berbagai fitur lainnya. Untuk menggunakan *Mobile Banking*, nasabah harus mendaftarkan diri (registrasi) terlebih dahulu ke bank untuk mendapatkan password. Nasabah dapat memanfaatkan layanan *Mobile Banking* dengan cara mengakses menu yang telah tersedia pada *SIM Card* atau aplikasi yang terinstal di ponsel.

Apabila nasabah menggunakan *Mobile Banking* melalui menu yang telah tersedia pada *SIM Card*, nasabah dapat memilih menu sesuai kebutuhan kemudian nasabah akan diminta untuk menginputkan PIN *SMS Banking* saat menjalankan transaksi. Sedangkan apabila nasabah menggunakan *Mobile Banking* melalui aplikasi yang terinstal di ponsel, nasabah harus mengunduh dan menginstal aplikasi pada telepon seluler terlebih dahulu. Pada saat membuka aplikasi tersebut, nasabah harus memasukkan password untuk login, kemudian nasabah dapat memilih menu transaksi yang tersedia dan diminta memasukkan PIN saat menjalankan transaksi (Otoritas Jasa Keuangan, 2015).



Sumber : Statistik Bank Indonesia (2022)

Gambar 2.3
Volume dan Nilai Transaksi *Mobile Banking*

Berdasarkan laporan statistik dari Bank Indonesia menunjukkan bahwa volume dan nilai transaksi *Mobile Banking* terus mengalami kenaikan selama lima tahun terakhir sejak tahun 2017 hingga tahun 2021. Volume transaksi *Mobile Banking* meningkat dari 2.733.830 di tahun 2017 menjadi 5.534.245 pada tahun 2021. Meningkatnya volume transaksi *Mobile Banking* juga diikuti dengan kenaikan pada nilai transaksi dari semula Rp 2.328.703 miliar di tahun 2017 meningkat hingga Rp 7.730.865 miliar pada tahun 2022. Hal ini didukung oleh hasil survey dari Youth Finsight Survey (2018) menyebutkan bahwa milenial memiliki potensi besar dalam layanan keuangan digital dimana 95% mempunyai *smartphone* dan 49% telah menggunakan *internet banking* (Otoritas Jasa Keuangan, 2021).

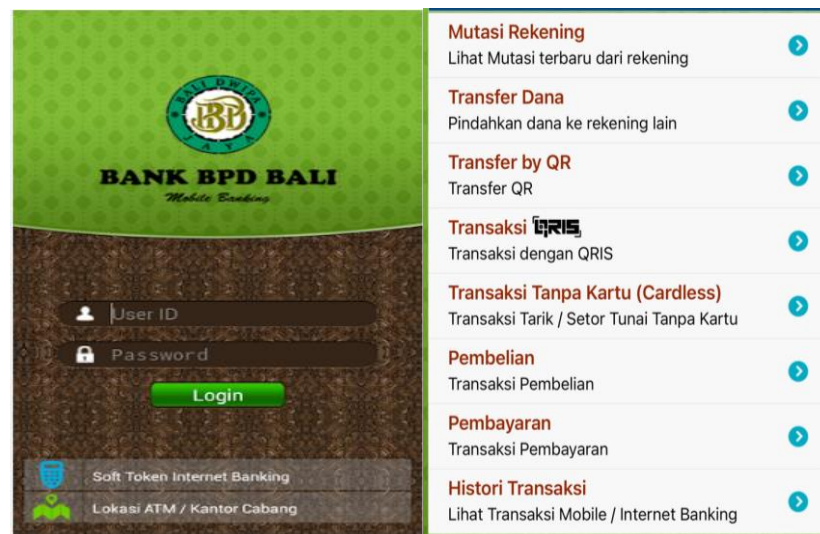
2.1.3 BPD Bali *Mobile Banking*

Perbankan menurut Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Sedangkan bank menurut Undang-Undang nomor 10 tahun 1998 didefinisikan sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. PT Bank Pembangunan Daerah Bali, selanjutnya disebut Bank BPD Bali atau Perseroan, adalah sebuah perseroan terbatas yang menyelenggarakan kegiatan usaha di bidang perbankan. Bank BPD Bali didirikan pada tanggal 5 Juni 1962. Bank BPD Bali adalah bank pemerintah Provinsi Bali yang memiliki aktivitas nasional dan internasional yang turut berperan dalam pembangunan yakni mensukseskan program pemerintah, serta untuk menumbuhkan perekonomian dengan fokus melayani Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan memberikan bantuan kredit terhadap UMKM, dan selalu akan menjadi tumpuan bagi ketahanan perekonomian Bali.

Bank BPD Bali sebagai salah satu perbankan di Bali terus menerus melakukan terobosan serta inovasi dalam memberikan layanan perbankan kepada nasabah. Peran teknologi informasi menjadi hal yang sangat penting mengingat penggunaan jaringan internet yang semakin meningkat. Dengan memanfaatkan teknologi informasi Bank diharapkan mampu memberikan layanan kepada nasabah tanpa batasan tempat dan waktu serta dengan biaya seminimal mungkin guna memberikan kenyamanan maksimal kepada nasabah. Peningkatan penggunaan teknologi informasi ini mengarahkan Bank dalam suatu era baru yaitu

era perbankan digital. Salah satu layanan perbankan yang memanfaatkan teknologi informasi ini yaitu *Mobile Banking*.

Mobile Banking atau yang dikenal dengan *m-banking* merupakan layanan yang diberikan oleh bank, dimana nasabah dapat melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau *smartphone*. *M-Banking* adalah fasilitas transaksi perbankan dengan kemudahan akses maupun kecepatan memperoleh informasi terkini dan transaksi secara *real time*. Layanan *m-banking* dapat diakses oleh nasabah perorangan melalui telepon seluler (ponsel) nasabah yang memiliki teknologi GPRS (*General Packet Radio Service*) (Akob dan Zulfikry, 2022). Dengan menggunakan layanan *m-banking* memungkinkan nasabah untuk melakukan sejumlah besar transaksi perbankan kapan saja dari mana saja. Efek “kapan saja dan di mana saja” berperan penting dalam efisiensi dan efektivitas pelaksanaan tugas perbankan (Tam dan Oliveira, 2017). Melihat kemudahan dan kenyamanan serta efisiensi yang dapat diberikan kepada nasabah maka pada tahun 2015 Bank BPD Bali meluncurkan layanan *E-Banking* yang bernama BPD Bali *Mobile Banking*. Berikut merupakan tampilan aplikasi BPD Bali *Mobile Banking* pada gambar 2.4 dibawah ini.



Sumber : Bank BPD Bali

Gambar 2.4
Tampilan Aplikasi dan Fitur Layanan BPD Bali *Mobile Banking*

Fitur-fitur dari layanan BPD Bali *Mobile Banking* antara lain transaksi *real time online*, layanan informasi (saldo, mutasi rekening, histori, dan lokasi kantor cabang/ATM terdekat, layanan transfer dana (internal, antar bank, SKNBI, BI RTGS dan BI FAST), pembayaran tagihan (listrik, air, telpon), QRIS, transaksi *cardless*, pembelian pulsa, *top up dompet digital*, dan berbagai fitur lainnya. Adapun benefit yang dimaksud dari fitur-fitur tersebut yang pertama transaksi mudah, cepat, dan aman yaitu nasabah dapat melakukan transaksi keuangan hanya melalui *smartphone/tablet* kapan saja dan dimana saja dengan dilengkapi fitur keamanan seperti *user id*, *password* dan *mobile pin*. Yang kedua transaksi *real time online* merupakan fitur dari BPD Bali *Mobile Banking* yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi keuangan secara langsung seperti *transfer* (mengirim uang), menerima uang, serta memantau transaksi dan saldo rekening

pada saat itu juga. Yang ketiga transaksi tanpa kartu (*Cardless*) yaitu nasabah dapat melakukan transaksi tarik/setor tunai tanpa kartu dan cukup menggunakan nomor handphone dan kode *voucher*.

Yang keempat rekening yang ditampilkan pada BPD Bali *Mobile* lebih dari 1 (satu) (single CIF) yang artinya semua rekening yang dimiliki nasabah akan muncul pada tampilan BPD Bali *Mobile Banking* baik itu rekening Giro, Tabungan, Deposito maupun Kredit. Yang kelima transfer *by QR* untuk transfer antar rekening BPD Bali menggunakan QR yaitu fitur dengan *scan barcode* untuk memudahkan nasabah yang hendak melakukan transfer sesama Bank BPD Bali tanpa harus mencantumkan nomor rekening. Yang keenam simpan daftar pembayaran merupakan fitur untuk transaksi pembayaran berikutnya, sehingga nasabah tidak perlu menginput nomor ID pelanggan karena sudah tersimpan dalam daftar pembayaran. Yang ketujuh transaksi QRIS, nasabah dapat melakukan transaksi pembayaran di seluruh merchant/outlet berlogo QRIS GPN yang diterbitkan oleh perbankan/*fintech* seperti (OVO, Gopay, Dana, LinkAja, dan sebagainya). Yang kedelapan fasilitas daftar transfer, telah terdaftar nomor rekening tujuan (baik transfer sesama Bank BPD Bali maupun ke Bank lain) sehingga cukup sekali nasabah melakukan pendaftaran nomor rekening tujuan untuk transfer.

Untuk menggunakan layanan *M-Banking*, nasabah wajib memiliki rekening dan melakukan pendaftaran/registrasi terlebih dahulu ke bank. Setelah melakukan proses pendaftaran dilanjutkan dengan mengunduh atau menginstal aplikasi BPD Bali *Mobile Banking* pada *smartphone* melalui *Playstore* maupun *Appstore*.

Apabila aplikasi telah terinstall maka dilanjutkan dengan proses registrasi dengan memasukkan data pribadi keuangan dan membuat *password*. Setelah selesai melakukan proses registrasi dilanjutkan dengan proses aktivasi. Pada proses aktivasi nasabah diminta untuk membuat *mobile pin*. Setelah berhasil aktivasi, maka aplikasi BPD Bali Mobile telah dapat digunakan.

2.1.4 Kualitas Sistem

1. Pengertian Kualitas Sistem

Delone dan McLean (1992) menyatakan bahwa kualitas sistem adalah kombinasi kualitas dari *hardware*, *software*, kebijakan, prosedur dalam sistem informasi. Berfokus pada performa sistem yang merujuk pada seberapa baik kemampuan *hardware*, *software*, kebijakan, prosedur dari sistem informasi dapat menyediakan kebutuhan pengguna. Selain itu, konsep kualitas sistem dalam sistem informasi yang dijelaskan Delone dan Mclean (1992) sebagai persepsi pengguna bagaimana kualitas kinerja dari keseluruhan sistem tersebut. Kualitas sistem adalah faktor terpenting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada *Mobile Banking* yang artinya jika bank ingin mengembangkan layanan *Mobile Banking*, maka perlu mengetahui kualitas sistem (Minh dan Khuc, 2022). Kualitas sistem juga merupakan kualitas teknis dari sistem itu sendiri. Artinya kualitas sistem merupakan karakteristik yang diinginkan oleh pengguna. Aspek kualitas sistem yaitu kenyamanan, kecepatan akses, keandalan sistem, fleksibilitas, dan kegunaan fitur dan fungsinya (DeLone dan McLean, 2003).

2. Indikator Kualitas Sistem

Kualitas sistem memerlukan indikator sebagai alat ukur seberapa besar kualitas kinerja dari sistem tersebut. Indikator pengukuran kualitas sistem yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu:

a) Kemudahan Penggunaan (*Ease of Use*)

Suatu sistem informasi dapat dikatakan berkualitas jika sistem tersebut dirancang untuk memenuhi kepuasan pengguna melalui kemudahan dalam menggunakan setiap sistem informasi tersebut. Kemudahan penggunaan yang dimaksud berupa kemudahan dalam mempelajari dan menggunakan suatu sistem.

b) Fleksibilitas (*Flexibility*)

Fleksibilitas suatu sistem informasi menunjukkan bahwa sistem informasi yang diterapkan memiliki kemampuan dalam melakukan perubahan-perubahan yang berkaitan dengan memenuhi kebutuhan pengguna. Pengguna cenderung merasa lebih puas menggunakan suatu sistem informasi yang fleksibel dalam memenuhi kebutuhan pengguna.

c) Kecepatan Akses (*Response Time*)

Kecepatan akses merupakan akses sistem informasi memiliki kecepatan yang optimal dalam pemrosesan dan waktu respon. Jika akses sistem informasi memiliki kecepatan yang optimal maka layak dikatakan bahwa sistem informasi yang diterapkan memiliki kualitas yang baik. Kecepatan

akses akan meningkatkan kepuasan pengguna dalam menggunakan sistem informasi.

d) Keamanan (*Security*).

Keamanan sistem ini dapat dilihat melalui data pengguna yang aman disimpan oleh suatu sistem informasi, sehingga pihak lain tidak dapat mengakses data pengguna secara bebas. Jika data pengguna disimpan secara aman maka akan memperkecil kesempatan pihak lain untuk menyalahgunakan data pengguna sistem informasi tersebut.

e) Keandalan Sistem (*Reliability*)

Keandalan sistem informasi dalam konteks ini adalah ketahanan sistem informasi dari kerusakan dan kesalahan. Keandalan sistem informasi dalam konteks ini adalah ketahanan sistem informasi dari kerusakan dan kesalahan. Keandalan sistem informasi ini juga dapat dilihat dari sistem informasi yang melayani kebutuhan pengguna tanpa adanya masalah yang dapat mengganggu kenyamanan pengguna dalam menggunakan sistem informasi.

2.1.5 Kualitas Informasi

1. Pengertian Kualitas Informasi

Menurut DeLone & McLean (2003) kualitas informasi mengukur kualitas output dari sistem informasi, yaitu kualitas yang dihasilkan oleh sistem informasi, yang menggambarkan nilai, manfaat, relevansi, dan urgensi dari informasi yang dihasilkan. Menurut Urbach dan Muller (2011) kualitas informasi merupakan sebuah karakteristik output sistem informasi.

Akter et al., (2013) mengamati bahwa kualitas informasi adalah salah satu penentu utama yang mempengaruhi sikap di antara pengguna terhadap teknologi yang digunakan. Dengan demikian kualitas informasi dapat dianggap sebagai konstruksi utama yang membawa kepuasan (*Urbach et al.*, 2010) karena mempengaruhi keyakinan perilaku tertentu yang dapat mengarah pada niat untuk menggunakan *Mobile Banking* (Wixom dan Todd, 2005).

2. Indikator Kualitas Informasi

DeLone dan McLean, 2003 menyebutkan bahwa terdapat empat Indikator pengukuran kualitas informasi dari yaitu:

a) Kelengkapan (*Completeness*)

Suatu informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi dapat dikatakan berkualitas jika informasi yang dihasilkan lengkap. Informasi yang lengkap mencakup seluruh informasi yang dibutuhkan oleh pengguna dalam menggunakan sistem informasi tersebut. Jika informasi yang tersedia dalam sistem informasi lengkap maka akan memuaskan pengguna. Pengguna bisa saja menggunakan sistem informasi tersebut secara terus menerus setelah merasa puas terhadap sistem informasi tersebut.

b) Relevan (*Relevance*)

Kualitas informasi suatu sistem informasi dikatakan baik jika relevan terhadap kebutuhan pengguna atau dengan kata lain informasi tersebut mempunyai manfaat untuk pengguna. Relevansi informasi untuk pengguna

satu dengan yang lainnya berbeda sesuai dengan kebutuhan masing-masing.

c) Akurat (*Accurate*)

Informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi harus akurat karena sangat berperan bagi pengambilan keputusan penggunanya. Informasi yang akurat berarti harus bebas dari kesalahan-kesalahan dan tidak bias atau menyesatkan. Akurat juga berarti informasi harus jelas mencerminkan maksud informasi yang disediakan oleh sistem informasi. Informasi harus akurat karena dari sumber informasi sampai ke penerima informasi kemungkinan banyak terjadi gangguan (*noise*) yang dapat merubah atau merusak informasi tersebut.

d) Ketepatan waktu (*Timeliness*)

Informasi yang dihasilkan atau dibutuhkan oleh penerima tidak boleh terlambat, informasi yang terlambat tidak mempunyai nilai yang baik karena informasi merupakan landasan didalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa kualitas informasi yang dihasilkan sistem informasi baik jika informasi yang dihasilkan tepat waktu.

2.1.6 Kualitas Layanan

1. Pengertian Kualitas Layanan

Menurut Delone dan McLean (2003) kualitas layanan saat ini menjadi lebih penting dibandingkan penerapan lainnya, karena pengguna sistem sekarang adalah para pengguna eksternal dan bukan berasal dari para karyawan atau pemakai internal saja. Tjiptono (2016) mengungkapkan

bahwa layanan (*service*) adalah sebuah sistem yang terdiri atas dua komponen yakni *service operations* yang tidak tampak atau tidak diketahui oleh pengguna (*back office* atau *backstage*) dan *service delivery* yang biasanya terlihat/tampak (*visible*) atau diketahui pelanggan sering disebut (*front office* atau *frontstag*). Kualitas layanan juga dapat diartikan sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi atau harapan nasabah. Kualitas layanan merupakan tingkat layanan yang berkaitan dengan harapan dan kebutuhan pelanggan/nasabah. Kualitas layanan juga sebagai kesesuaian antara apa yang diharapkan oleh nasabah dari layanan perbankan yang telah diberikan dengan kesadaran nasabah akan manfaat yang diperoleh dengan menggunakan layanan tersebut (Tahtamouni, 2022).

2. Dimensi Kualitas Layanan

Kualitas layanan memang berbeda dengan kualitas produk dimana kualitas layanan merupakan konstruksi yang abstrak (tidak terlihat) dan sulit untuk dipahami. Beberapa peneliti terdahulu telah banyak mencetuskan metode pengukuran kualitas layanan, salah satunya Parasuraman *et al.*, (1985) yang mengidentifikasi 10 dimensi pokok jasa yaitu: reliabilitas, daya tanggap, kompetensi, akses, kesopanan, komunikasi, kredibilitas, keamanan, kemampuan memahami pelanggan dan bukti fisik (Tjiptono, 2014). Dalam penelitian selanjutnya, ditemukan tingkat korelasi antara beberapa variabel tersebut sehingga dilakukan

penggabungan ke dalam 5 dimensi pada kualitas layanan adalah sebagai berikut:

a) Bukti fisik (*Tangibles*)

Kemampuan perusahaan dalam mewujudkan eksistensinya kepada pihak eksternal yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, dan sarana komunikasi.

b) Reliabilitas (*Reliability*)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dengan segera, akurat, terpercaya, dan memuaskan.

c) Daya tanggap (*Responsiveness*)

Keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap, cepat, dan tepat kepada pelanggan, dengan menyampaikan informasi yang jelas. Hasil penelitian Kant dan Jaisw (2017) menyebutkan bahwa *responsiveness* ditemukan menjadi prediktor kepuasan pelanggan yang paling signifikan diantara dimensi persepsi kualitas layanan yang diidentifikasi.

d) Jaminan (*Assurance*)

Mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.

e) Empati (*Empathy*)

Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan mereka, sehingga diharapkan perusahaan akan dapat memiliki pengertian

dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Kelima dimensi tersebut dikenal dengan model SERVQUAL (*Service Quality*). SERVQUAL dipandang sebagai alat ukur yang dapat digunakan pada spektrum yang lebih luas dari layanan.

2.1.7. Kepercayaan

1. Pengertian Kepercayaan

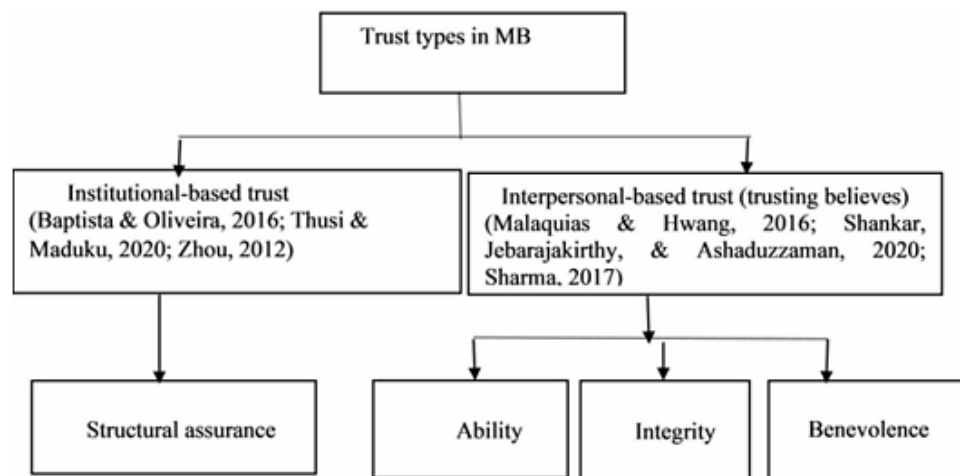
Trust atau kepercayaan adalah kemauan untuk bergantung kepada kemampuan, integritas dan motivasi yang dimiliki pihak lain untuk bertindak memenuhi kebutuhan dan keinginan sesuai dengan perjanjian secara eplisit dan implisit (Sheth dan Mittal, 2004). Kepercayaan menyangkut beberapa hal seperti reputasi, orientasi teknologi, dan resiko yang dirasakan (Mukherjee dan Nath, 2003). Kepercayaan juga merupakan bagian tak terpisahkan didalam sistem informasi layanan, sehingga tingkat kepercayaan dapat membuat seseorang konsisten terhadap sesuatu yang dianggap sesuai dengan harapan, termasuk juga dapat membuat konsumen setia terhadap satu merek. Kepercayaan merupakan landasan untuk hubungan yang sukses dan langgeng dengan pelanggan. Kepercayaan dibangun ketika penyedia layanan tertarik dalam memuaskan kebutuhan pelanggan, dan menyediakan produk dan jasa yang menciptakan nilai pelanggan (Setiawan, 2016).

Kassim dan Abdullah (2006) menemukan bahwa untuk mengembangkan kepercayaan dan menarik lebih banyak pengguna untuk menggunakan layanan internet banking, tidak cukup hanya membuat sistem yang mudah untuk berinteraksi dengan layanan tersebut. Penting juga bagi bank untuk mengembangkan sistem layanan internet banking yang dapat dipercaya, aman, dan rahasia bagi pengguna. Hal ini sejalan dengan penelitian yang diungkapkan oleh Dehghanpouri *et al.*, (2020) bahwa kepuasan pelanggan secara signifikan dipengaruhi oleh persepsi kualitas layanan. Kepuasan pelanggan, pada gilirannya, secara signifikan dipengaruhi oleh kepercayaan.

2. Jenis dan Dimensi Kepercayaan

Kepercayaan memiliki karakteristik dan kompleksitasnya yang multidimensi, sehingga kepercayaan dapat diselidiki dari banyak perspektif dan diterapkan pada beberapa konteks (Mayer *et al.*, 1995). Dalam transaksi berbasis *online*, kepercayaan dianggap sebagai prediktor utama yang mempengaruhi perilaku pelanggan di Internet (Gefen *et al.*, 2003; Liu *et al.*, 2018; McKnight, Choudhury, & Kacmar, 2002). Oleh karena itu, sangat penting untuk menciptakan kepercayaan sejak awal pada pengguna *m-banking* (Gao & Waechter, 2017) sehingga kepercayaan sebagai konstruk signifikan yang dapat meningkatkan niat untuk menggunakan *m-banking* serta berpengaruh pada kepuasan (Sharma dan Sharma, 2019).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Geebren dan Jabbar (2021) terdapat dua jenis kepercayaan yang menjadi sorotan, dan ini merupakan aspek penting dalam membangun kepercayaan pada *m-banking*. Adapun dua jenis kepercayaan tersebut dapat dijelaskan dalam gambar 2.5 dibawah ini :



Sumber : Geebren, *et al.* (2021)

Gambar 2.5
Jenis Kepercayaan dan Dimensi Dalam *Mobile Banking*

1) *Institutional-Based Trust*

Institutional Based Trust atau kepercayaan berbasis institusi merupakan jenis kepercayaan dari *m-banking* yang diungkapkan oleh para peneliti seperti Baptista dan Oliveira, 2016; Thusi dan Maduku, 2020; Zhou, 2012. Kepercayaan ini berhubungan dengan ketidakpastian yang terkait dengan proses pertukaran di dalam dan diantara institusi dan perilaku yang diharapkan individu dari orang lain. Kepercayaan ini

dianggap paling relevan dalam konteks untuk memahami kepercayaan terhadap pengguna *m-banking* karena berkaitan dengan situasi yang tidak pasti seperti transaksi dan perilaku. Kepercayaan berbasis institusi ini terdiri dari dua dimensi antara lain :

a) Normalitas Situasional

Normalitas situasional mengacu pada “*one believes that the situation in a venture is normal or favourable or conducive to situational success*” (McKnight dan Chervany, 2001). Akan tetapi, faktor kepercayaan sistem informasi beraneka macam seperti perbedaan teknologi yang digunakan, target pelanggan, dan situasi di setiap sistem penggunaan aplikasi yang berbeda-beda (Moon dan Kim, 2001). Dengan demikian tidak mudah untuk menilai suatu aplikasi *m-banking* untuk mengikuti prosedur norma seperti *m-banking* bank lain. Hal ini sejalan dengan beberapa penelitian yang membuktikan bahwa normal situasional tidak dapat mempengaruhi kepercayaan pada *m-banking* (Gu *et al.*, 2009) sehingga dalam penelitian ini tidak dipertimbangkan.

b) Jaminan Struktural

Pada dimensi ini telah dianggap sebagai hal yang kuat dari kepercayaan pelanggan dalam lingkungan internet (Gefen *et al.*, 2003). Jaminan struktural ini mengacu pada keyakinan individu bahwa struktur seperti jaminan, kontrak, peraturan, janji, jalan

hukum, proses atau prosedur pada tempat yang kondusif untuk keberhasilan situasional (McKnight & Chervany, 2001). Sehingga dalam penelitian ini jaminan struktural menjadi dimensi utama dari kepercayaan berbasis institusional.

2) *Interpersonal-Based Trust (Trusting Believes)*

Interpersonal Based Trust (Trusting Believes) atau kepercayaan berbasis antarpribadi adalah jenis kepercayaan yang dinyatakan oleh beberapa peneliti Malaquias dan Hwang, 2016; Shankar, Jebarajakirthy, dan Ashaduzzman, 2020; Sharma, 2017. Kepercayaan berbasis antarpribadi merupakan hubungan kepercayaan antara pihak yang percaya dengan pihak yang dipercaya. Terdapat tiga dimensi yang digunakan dalam mengidentifikasi kepercayaan khususnya *e-finance*, yaitu kemampuan (*ability*), integritas (*integrity*), dan kebajikan (*benevolence*) (Mayer *et al.*, 1995). Ketiga dimensi tersebut dapat digunakan untuk menginterpretasikan kepercayaan bank dalam menawarkan layanan m-banking. Adapun ketiga dimensi tersebut yakni :

a) Kemampuan (*ability*)

Kemampuan atau kompetensi dalam m-banking mengacu pada persepsi nasabah bahwa memiliki kapabilitas seperti keterampilan dan kemampuan dalam memberikan layanan yang nyaman dan tepat sesuai dengan kebutuhan nasabah (Lin, 2011). Selain itu, menurut Kim *et al.*, (2003) kemampuan (*ability*) meliputi

kompetensi, pengalaman. Adanya kemampuan ini pada akhirnya dapat mengurangi ketidakpastian nasabah dan meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap layanan m-banking (McKnight & Chervany, 2001).

b) Integritas (*integrity*)

Integritas menunjukkan bahwa “*the trustor’s perception that the trustee adheres to a set of principles that the trustor finds acceptable*” (Mayer dan Davis, 1999). Dalam konteks m-banking dapat dijelaskan sebagai keyakinan nasabah bahwa bank memenuhi kewajibannya dalam menyediakan informasi yang tepat dan akurat (Yu et al., 2015)

c) Kebajikan (*benevolence*)

Kebajikan dalam hal ini merupakan segala keyakinan nasabah bahwa bank bersedia bertindak untuk melayani kepentingan nasabah dan bukan semata hanya untuk mementingkan keuntungan saja (Mayer et al., 1995).

2.1.8 Kepuasan Pengguna

1. Pengertian Kepuasan Pengguna

Kepuasan pengguna merupakan suatu ukuran dalam mengukur kesuksesan sistem informasi dan menjadi konstruk yang penting karena saling berkaitan satu sama lain dengan variabel penting yang lainnya (Lee dan Chung, 2009). Menurut Kotler (2005) kepuasan adalah perasaan

senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Jika suatu produk mampu memenuhi ekspektasi dari pengguna maka tingkat kepuasan pengguna dapat dikatakan tinggi, begitu juga sebaliknya apabila suatu produk tidak dapat memenuhi ekspektasi pengguna maka tingkat kepuasan pengguna dapat dikatakan rendah. Sutardji (2006) merumuskan perbandingan kepuasan antara harapan dan kenyataan menjadi tiga perbandingan dengan rincian sebagai berikut:

1. Apabila harapan $<$ kenyataan, maka sangat puas.
2. Apabila harapan = kenyataan, maka puas.
3. Apabila harapan $>$ kenyataan, maka tidak puas.

Dari perbandingan yang dikemukakan diatas dapat dijelaskan bahwa pengukuran kepuasan pengguna tergantung pada tingkat kesepadanan antara kebutuhan yang diinginkan dengan harapan dan kenyataan yang dirasakan.

Menurut Delone dan Mclean (2003) bahwa kepuasan pengguna pada sistem informasi merupakan suatu respon dan *feedback* yang ditimbulkan oleh pengguna setelah menggunakan layanan sistem informasi. Perilaku pengguna ini merupakan kriteria yang subjektif dalam mengukur seberapa puas pengguna terhadap sistem informasi yang telah digunakan. Urbach dan Muller (2011) juga mengungkapkan bahwa kepuasan pengguna adalah sebuah dimensi penilai yang tepat digunakan dalam menilai kesuksesan layanan sistem informasi. Dengan menggunakan

kepuasan pengguna sebagai parameter penilaian kesuksesan tersebut akan sangat membantu ketika penggunaan sistem informasi tidak hanya dinilai dari intensitas penggunaan sistem.

2. Indikator Kepuasan Pengguna

DeLone dan McLean (2003) telah mengembangkan skala pengukuran kepuasan pengguna. Skala ini disusun berdasarkan lima indikator yang digunakan dalam mengukur kepuasan pengguna sistem informasi. Adapun kelima indikator tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

- a) *Content* adalah kepuasan pengguna dilihat dari isi. Isi biasanya berupa fungsi dan modul yang digunakan oleh pengguna dan juga informasi yang dihasilkan yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.
- b) *Accuracy* adalah kepuasan pengguna dari keakuratan data ketika menerima input kemudian mengolahnya menjadi informasi.
- c) *Format* adalah kepuasan pengguna dilihat dari output yang dihasilkan.
- d) *Ease of use* adalah kepuasan pengguna dari sisi kemudahan pengguna dalam menggunakan sistem seperti proses memasukan data, mengolah data, dan mencari informasi yang dibutuhkan.

- e) *Timeliness* adalah kepuasan pengguna dari sisi ketepatan waktu sistem dalam menyajikan atau menyediakan data dan informasi yang dibutuhkan oleh pengguna.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Tam dan Oliveira (2017) menemukan bahwa kualitas sistem berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna *m-banking*, sebaliknya pada penelitian Sharma dan Sharma (2019) mengungkapkan bahwa kualitas sistem tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan kepuasan terhadap penggunaan *Mobile Banking*. Sementara hasil penelitian Damabi, *et al.*, (2018) mengungkapkan hal yang sama bahwa, kualitas sistem tidak berhubungan secara signifikan dengan kepuasan pengguna.

Terkait dengan kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna, hasil penelitian Rahi dan Ghani (2019) menunjukkan bahwa kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Jaafreh (2017) bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara kualitas informasi dan kepuasan pengguna, namun ini bertolak belakang dengan yang diungkapkan oleh Damabi, *et al.*, (2018) kualitas informasi tidak berhubungan secara signifikan dengan kepuasan pengguna.

Dalam hubungan antara kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna hasil penelitian dari Purwati *et al.*, (2021) mengungkapkan bahwa kualitas layanan memiliki efek positif pada kepuasan pengguna dan hal ini selaras dengan yang diungkapkan oleh Abbas, *et al.*, (2018) yakni kualitas layanan berpengaruh

signifikan terhadap kepuasan pengguna. Namun, sebaliknya hasil penelitian Riantama, *et al.*, (2020) mengungkapkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna aplikasi *Fintech*.

Penelitian yang dilakukan oleh Sharma dan Sharma (2019) mengungkapkan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan merupakan faktor penentu utama yang mempengaruhi kepuasan dan niat untuk menggunakan dan pada gilirannya mempengaruhi penggunaan aktual dari *Mobile Banking*. Peran kepercayaan tidak hanya sebatas memotivasi pengguna untuk mengadopsi *Mobile Banking* tetapi juga membantu dalam mengembangkan persepsi positif terhadap *Mobile Banking*. Hasil yang diperoleh menyiratkan bahwa tingkat kepercayaan yang lebih tinggi dan kualitas layanan yang lebih baik di *Mobile Banking* akan membantu dalam mempertahankan pelanggan lama dan menarik pelanggan baru dan potensial. Berikut ini mapping terhadap penelitian-penelitian terdahulu :

Tabel 2.1
Mapping Penelitian Terdahulu

No	Penulis, Judul- Penelitian/Tahun	Variabel	Mapping Variabel					Hasil Temuan
			SQ	IQ	SVQ	T	US	
1.	Tam Carlos, Tiago Oliveira (2017) <i>Understanding Mobile Banking Individual Performance The DeLone & McLean Model And The Moderating Effects Of Individual Culture</i>	-System Quality -Information Quality -Service Quality -Use -User Satisfaction -Time Perception -Context -Individual Performance	X	X	X	-	X	Kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna <i>m-banking</i>
2.	Jaafreh, Ali Bakhit	-System	X	X	X	-	X	Dimensi

	(2017) <i>Evaluation Information System Success: Applied DeLone and McLean Information System Success Model in Context Banking System in KSA</i>	Quality -Information Quality -Service Quality -Intention To Use -Use -User Satisfaction -Net Benefits							kualitas SI (sistem informasi, kualitas sistem, kualitas layanan) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan dan penggunaan pengguna.
3.	Damabi, Mohammad, Mohsen Firoozbakht, Azam Ahmadyan (2018) <i>A Model Customers Satisfaction and Trust for Mobile Banking Using DeLone and McLean Model of Information Systems Success</i>	- System Quality - Information Quality - Interface Design Quality - Trust - Satisfaction	X	X	-	X	X		Terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas desain antarmuka dan kepercayaan nasabah terhadap <i>Mobile Banking</i> . Hasil penelitian juga mengungkapkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan
4.	Sharma,Sujeet Kumar, Manisha Sharma (2019) <i>Examining the role of trust and quality dimensions in the actual usage of Mobile Banking services: An empirical</i>	- Service Quality - Information Quality - System Quality - Trust - Intention to Use - Satisfaction	X	X	X	X	X		Kualitas layanan dan kepercayaan merupakan faktor penentu utama yang mempengaruhi kepuasan dan niat untuk menggunakan

	<i>investigation</i>	- <i>Actual Usage</i>							dan pada gilirannya mempengaruhi penggunaan dari <i>Mobile Banking</i>
5.	Geebren, Ahmed, Abdul Jabar and Luo, Ming (2021) <i>Examining the role of consumer satisfaction within mobile eco-systems: evidence from Mobile Banking services</i>	- <i>System Quality</i> - <i>Information Quality</i> - <i>Service Quality</i> - <i>Structural Assurance</i> - <i>Task Characteristics</i> - <i>Trust</i> - <i>Customer Satisfaction</i>	X	X	X	X	X		Kepercayaan berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan pelanggan di dalam <i>Mobile Banking</i>
6.	Minh, Nguyen Thi Binh, Khuch Dinh Nam (2022) <i>Application of ISS Model for individual customer satisfaction: A study of Internet Banking and Mobile Banking services in Ho Chi Minh City, Vietnam</i>	- <i>Information Quality</i> - <i>System Quality</i> - <i>Service Quality</i> - <i>Trust</i> - <i>Customer Satisfaction</i>	X	X	X	X	X		Kualitas informasi, kualitas sistem, kualitas layanan memiliki hubungan yang positif terhadap kepercayaan dan kepuasan pelanggan <i>Mobile Banking</i> . Kepercayaan memiliki korelasi positif signifikan dengan kepuasan pelanggan <i>Mobile Banking</i> .
7.	Riantama, I Gede Ega, I Nengah Suardhika, Anik Yuesti (2020) <i>Financial Technology Application</i>	- <i>Information Quality</i> - <i>System Quality</i> - <i>Service Quality</i> - <i>Trust</i>	X	X	X	X	X		Kepercayaan dapat memoderasi hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan

	<i>Success in the 4.0 Era</i>	- User Satisfaction							pengguna Fintech
8.	Sleimi, Mohammad Tahseen, Asaad Ali Karam, Ilhab Sameer Qubbaj (2018) <i>The Impact of E-Banking Service Quality on Customers Satisfaction Moderated by Customer Trust : Survey on Arab Bank In Amman, Jordan</i>	- E-Banking Services Quality - Customer Trust - Customer Satisfaction	-	-	X	X	X		Ada pengaruh signifikan kepercayaan nasabah, memediasi hubungan antara kualitas layanan e-banking dengan kepuasan nasabah
9.	Subhro Sarkar, Sumedha Chauhan, Arpita Khare (2020) <i>A meta-analysis of antecedents and consequences of trust in mobile Commerce</i>	- System Quality - Information Quality - Service Quality - User Interface - Perceived Risk - Perceived Security - Structural Assurance - Perceived Privacy - Perceived Usefulness - Perceived ease of use - Ubiquity - Disposition to trust - Attitude - User Satisfaction - Behavioral Intention - Loyalty - Trust in m-commerce	X	X	X	X	X		Ada hubungan positif yang signifikan antara kualitas layanan dan kepercayaan pada m-commerce
10.	Purwati, Astri Ayu, Zainol Mustofa,	- System Quality	X	X	X	-	X		Kualitas sistem, kualitas

	Mazzlida Mat Deli (2021) <i>Management Information System In Evaluation Of Bca Mobile Banking Using Delone And Mclean Model</i>	- Information Quality - Service Quality - User Satisfaction - Net benefit						informasi dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan <i>m-Banking</i> BCA
11.	Chung, Namho, Soon Jae Kwon (2009) <i>Effect of Trust Level on Mobile Banking Satisfaction: A Multi-Group Analysis of Information Systems Success Instruments</i>	- System Quality - Information Quality - Information Presentation - Trust - Customer Satisfaction	X	X	-	X	X	Kualitas informasi dan kualitas sistem mempengaruhi kepuasan pelanggan, sedangkan penyajian informasi tidak berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Kepercayaan memiliki peran moderasi penting dalam hubungan antara kualitas sistem dan informasi, dan kepuasan pelanggan.
12.	Rahi, Samar, Mazuri Abd. Ghani (2019) <i>Integration of DeLone and McLean and self-determination theory in internet banking continuance intention context</i>	- System quality - Information Quality - Service Quality - Satisfaction - Intrinsic Regulation - Identified Regulation - External Regulation - Continuance Intention	X	X	X	-	X	Kualitas informasi dan kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan internet banking
13.	Okechi,	- System	X	X	X	-	X	Kualitas sistem

	Onyedimekwu , Oruan Memoye Kepeghom (2013) <i>Empirical Evaluation of Customers' Use of Electronic Banking Systems in Nigeria</i>	<i>Quality</i> - <i>Information Quality</i> - <i>Service Quality</i> - <i>Continuance Intention</i> - <i>User Satisfaction</i> - <i>Net Benefit</i>						dan Kualitas informasi pada sistem <i>E-Banking</i> berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan Kualitas Layanan Sistem Perbankan Elektronik tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah
14.	Sobari, Irwan Agus, Syaifur Rahmatullah, Robi Aziz Zuama (2022) <i>The Influence Of Quality Dimension On Success M- Banking System: A Case Study Of BWS Mobile</i>	- <i>System Quality</i> - <i>Information Quality</i> - <i>Service Quality</i> - <i>User Satisfaction</i> - <i>Use</i>	X	X	X	-	X	Kualitas informasi sangat berpengaruh terhadap kepuasan pengguna tetapi tidak terhadap penggunaan. Kualitas layanan terbukti berpengaruh terhadap penggunaan dan mempengaruhi kepuasan pengguna. . Kualitas sistem terbukti berpengaruh terhadap penggunaan dan tidak terbukti berpengaruh terhadap kepuasan

								pengguna.
15.	Abbas, Sayyed Khawar ,Basim Aslam, Zair Mahmood Hashmi, Sikandar Majid, Tanzila Ijaz, Nauman Latif (2018) <i>Testing The Impact Of Mobile Banking On Individual Performance Using Delone & Mclean And TTF Models</i>	- System Quality - Information Quality - Service Quality - Technology Characteristics - Task Characteristics - Task-technology fit - Use - User Satisfaction - Individual performance	X	X	X	-	X	Kualitas sistem, TTF (Task Technology Fit),Kualitas layanan , penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengguna
16.	AL-Zu'bi, Khalid dan Jassim Ahmad Al-Gasawneh (2022) <i>An integrated model of Mobile Banking service quality and customers' satisfaction: Evidence from Jordanian Mobile Banking users</i>	- Information quality - System quality - Interface design quality - Customer satisfaction	X	X	-	-	X	Kualitas informasi, kualitas sistem, dan kualitas desain antarmuka berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan <i>Mobile Banking</i> sedangkan kualitas sistem merupakan yang paling prediktif terhadap kepuasan nasabah.
17.	Hernandez, Axel , Felix David (2022) <i>Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah</i>	- Kualitas Sistem - Kualitas Informasi - Kualitas	X	X	X	-	X	Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan

	Bank Dalam Transaksi Sehari-Hari	Layanan - Kepuasan Nasabah						terhadap kepuasan nasabah, kualitas informasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dan kualitas sistem berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah
18.	Azzahra, Zulfa, Dudi Pratomo (2020) Kualitas Sistem, Kualitas Informasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Analisis Pengaruh Informasi Akuntansi Pembayaran Menggunakan Metode Delone & Mclean (Studi Kasus Layanan Pembayaran Go-Pay di Aplikasi Go-Jek)	- Kualitas Sistem - Kualitas Informasi - Kualitas Layanan - Kepuasan Pengguna	X	X	X	-	X	Kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan dapat mempengaruhi kepuasan pengguna
19.	Hanum, Latifah, Ali Djamhuri, Ari Kamayanti (2013) Determinan Efektifitas Sistem <i>E-Banking</i> Di Mata Nasabah: Pendekatan Model Kesuksesan Sistem Informasi	- Kualitas Sistem - Kualitas Informasi - Kualitas Layanan - Kegunaan Yang Dipersepsikan - Kepercayaan	X	X	X	X	X	Kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, kegunaan yang dipersepsikan, kepercayaan atas sistem dan interaksi layanan

		n atas Sistem - Interaksi Layanan - Efektifitas Sistem (Kepuasan Pengguna <i>e-banking</i>)						memengaruhi efektifitas sistem <i>e- banking</i> dengan kepuasan pengguna sebagai indikatornya
20.	Zhou, Tao (2011) <i>An Empirical Examination Of Initial Trust In Mobile Banking</i>	- <i>Information quality</i> - <i>System quality</i> - <i>Structural Assurance</i> - <i>Trust Propensity</i> - <i>Initial Trust</i> - <i>Perceived usefulness</i> - <i>Usage Intention</i>	X	X	-	X	-	Jaminan struktural dan kualitas informasi merupakan faktor utama yang mempengaruhi kepercayaan awal, sedangkan kualitas informasi dan kualitas sistem secara signifikan mempengaruhi kegunaan yang dirasakan. Kepercayaan awal memengaruhi kegunaan yang dirasakan, dan kedua faktor tersebut memprediksi niat penggunaan <i>Mobile Banking</i>

Keterangan :

- SQ = *System Quality*
 IQ = *Information Quality*
 SVQ = *Service Quality*
 T = *Trust*
 US = *User Satisfaction*