

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN KEBERMANFAATAN TERHADAP NIAT DAN PENGGUNAAN APLIKASI BRIMO DI KALANGAN MAHASISWA UNDANA DENGAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)

Ruth Madina Usman¹, Shasabila Maharani Putri Andryka², Yuliana Watowele Hewen³,
Dony Martinus Sihotang⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Ilmu Komputer, Fakultas Sains dan Teknik,
Universitas Nusa Cendana, Indonesia

Email¹: ruthmadina05@gmail.com

Email²: shasabilandryka.09@gmail.com

Email³: herahewen@gmail.com

Email⁴: dmsihotang@staf.undana.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan layanan perbankan digital mendorong peningkatan penggunaan aplikasi *mobile banking* di berbagai kalangan, termasuk mahasiswa. *BRImo* sebagai aplikasi *mobile banking* milik Bank Rakyat Indonesia menawarkan beragam fitur transaksi yang praktis, aman, dan sesuai dengan kebutuhan generasi digital. Namun, tingkat adopsi *mobile banking* di kalangan mahasiswa masih dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis dan teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Perceived Ease of Use* (PEOU), *Perceived Usefulness* (PU), *Attitude Toward Using* (ATU), dan *Trust* (TR) terhadap *Behavioral Intention* (BI) dalam penggunaan *BRImo* di kalangan mahasiswa Universitas Nusa Cendana dengan menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). Metode penelitian menggunakan survei kuantitatif melalui kuesioner daring yang disebarakan kepada mahasiswa UNDANA dengan total 195 responden yang valid. Analisis data dilakukan menggunakan *SmartPLS* melalui pengujian validitas, reliabilitas, dan *bootstrapping* untuk menguji hubungan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh hipotesis terbukti signifikan: PEOU berpengaruh terhadap PU dan BI, PU berpengaruh terhadap ATU dan BI, ATU berpengaruh terhadap BI, dan TR berpengaruh terhadap PU. Temuan ini menegaskan bahwa kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan merupakan faktor kunci dalam meningkatkan minat mahasiswa untuk mengadopsi *BRImo*. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan bagi BRI dalam meningkatkan strategi pengembangan layanan digital agar lebih optimal bagi pengguna muda.

Kata kunci: *BRImo*, TAM, *mobile banking*, mahasiswa, *behavioral intention*.

ABSTRACT

The rapid development of digital banking services has encouraged increased use of mobile banking applications, particularly among university students. BRImo, developed by Bank Rakyat Indonesia, offers a wide range of secure and practical financial features tailored to the needs of the digital generation. However, the adoption of mobile banking among students is still influenced by various technological and psychological factors. This study aims to analyze the influence of Perceived Ease of Use (PEOU), Perceived Usefulness (PU), Attitude Toward Using (ATU), and Trust (TR) on Behavioral Intention (BI) in the use of BRImo among students at Universitas Nusa Cendana using the Technology Acceptance Model (TAM). A quantitative survey method was employed by distributing an online questionnaire, resulting in 195 valid responses. Data were analyzed using SmartPLS through validity, reliability, and bootstrapping tests to evaluate relationships among the variables. The findings indicate that all hypotheses were statistically significant: PEOU affects PU and BI; PU influences ATU and BI; ATU affects BI; and TR influences PU. These results highlight that ease of use, perceived usefulness, and user trust are essential drivers of students' intention to adopt BRImo. The study contributes valuable insights for BRI in optimizing digital service strategies to enhance adoption among young users.

Keywords: *BRImo*, TAM, *mobile banking*, students, *behavioral intention*.

1. PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, banyak perusahaan di sektor keuangan menghadapi tantangan dalam menjaga nilai serta relevansi mereka di tengah perubahan industri yang cepat dan dinamis[1]. Perkembangan teknologi *mobile* telah membawa perubahan besar dan berkelanjutan dalam pemanfaatan

layanan *mobile banking* di dunia keuangan. *Mobile Banking (M-Banking)* sendiri merupakan bentuk penerapan *mobile commerce (m-commerce)* yang disediakan oleh lembaga keuangan atau perbankan, sehingga memungkinkan pengguna melakukan berbagai transaksi keuangan dari jarak jauh melalui perangkat *mobile* seperti *Personal Digital Assistant (PDA)*, ponsel, atau *smartphone*[2].

Salah satu contoh aplikasi yang menawarkan kemudahan tersebut ialah *BRImo* dari Bank Rakyat Indonesia (BRI), yang dilengkapi dengan berbagai fitur komprehensif serta sistem keamanan modern seperti penggunaan PIN dan autentikasi biometrik. Melalui *BRImo*, pengguna dapat melakukan beragam aktivitas seperti transfer dana, pembayaran tagihan, hingga pengelolaan investasi, menjadikannya solusi perbankan yang lengkap, efisien, dan mudah digunakan. Antarmuka aplikasi yang ramah pengguna juga mendorong semakin tingginya tingkat adopsi layanan perbankan digital, khususnya di kalangan generasi milenial.

Selain itu, dengan mempromosikan transaksi digital tanpa kertas dan mengurangi kebutuhan untuk datang ke kantor cabang, aplikasi perbankan digital turut berkontribusi dalam menekan jejak karbon sekaligus mendukung praktik keberlanjutan lingkungan[3]. Mengingat milenial cenderung memiliki kepedulian lebih terhadap isu lingkungan, penggunaan *mobile banking* seperti *BRImo* secara tidak langsung mendukung terwujudnya tujuan *green finance* [4].

Indonesia, sebagai negara dengan jumlah penduduk terbesar keempat di dunia dan dengan lebih dari 60% warganya berada pada usia produktif, memiliki potensi besar sebagai pasar bagi perkembangan layanan perbankan digital. Komposisi demografis ini menjadikan Indonesia sangat menarik bagi industri perbankan yang ingin memperluas inovasi digitalnya, karena tingginya jumlah penduduk produktif umumnya diikuti oleh percepatan adopsi teknologi serta meningkatnya kebutuhan terhadap layanan keuangan yang cepat, praktis, dan mudah diakses [5].

Dalam konteks tersebut, mahasiswa menjadi salah satu segmen pengguna yang sangat penting bagi pengembangan layanan *mobile banking*. Sebagai bagian dari kelompok usia produktif yang akrab dengan teknologi, mahasiswa memiliki potensi besar untuk berkontribusi pada peningkatan penggunaan layanan digital perbankan. Tingkat penerimaan mereka terhadap *mobile banking* sangat dipengaruhi oleh persepsi kemudahan dan manfaat yang ditawarkan aplikasi tersebut. Selain itu, faktor risiko dan kepercayaan terhadap bank turut memainkan peran dalam membentuk minat serta perilaku mahasiswa dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

Berbagai penelitian sebelumnya telah menegaskan bahwa *perceived usefulness* (persepsi manfaat) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) merupakan determinan utama dalam mendorong seseorang mengadopsi teknologi baru[6]. Faktor lain seperti *attitude toward using* (sikap terhadap penggunaan) juga konsisten terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen untuk bertransaksi secara digital[7]. Namun, meskipun temuan-temuan tersebut cukup kuat, sebagian besar kajian masih terfokus pada masyarakat umum di daerah perkotaan dengan tingkat literasi digital yang relatif tinggi. Akibatnya, konteks mahasiswa dalam lingkungan perguruan tinggi yang memiliki karakteristik, kebutuhan, serta pola penggunaan teknologi yang berbeda belum banyak mendapat perhatian dalam penelitian sebelumnya. Kondisi inilah yang menimbulkan adanya kesenjangan penelitian yang penting untuk diisi.

Sejalan dengan identifikasi gap tersebut, penelitian ini diarahkan untuk memahami bagaimana persepsi kemudahan dan persepsi kebermanfaatan memengaruhi minat serta perilaku penggunaan *mobile banking* pada kelompok mahasiswa. Mahasiswa Universitas Nusa Cendana dipilih sebagai subjek karena berada pada rentang usia yang aktif menggunakan layanan digital, namun belum banyak diteliti dalam konteks adopsi *mobile banking*, khususnya aplikasi *BRImo*. Dengan memanfaatkan kerangka *Technology Acceptance Model (TAM)*, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana kedua persepsi tersebut membentuk niat mahasiswa dalam menggunakan *BRImo* dan bagaimana niat tersebut berkontribusi terhadap penggunaan aktual aplikasi. Diharapkan, hasil penelitian ini tidak hanya memperjelas faktor-faktor yang mendorong adopsi *mobile banking* di kalangan mahasiswa, tetapi juga memberikan masukan strategis bagi pihak perbankan untuk meningkatkan efektivitas layanan digital mereka

2. MATERI DAN METODE

BRImo

Bank Rakyat Indonesia (BRI) telah mengembangkan *BRImo* sebagai aplikasi *mobile banking* “all-in-one” yang dirancang untuk memudahkan nasabah mengakses layanan keuangan kapan saja dan di mana saja. *BRImo* memungkinkan pengguna melakukan berbagai transaksi seperti transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, *top-up* saldo, hingga tarik tunai tanpa kartu. Aplikasi ini juga menyediakan

kemudahan membuka rekening secara digital, termasuk bagi pengguna dari luar negeri, serta fitur mutasi rekening dan histori transaksi yang bisa diakses dengan mudah. [8]

Dari sisi keamanan dan kenyamanan penggunaan, *BRImo* dilengkapi dengan metode autentikasi modern seperti *fingerprint*, *face recognition*, PIN, maupun kode OTP, sehingga transaksi menjadi lebih aman dan praktis. Antarmuka pengguna (UI/UX) *BRImo* dirancang ramah pengguna termasuk bagi generasi milenial dengan navigasi yang intuitif dan fitur-fitur yang relevan bagi gaya hidup digital[8].

Seiring perkembangan dan adopsi layanan digital, jumlah pengguna *BRImo* terus meningkat secara signifikan: dari hanya 2,9 juta saat diluncurkan pada 2019, pengguna aktif *BRImo* meningkat pesat menjadi puluhan juta dalam beberapa tahun terakhir. Pertumbuhan ini mencerminkan bahwa *BRImo* bukan hanya menjadi alat transaksi tetapi telah berkembang menjadi solusi keuangan lengkap mulai dari tabungan, pembayaran, hingga layanan investasi serta menjadi pilihan populer di kalangan masyarakat muda dan milenial.

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan model yang digunakan untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi seseorang dalam menerima dan menggunakan teknologi. Model ini mempunyai dua konstruk utama, yaitu *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU). PU merujuk pada sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya, sedangkan PEOU menggambarkan tingkat keyakinan bahwa teknologi tersebut mudah dipahami dan dioperasikan. Kedua konstruk ini memengaruhi *Attitude Toward Using*, yang kemudian membentuk *Behavioral Intention to Use* dan akhirnya menentukan keputusan penggunaan secara nyata. TAM banyak digunakan dalam penelitian terkait adopsi teknologi karena mampu menjelaskan perilaku pengguna secara sederhana namun komprehensif, termasuk dalam konteks penggunaan *mobile banking*, *e-learning*, maupun aplikasi digital lainnya[9].

Perceived Usefulness (PU)

Perceived Usefulness (manfaat) menggambarkan keyakinan subjektif pengguna bahwa suatu teknologi mampu meningkatkan cara mereka mencapai tujuan. Dalam penelitian ini, manfaat yang dirasakan digunakan untuk menilai sejauh mana mahasiswa merasa bahwa *BRImo* memberikan kemudahan dalam penggunaannya. Berdasarkan model TAM, *perceived usefulness* merupakan tingkat kepercayaan seseorang bahwa penggunaan suatu sistem akan meningkatkan efektivitas serta kinerja mereka. Sejumlah penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan memiliki hubungan langsung dengan sikap dalam menggunakan teknologi dan manfaat yang diperoleh dari penggunaannya[9].

Perceived Ease Of Use (PEOU)

Perceived Ease of Use (kemudahan penggunaan) merujuk pada persepsi seseorang bahwa suatu sistem dapat digunakan dengan mudah dan tanpa kerumitan. Aspek ini merupakan salah satu faktor yang paling memengaruhi keputusan seseorang untuk mengadopsi teknologi baru. Kemudahan penggunaan memiliki dua dampak utama: pertama, memengaruhi sikap pengguna melalui rasa percaya diri dan persepsi kegunaan sistem; kedua, berpengaruh pada tingkat kegunaan itu sendiri[9].

Attitude Toward Using (ATU)

Attitude toward using (sikap terhadap penggunaan) dalam penelitian ini digunakan untuk menilai respons emosional mahasiswa ketika menggunakan dompet digital sebagai metode pembayaran. Sikap terhadap teknologi sangat dipengaruhi oleh pengalaman pengguna serta persepsi mereka terhadap nilai teknologi tersebut[10].

Behavioral Intention (BI)

Behavioral intention atau minat perilaku merupakan keinginan seseorang untuk melakukan suatu tindakan tertentu. Seseorang cenderung melakukan suatu perilaku apabila ia memiliki niat atau ketertarikan untuk melakukannya. Niat tersebut juga dapat menggambarkan kemungkinan seseorang akan melakukan kembali perilaku yang sama di masa mendatang[11]. Temuan penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa minat perilaku merupakan indikator yang kuat dalam memprediksi penggunaan teknologi oleh pengguna sistem. Selain itu, terdapat hubungan yang signifikan antara niat untuk berperilaku dan perilaku aktual yang ditunjukkan pengguna [12].

Trust (TR)

Kepercayaan (*trust*) dalam konteks adopsi teknologi seperti dompet digital atau sistem pembayaran elektronik menggambarkan keyakinan pengguna bahwa layanan tersebut aman, dapat diandalkan, dan akan berfungsi sesuai harapan tanpa menimbulkan risiko (misalnya keamanan data atau transaksi)[13]. Kepercayaan ini terbukti menjadi faktor kunci yang secara langsung memengaruhi niat pengguna untuk menggunakan layanan (*behavioral intention*), karena *trust* membantu mengurangi keraguan dan ketidakpastian terhadap keamanan dan reputasi penyedia layanan[14].

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan melalui survei terhadap mahasiswa Universitas Nusa Cendana yang memiliki pengalaman dalam menggunakan *BRImo*. Kami berasumsi bahwa mahasiswa telah memiliki pemahaman memadai mengenai penggunaan layanan perbankan digital sehingga mampu memberikan penilaian yang relevan terkait kemudahan adopsi aplikasi *BRImo*. Pengumpulan data dilakukan secara kuantitatif melalui kuesioner daring yang disebarakan menggunakan platform digital untuk memperluas jangkauan dan mempermudah proses pengisian. Dari total 203 tanggapan yang masuk, sebanyak 195 responden dinyatakan valid setelah melalui proses pemeriksaan kelengkapan dan konsistensi data. Kuesioner disebarakan selama 16 hari, mulai 20 Oktober hingga 5 November 2024. Rincian proses pengumpulan data serta karakteristik demografi responden disajikan pada tabel 1.

Tabel 1. Demografi Responden

Karakteristik Responden	Kategori	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
Jenis Kelamin	Laki – laki	100	49,3
	Perempuan	103	50,7
Usia	18-20	120	59,11
	21-24	83	40,89
Program Studi	Ilmu Komputer	96	47%
	Kesehatan Masyarakat	27	13%
	Kimia	20	10%
	Pendidikan	10	5%
	Akuntansi	6	3%
	Ilmu Komunikasi	5	2%
	Manajemen	5	2%
	Ilmu Hukum	5	2%
	Biologi	5	2%
	Matematika	3	2%
	Fisika	3	2%
	Farmasi	3	2%
	Teknik Pertambangan	3	2%
	Lain-lain	12	6%
Pengguna BRImo	Ya	195	96,1
	Tidak	8	3,9

Hipotesis & Model Pengembangan

Penelitian ini menggunakan model *Technology Acceptance Model* (TAM) untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat mahasiswa Universitas Nusa Cendana dalam menggunakan aplikasi *BRImo*. Model TAM yang diterapkan dalam studi ini mencakup beberapa variabel utama, yaitu Persepsi Kebermanfaatan (*Perceived Usefulness* – PU), Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use* – PEOU), Sikap Terhadap Penggunaan (*Attitude Toward Using* – ATU), dan Minat untuk Menggunakan *BRImo* (*Behavioral Intention* – BI). Selain itu, penelitian ini juga menambahkan variabel Kepercayaan (Trust-TR) untuk menilai sejauh mana tingkat kepercayaan mahasiswa terhadap keamanan dan keandalan *BRImo* berpengaruh pada niat mereka dalam menggunakan layanan perbankan digital tersebut. Berikut adalah hipotesis yang diajukan:

H1: Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness*[9]
Perceived Ease of Use (PEOU) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Usefulness* (PU) dalam penggunaan aplikasi *BRImo*.

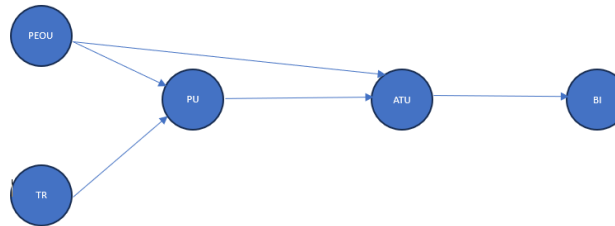
H2: Pengaruh *Trust* terhadap *Perceived Usefulness*[15]
Trust (TR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Usefulness* (PU) dalam penggunaan aplikasi *BRImo*.

H3: Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude Toward Using*[9]
Perceived Usefulness (PU) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Using* (ATU) aplikasi *BRImo*

H4: Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude Toward Using*[16]
Perceived Ease of Use (PEOU) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Using* (ATU) dalam penggunaan aplikasi *BRImo*.

H5: Pengaruh *Attitude Toward Using* terhadap *Behavioral Intention*[17] *Attitude Toward Using* (ATU) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use* (BI) aplikasi *BRImo*.

Berdasarkan kelima hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, terbentuklah sebuah model pengembangan yang menggambarkan hubungan antar variabel *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Attitude Toward Using*, *Behavioral Intention*, dan *Trust* dalam menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi tingkat adopsi *BRImo* oleh mahasiswa



Gambar 1. Model Pengembangan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengukuran

Secara keseluruhan, penelitian ini melibatkan lima variabel utama, yaitu Persepsi Kebermanfaatan (*Perceived Usefulness* – PU), Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use* – PEOU), Sikap Terhadap Penggunaan (*Attitude Toward Using* – ATU), Minat untuk Menggunakan (*Behavioral Intention* – BI), serta variabel tambahan berupa Kepercayaan (*Trust*-TR). Setiap variabel diukur menggunakan *skala Likert* lima poin, mulai dari 1 = sangat setuju hingga 5 = sangat tidak setuju, dengan butir-butir pernyataan yang diadaptasi dari berbagai penelitian terdahulu agar sesuai dengan konteks penelitian ini.

Model pengukuran dievaluasi melalui pengujian validitas dan reliabilitas. Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila nilai *Composite Reliability* (ρ_c) melebihi 0,7, sedangkan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) yang lebih besar dari 0,5 menunjukkan bahwa konstruk mampu menjelaskan setidaknya 50% variasi indikatornya [18]. Selain itu, *Cronbach's Alpha* (α) juga digunakan untuk menilai konsistensi internal, dengan nilai minimum yang dapat diterima adalah di atas 0,7 [19]. Hasil pengujian CR, AVE, dan *Cronbach's Alpha* untuk setiap variabel dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji validitas dan reabilitas

Konstruk	α	CR	AVE	Faktor loading
Perceived Ease of Use (PEOU)	0,856	0,863	0,698	
1. Mudah dipelajari cara penggunaannya.				0,866
2. Navigasi menu BRIMO mudah digunakan.				0,852
3. Aplikasi BRIMO merupakan aplikasi yang fleksibel				0,789
4. Fitur-fitur mudah diakses tanpa kesulitan teknis.				0,832
Perceived Usefulness (PU)	0,866	0,868	0,747	
1. BRIMO membantu melakukan transaksi lebih cepat.				0,879
2. Meningkatkan efektivitas kerja dengan BRIMO				0,866
3. Pekerjaan saya menjadi lebih mudah dengan BRIMO				0,822
4. Meningkatkan produktivitas dalam kegiatan keuangan				0,812
Attitude Toward Using (ATU)	0,870	0,873	0,720	
1. Merasa senang menggunakan BRIMO.				0,867
2. Menggunakan BRIMO merupakan ide yang bagus				0,834
3. Tertarik untuk menggunakan BRIMO				0,806
4. Gunakan layanan BRIMO adalah keputusan yang bijak				0,885
Behavioral Intention to Use (BI)	0,887	0,889	0,747	
1. berniat menggunakan fitur BRImo secara berkelanjutan di masa mendatang				0,827
2. Menggunakan BRImo dalam pembayaran non-tunai				0,873
3. Saya akan sering menggunakan BRImo				0,898
4. Saya akan selalu menggunakan BRImo				0,859

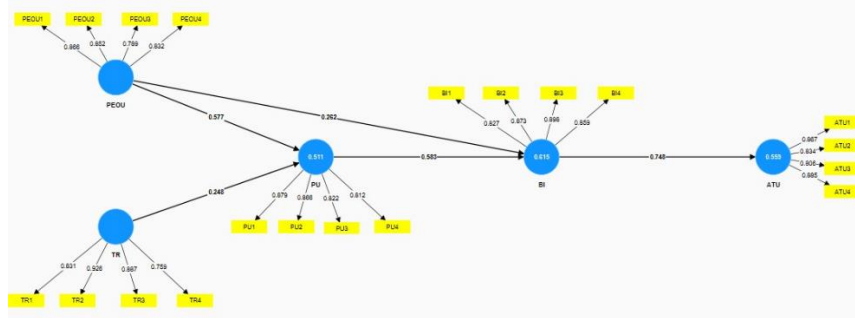
Trust (TR)	0,877	0,926	0,728
1. Saya mempercayai bahwa BRImo dapat dipercaya.			0,831
2. Pengguna leluasa untuk menyimpan datanya pada BRIMO			0,926
3. Saya mempercayai bahwa BRImo aman.			0,887
4. Saya percaya BRImo dapat diandalkan.			0,759

Tabel berikut ini menunjukkan validitas diskriman konstruk. Dimana nilai diagonalnya lebih signifikan daripada nilai terkait lainnya, konstruk jni menunjukkan validitas diskriminan yang dapat diterima.

Tabel 3. Validitas Diskriminan Konstruk

	ATU	BI	PEOU	PU	TR
ATU					
BI	0,850				
PEOU	0,862	0,748			
PU	0,856	0,863	0,784		
TR	0,602	0,540	0,451	0,572	

Setelah model penelitian dinyatakan valid dan reliabel, tahap selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis. Pengujian ini didasarkan pada hasil model analisis *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Squares (PLS-SEM)* yang bertujuan untuk mengevaluasi hubungan kausal antar konstruk dalam model penelitian. Proses pengujian hipotesis dilakukan melalui metode *bootstrapping* dengan jumlah 195 sub-sampel menggunakan aplikasi *SmartPLS*. Berdasarkan model empiris yang telah dibangun, pengujian hipotesis dilakukan sesuai dengan kerangka model persamaan struktural, dengan fokus utama pada pengujian signifikansi koefisien jalur (β) serta nilai p (p -value) dari setiap hubungan antar variabel laten. Pengujian ini bertujuan untuk menentukan apakah hubungan antar konstruk dalam model memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik. Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 5% ($p < 0,05$) sebagai dasar dalam pengambilan keputusan terhadap penerimaan atau penolakan hipotesis [20]



Gambar 2. Hasil Model Analisis SEM

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis

	p	Keterangan
BI → ATU	0,000	Diterima
PEOU → BI	0,016	Diterima
PEOU → PU	0,000	Diterima
PU → BI	0,000	Diterima
TR → PU	0,000	Diterima

Berdasarkan hasil pengujian signifikansi, seluruh hubungan antar variabel dalam model menunjukkan pengaruh yang signifikan karena nilai p -value berada di bawah ambang batas 0,05. Hubungan BI terhadap ATU memiliki p -value 0,000 yang menegaskan bahwa niat perilaku pengguna secara signifikan dipengaruhi penggunaan teknologi secara aktual. Variabel PEOU juga terbukti signifikan dalam memengaruhi BI dengan p -value 0,016, meskipun nilai ini menunjukkan bahwa kekuatan pengaruhnya lebih rendah dibandingkan hubungan lainnya. Selain itu, PEOU berpengaruh sangat signifikan terhadap PU dengan p -value 0,000, yang berarti persepsi kemudahan penggunaan berkontribusi langsung dalam membentuk persepsi kegunaan aplikasi. Variabel PU sendiri memiliki peran penting karena secara signifikan memengaruhi BI ($p = 0,000$), menunjukkan bahwa persepsi manfaat menjadi faktor utama yang

mendorong niat penggunaan. Terakhir, variabel TR juga menunjukkan pengaruh signifikan terhadap PU dengan p-value 0,000, menandakan bahwa kepercayaan pengguna mampu meningkatkan persepsi mereka terhadap manfaat aplikasi. Secara keseluruhan, hasil ini mengonfirmasi bahwa seluruh hubungan dalam model TAM dan variabel tambahan bekerja secara signifikan dalam menjelaskan perilaku pengguna terhadap aplikasi.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang menggunakan model TAM dengan penambahan variabel *trust*, dapat disimpulkan bahwa seluruh hubungan antar variabel dalam model, yaitu *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Attitude Toward Using*, *Behavioral Intention*, dan *Trust*, terbukti signifikan dalam memengaruhi tingkat adopsi *BRImo* oleh mahasiswa Universitas Nusa Cendana. Persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan berperan penting dalam meningkatkan persepsi manfaat, yang pada akhirnya mendorong niat serta sikap positif mahasiswa terhadap penggunaan *BRImo*. Temuan ini menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut saling berkaitan dalam membentuk perilaku penggunaan *mobile banking* secara nyata. Berdasarkan hasil tersebut, saran yang dapat diberikan adalah agar pihak BRI terus meningkatkan aspek kemudahan penggunaan dan keamanan aplikasi *BRImo*, sehingga kepercayaan dan persepsi manfaat pengguna semakin kuat dan mendorong peningkatan adopsi di kalangan mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] J. R. Kala Kamdjoug, S. L. Wamba Taguimdje, S. F. Wamba, and I. B. Kake, "Determining factors and impacts of the intention to adopt mobile banking app in Cameroon: Case of SARA by Afriland First Bank," *Journal of Retailing and Consumer Services*, vol. 61, Art. no. 102509, 2021, doi: 10.1016/j.jretconser.2021.102509.
- [2] A. M. Baabdullah, A. A. Alalwan, N. P. Rana, H. Kizgin, and P. Patil, "Consumer use of mobile banking (M-banking) in Saudi Arabia: Towards an integrated model," *International Journal of Information Management*, vol. 44, pp. 38–52, 2019, doi: 10.1016/j.ijinfomgt.2018.09.002.
- [3] I. Salsabila and I. K. Anggraini, "Pengaruh financial technology (fintech) terhadap profitabilitas perbankan di Indonesia (studi komparasi Bank Syariah Indonesia dan Bank Tabungan Negara periode 2019–2022)," *Islamic Economics and Finance in Focus*, vol. 3, no. 1, 2024.
- [4] N. L. M. A. Lastina and M. K. S. Budhi, "Efektivitas penyaluran Kredit Usaha Rakyat PT BRI (Persero) Unit Blahkiuh terhadap produktivitas dan pendapatan UKM penerima KUR di Kecamatan Abiansema," 2018.
- [5] T. E. Sebayang, D. B. Hakim, T. Bakhtiar, and D. Indrawan, "What drives mobile banking adoption due to Covid-19 outbreaks? An empirical investigation of the younger generation in Indonesia," *Procedia Computer Science*, vol. 234, pp. 1192–1203, 2024, doi: 10.1016/j.procs.2024.03.115.
- [6] D. M. Sihotang, A. N. Hidayanto, K. Phusavat, *et al.*, "Investigating the role of transformational leadership and TOE framework to adopt e-government in Indonesia: The case of village information system," *Electronic Government, an International Journal*, vol. 20, no. 1, pp. 94–108, 2024.
- [7] A. P. Kusuma and S. Syahputra, "Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap sikap penggunaan e-wallet di Kota Bandung," *Journal of Applied Business Administration*, vol. 4, no. 2, pp. 108–114, 2020, doi: 10.30871/jaba.v4i2.2080.
- [8] M. W. Wijayanti, A. Suddin, and Sutarno, "Pengaruh perceived usefulness dan perceived ease of use terhadap behavioral intention to use BRI digital banking pada agen BRILink PT Bank Rakyat Indonesia Tbk Kantor Cabang Magelang," *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, vol. 13, Special Issue, pp. 188–199, 2019.
- [9] F. D. Davis, "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology," *MIS Quarterly*, vol. 13, no. 3, pp. 319–340, 1989.

-
- [10] V. Venkatesh and H. Bala, "Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions," *Decision Sciences*, vol. 39, no. 2, pp. 273–315, 2008, doi: 10.1111/j.1540-5915.2008.00192.x.
- [11] R. Agarwal and E. Karahanna, "Time flies when you're having fun: Cognitive absorption and beliefs about information technology usage," *MIS Quarterly*, vol. 24, no. 4, pp. 665–694, 2000.
- [12] L. R. Vijayasarathy, "Predicting consumer intentions to use online shopping: The case for an augmented technology acceptance model," *Information & Management*, vol. 41, no. 6, pp. 747–762, 2003.
- [13] M. Alrawad, A. Lutfi, M. A. Almaiah, and I. A. Elshaer, "Examining the influence of trust and perceived risk on customers' intention to use NFC mobile payment system," *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, vol. 9, no. 2, Art. no. 100070, 2023.
- [14] T. K. Ramadhan and E. P. Saputro, "Pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use, dan trust terhadap behavioral intention pengguna GoPay," *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, vol. 6, no. 6, pp. 5501–5510, 2024.
- [15] R. C. Mayer, J. H. Davis, and F. D. Schoorman, "An integrative model of organizational trust," *Academy of Management Review*, vol. 20, no. 3, pp. 709–734, 1995.
- [16] V. Venkatesh and F. D. Davis, "A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies," *Management Science*, vol. 46, no. 2, pp. 186–204, 2000.
- [17] W. Aslam, M. Ham, and I. Arif, "Consumer behavioral intentions towards mobile payment services: An empirical analysis in Pakistan," *Market-Tržište*, vol. 29, no. 2, pp. 161–176, 2017.
- [18] R. Rauniar, G. Rawski, J. Yang, and B. Johnson, "Technology acceptance model (TAM) and social media usage: An empirical study on Facebook," *Journal of Enterprise Information Management*, vol. 27, no. 1, pp. 6–30, 2014, doi: 10.1108/JEIM-04-2012-0011.
- [19] K. S. Taber, "The use of Cronbach's alpha when developing and reporting research instruments in science education," *Research in Science Education*, vol. 48, no. 6, pp. 1273–1296, 2018, doi: 10.1007/s11165-016-9602-2.
- [20] J. F. Hair, M. Sarstedt, L. Hopkins, and V. G. Kuppelwieser, "Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research," *European Business Review*, vol. 26, no. 2, pp. 106–121, 2014, doi: 10.1108/EBR-10-2013-0128