

Analisis Kepuasan Pengguna Mobile Banking Danamon Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM)

Novia Randa¹, Yohanni Syahra²

^{1,2}Program Studi Sistem Informasi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Indonesia
Email: noviarandaa06@gmail.com; yohannisyahra@umsu.ac.id

ABSTRAK

Dengan kemajuan teknologi digital, perbankan, termasuk PT Bank Danamon Indonesia, mulai menawarkan layanan mobile banking seperti *D-Bank PRO*. Penelitian ini akan menyelidiki lima variabel utama kepuasan pengguna layanan mobile banking Danamon: *Perceived Ease of Use (PEOU)*, *Perceived Usefulness (PU)*, dan *Attitude toward Use*. Tidak adanya sistem notifikasi, ketidakpastian tentang manfaat jangka panjang, dan fitur yang tidak berjalan dengan baik adalah beberapa hambatan untuk penggunaan aplikasi. Studi ini menggunakan metode kuantitatif, menggunakan metode survei online terhadap seratus peserta *D-Bank PRO*. Selain itu, analisis data dilakukan menggunakan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam model TAM memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, dengan variabel *PEOU* menjadi faktor yang paling dominan. Temuan ini memberikan landasan strategis dalam pengembangan kualitas dan kemudahan layanan mobile banking guna meningkatkan kepuasan pengguna secara menyeluruh.

Keyword: Mobile Banking; Kepuasan Pengguna; Technology Acceptance Model (TAM)

ABSTRACT

With the advancement of digital technology, banks, including PT Bank Danamon Indonesia, have begun offering mobile banking services such as D-Bank PRO. This study will investigate five key variables of user satisfaction with Danamon's mobile banking services: Perceived Ease of Use (PEOU), Perceived Usefulness (PU), and Attitude toward Use. The absence of a notification system, uncertainty about long-term benefits, and features that do not function well are some of the barriers to application use. This study employed a quantitative method, employing an online survey of one hundred D-Bank PRO participants. Furthermore, data analysis was conducted using the SPSS program. The results show that all variables in the TAM model have a significant influence on user satisfaction, with the PEOU variable being the most dominant factor. These findings provide a strategic foundation for developing the quality and ease of mobile banking services to improve overall user satisfaction.

Keyword: Mobile Banking; User Satisfaction; Technology Acceptance Model (TAM)

Corresponding Author:

Yohanni Syahra,
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara,
Jl. Kapten Muchtar Basri No.3, Glugur Darat II, Kec. Medan Tim., Kota
Medan, Sumatera Utara 20238, Indonesia
Email: yohannisyahra@umsu.ac.id



1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang pesat telah mempermudah berbagai aktivitas transaksi keuangan. Kemajuan teknologi informasi memberikan kontribusi penting dalam meningkatkan daya saing, termasuk dalam sektor perbankan (Siswoyo & Irianto, 2023). Untuk mendukung efisiensi operasional dan menekan biaya, lembaga perbankan kini mengadopsi sistem layanan berbasis internet yang dapat diakses melalui perangkat *smartphone*.

Tingginya angka penetrasi internet serta penggunaan *smartphone* di Indonesia telah mendorong pertumbuhan berbagai sektor usaha, termasuk industri perbankan. Untuk meningkatkan mutu layanan, institusi perbankan terus mengembangkan berbagai inovasi berbasis teknologi, seperti *internet banking*, *mobile banking*,

serta pemanfaatan mesin ATM. Salah satu inovasi yang paling banyak dimanfaatkan adalah *mobile banking*, yaitu layanan berbentuk aplikasi yang disediakan oleh bank dan memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi keuangan melalui perangkat ponsel pintar. Selain menawarkan kemudahan akses, *mobile banking* juga menyajikan fitur yang lebih lengkap serta antarmuka yang ramah bagi pengguna (Siswoyo & Irianto, 2023).

PT Bank Danamon Indonesia Tbk (Danamon) merupakan salah satu bank swasta di Indonesia yang telah memanfaatkan teknologi digital dalam sistem pembayaran berbasis *electronic money* melalui layanan *mobile banking*. Untuk menunjang kemudahan transaksi bagi nasabah, Danamon menyediakan aplikasi *D-Bank PRO* yang memungkinkan pengguna melakukan berbagai aktivitas perbankan secara daring. Aplikasi *D-Bank PRO* merupakan bentuk layanan *mobile banking* dari Danamon yang menyediakan berbagai fitur, seperti transfer dana, pengelolaan tabungan, pembayaran token listrik, kartu kredit, serta beragam jenis pembayaran lainnya.

Selain itu, Bank Danamon melayani berbagai segmen nasabah, termasuk pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta menyediakan layanan perbankan berbasis syariah. Seiring dengan perkembangan teknologi, Danamon terus berinovasi dan melakukan transformasi digital untuk memberikan kemudahan dalam bertransaksi, di antaranya adalah: akses fleksibel melalui *smartphone* dalam bentuk aplikasi, kelengkapan fitur modern seperti pembelian paket data internet, penggunaan *software token* yang terintegrasi dengan situs *D-Bank PRO*, serta kemudahan dalam pembayaran cicilan atau belanja daring. Dalam menganalisis tingkat penerimaan layanan *mobile banking* oleh nasabah, pendekatan yang dapat digunakan adalah *Technology Acceptance Model (TAM)*.

Sebelum dikembangkan TAM oleh Davis pada tahun 1989, telah lebih dahulu diperkenalkan *Theory of Reasoned Action (TRA)* oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun 1975. Model TRA menetapkan dua keyakinan utama, yaitu *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan) dan *perceived usefulness* (kemanfaatan), yang berperan sebagai penentu sikap terhadap niat perilaku serta adopsi penggunaan teknologi informasi (Subowo, 2020).

Beberapa keunggulan dari TAM adalah kemampuannya menjadi solusi alternatif ketika suatu sistem informasi tidak mampu memenuhi kebutuhan pengguna, yang dapat menyebabkan penurunan minat dalam penggunaannya. TAM dikembangkan sebagai kerangka teori yang kokoh, dan telah melewati berbagai pengujian empiris dalam penelitian. Hasil-hasil studi tersebut menunjukkan bahwa TAM memiliki pengaruh yang positif dalam menjelaskan penerimaan teknologi. Selain itu, model ini dikenal memiliki struktur yang sederhana namun tetap menunjukkan validitas yang tinggi (Subowo, 2020).

Metode TAM mencakup lima variabel utama yang berkontribusi terhadap kepuasan pengguna, yaitu *Perceived Ease of Use* (seberapa mudah aplikasi digunakan), *Perceived Usefulness* (tingkat kebermanfaatan aplikasi dalam kegiatan perbankan), *Attitude Toward Using* (pandangan atau sikap pengguna terhadap pemakaian aplikasi), *Behavioral Intention* (keinginan untuk terus memanfaatkan aplikasi), dan *Actual System Use* (intensitas serta lama waktu penggunaan secara nyata).

Masalah terkait *Perceived Ease of Use* adalah beberapa pelanggan merasa fitur-fitur aplikasi kurang lengkap, sehingga kendala yang didapat sulit untuk menyelesaikan kebutuhan perbankan tertentu. Terkadang terjadi gangguan teknis saat penggunaan, seperti *error* saat login atau navigasi yang membingungkan (Maulana & Khusnudin, 2024).

Masalah terkait *Perceived Usefulness* adalah aplikasi dianggap kurang bermanfaat dalam jangka panjang, karena pengguna hanya menggunakannya saat butuh transaksi tertentu saja, bukan sebagai alat keuangan yang serba bisa. Masalah terkait *Attitude Toward Using* yaitu sikap pelanggan terhadap aplikasi cenderung kurang positif, karena aplikasi dinilai belum memiliki fitur yang lengkap atau sebanding dengan aplikasi bank lain. Masalah terkait *Behavioral Intention* dan *Actual System Use* yaitu meskipun aplikasi tetap digunakan (Ardianto & Azizah, 2021).

Permasalahan yang diidentifikasi antara lain keluhan pengguna terhadap respons aplikasi yang lambat, khususnya saat membuka aplikasi atau mengakses menu tertentu, yang berdampak pada menurunnya efisiensi dalam penggunaan sehari-hari. Selain itu, masih ditemukan berbagai kendala lain yang berkaitan dengan beberapa variabel dalam metode TAM. Oleh karena itu, peneliti melakukan studi di Bank Danamon untuk menganalisis tingkat kepuasan pengguna layanan *mobile banking* Danamon dengan menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)*.

2. KAJIAN PUSTAKA

A. Mobile Banking

Mobile banking merupakan sebuah layanan yang dirancang untuk memberikan kemudahan dalam mengakses informasi serta melakukan transaksi keuangan secara cepat dan *real-time*. Layanan ini dapat diakses oleh nasabah melalui aplikasi berbasis *mobile* yang terhubung dengan jaringan internet. Keberadaan *mobile banking* sangat membantu masyarakat dalam melakukan berbagai transaksi, baik keuangan maupun non-

keuangan, secara praktis hanya melalui perangkat *smartphone* (Kota & Kusumastuti, 2022). Selain itu menurut OJK *mobile banking* adalah alat transaksi yang digunakan melalui perangkat seluler. Dengan adanya aplikasi berbasis internet yaitu *mobile banking* sangat memberikan kemudahan dalam mengakses informasi (Kumalasanti & Susliyanti, 2022).

B. Kepuasan Nasabah

Kepuasan pengguna terhadap layanan adalah hal penting dalam memberi pelayanan pengguna. Puas berarti pengguna akan merasakan bahwa mereka mendapatkan semua keinginan mereka dengan cepat dan tepat waktu. Kepuasan nasabah terjadi pada saat seluruh kebutuhan, keinginan, dan harapan nasabah terpenuhi sesuai dengan ekspektasi mereka. Di samping itu semua nasabah tidak hanya mendapatkan kepuasan saja, mereka juga mendapatkan rasa tidak puas terhadap layanan yang diberikan (Palelu et al., 2022).

1. Harga

Produk dengan kualitas yang setara namun ditawarkan dengan harga yang lebih terjangkau akan memberikan persepsi nilai yang lebih tinggi di mata konsumen, sehingga menjadi faktor penting dalam memengaruhi kepuasan pengguna.

2. Pelayanan dan Fasilitas

Kualitas layanan dan kelengkapan fasilitas yang sesuai atau bahkan melebihi harapan nasabah akan menciptakan tingkat kepuasan yang tinggi, karena pengalaman positif ini memperkuat kepercayaan dan loyalitas pengguna terhadap layanan perbankan.

3. Emosional

Nasabah cenderung merasa bangga dan percaya diri jika menggunakan produk yang dianggap memiliki tingkat kepuasan tinggi, bahkan bisa menimbulkan kekaguman dari orang lain.

4. Biaya

Kepuasan muncul ketika nasabah tidak dibebani biaya tambahan. Misalnya, fasilitas ATM memberikan kenyamanan karena kemudahan yang ditawarkan.

5. Kualitas Produk

Pengguna akan merasakan kepuasan jika produk yang diperoleh memiliki kualitas yang sangat baik dan sesuai harapan (Sariatin & Ekawati, 2023).

C. PT Bank Danamon Tbk

Dengan nama awal PT Bank Kopra Indonesia, PT Bank Danamon Tbk didirikan pada tahun 1956. Bank Danamon Indonesia berganti nama pada tahun 1976, dan nama ini masih digunakan hingga saat ini. Di tahun yang sama, Danamon menjadi bank devisa swasta pertama yang ada di Indonesia. Selanjutnya, bank ini beralih menjadi perusahaan terbuka pada tahun 1989 dan mulai mencatatkan sahamnya di bursa. Namun, Danamon menghadapi tekanan likuiditas yang signifikan selama krisis moneter Asia 1997 hingga akhirnya berada di bawah pengawasan Badan Penyelamatan Perbankan Nasional (BPPN) (Profil Perusahaan PT Bank Danamon Indonesia Tbk, 2024). PT Bank Danamon Tbk adalah salah satu bank swasta nasional terbesar kedua di Indonesia, dan juga berada di antara lima bank komersial terbesar di negeri ini. Organisasi keuangan ini dikenal karena membantu usaha kecil dan menengah (UKM) dan menyediakan layanan perbankan yang luas untuk nasabah perusahaan dan institusi di berbagai wilayah Indonesia (Syafriada et al., 2023).

D. Metode Technology Acceptance Model (TAM)

Adaptasi teori TRA untuk memahami penerimaan teknologi oleh pengguna menghasilkan model TAM yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989. Model ini menekankan dua konstruk utama: persepsi kegunaan (persepsi tentang kegunaan teknologi) dan persepsi kemudahan penggunaan. Fokus utama TAM adalah untuk menyediakan platform analisis untuk mengevaluasi bagaimana elemen eksternal memengaruhi kepercayaan, pandangan, dan keinginan pengguna untuk mengadopsi teknologi tertentu (Stefany et al., 2021). Lima komponen utama membentuk struktur dasar TAM yang belum dimodifikasi. Mereka adalah persepsi kemudahan penggunaan (*kemudahan penggunaan*), persepsi kegunaan (*kegunaan yang dirasakan*), sikap terhadap penggunaan (*sikap terhadap penggunaan*), niat untuk menggunakan (*niat untuk menggunakan*), dan penggunaan sistem yang sebenarnya. Hingga tahun 2003, kemajuan model TAM dibagi menjadi empat fase perkembangan: model introspeksi (tahap pengenalan model), model validasi (tahap validasi), model perluasan (tahap perluasan), dan model pengelaborasi (Ardianto & Azizah, 2021).

3. METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Kegiatan penelitian dilakukan di PT Bank Danamon cabang Binjai yang berlokasi di Jl. Jendral Sudirman No.60 Binjai, Sumatra Utara dan terhitung dari tanggal 10 Februari – 23 April 2025.

B. Analisis Data

Model ekonomi untuk menganalisis data. Pengumpulan data ini dengan menggunakan kuesioner dengan skala lima poin yaitu 1 sampai 5 yang menunjukkan bahwa (Sangat Tidak Setuju) sampai (Sangat Setuju) dan terdiri dari 18 pertanyaan.

- 1) Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)
- a) Validitas konvergen dapat diukur dengan mengevaluasi nilai loading dari masing-masing indikator dalam satu variabel.

$$AVE = \frac{\sum \lambda_i^2}{\sum \lambda_i^2 + \sum \text{var}(\epsilon_i)} \quad (1)$$

- b) Penilaian reliabilitas pada indikator reflektif dapat dilakukan dengan menggunakan dua pendekatan, yaitu *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*.

$$\rho_c = \frac{(\sum \lambda_i)^2}{(\sum \lambda_i)^2 + \sum \text{var}(\epsilon_i)} \quad (2)$$

Keterangan:

$\lambda_i^2 = \text{factor loading}$

$\text{var}(\epsilon_i) = 1 - \lambda_i^2(i)$

C. Populasi dan Sampel

- 1) Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna layanan *mobile banking* Danamon *D-Bank PRO* di Kota Binjai yang memenuhi kriteria sebagai objek penelitian. Pengukuran kepuasan pengguna difokuskan pada individu yang masih aktif menggunakan layanan tersebut dalam kurun waktu satu tahun terakhir.

- 2) Sampel

Penentuan sampel dalam penelitian ini didasarkan pada kriteria sebagai berikut:

- Responden merupakan masyarakat yang tinggal di wilayah Kota Binjai dengan rentang usia antara 20 hingga 35 tahun.
- Responden merupakan pengguna aktif aplikasi *mobile banking* Danamon *D-Bank PRO* yang berdomisili di Kota Binjai.

- 3) Teknik Pengambilan Sampel

Penarikan sampel dilakukan berdasarkan jawaban yang diberikan oleh responden, dan penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan perhitungan berdasarkan rumus Lemeshow (1997).

$$\frac{n = z^2 p (1-p)}{d^2} \quad (3)$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

z = nilai standar distribusi normal sebesar 1,96

p = proporsi maksimum yang diharapkan, yaitu 0,5 (50%)

d = tingkat kesalahan pengambilan sampel (*margin of error*) sebesar 0,10 atau 10%

Berdasarkan perhitungan menggunakan parameter tersebut, jumlah minimum sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 responden. Namun, untuk menyesuaikan dengan kondisi dan keterbatasan dalam pelaksanaan penelitian, jumlah tersebut kemudian disederhanakan dan dibulatkan menjadi 15 responden oleh peneliti.

D. Variabel Penelitian

- 1) Variabel Independen (X)

Penelitian ini menggunakan pendekatan TAM sebagai kerangka teoritis, yang terdiri atas beberapa variabel utama, yaitu: *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Attitude Toward Using*, *Behavioral Intention to Use*, serta *Actual System Use*.

- 2) Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah tingkat kepuasan pengguna terhadap aplikasi *mobile banking* Danamon *D-Bank PRO*.

E. Data Responden Kuesioner

Berikut pertanyaan untuk responden:

Nama : Novia Randa

Jenis Kelamin : ☒ Perempuan

☐ Laki-laki

Umur : ☒ 20 tahun

☐ 20–25 tahun

☐ 25–35 tahun

Pekerjaan : Mahasiswa

Tabel 1. Skala Penilaian (Skala Likert)

Opsi Jawaban	Kode	Skor
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Netral	N	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

1) Variabel Perceived Ease of Use (PEU)

Tabel 2. Pertanyaan Kuesioner PEU

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Aplikasi <i>mobile banking</i> Danamon menawarkan kemudahan dalam pengoperasian.					
2.	Antarmuka aplikasi D-Bank PRO memudahkan saya dalam melakukan transaksi.					
3.	Layanan <i>mobile banking</i> D-Bank PRO mempermudah saya dalam melakukan transaksi.					
4.	Layanan <i>mobile banking</i> D-Bank PRO memberikan informasi akun secara tepat dan cepat.					
5.	Proses transaksi melalui D-Bank PRO berjalan secara akurat dan cepat.					

2) Variabel Perceived Usefulness (PU)

Tabel 3. Pertanyaan Kuesioner PU

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Penggunaan D-Bank PRO membuat transaksi perbankan saya menjadi lebih efisien.					
2.	Aplikasi <i>mobile banking</i> D-Bank PRO membantu saya menghemat waktu dalam melakukan transaksi.					
3.	Saya merasa pengelolaan rekening tabungan melalui D-Bank PRO sudah sesuai dengan kebutuhan saya.					
4.	Saya merasakan manfaat dari penggunaan layanan <i>mobile banking</i> .					

3) Variabel Attitude Toward Use (ATU)

Tabel 4. Pertanyaan Kuesioner ATU

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa nyaman saat melakukan transaksi menggunakan D-Bank PRO.					
2.	Aplikasi <i>mobile banking</i> D-Bank PRO memberikan pengalaman yang menyenangkan dalam melakukan transaksi.					
3.	D-Bank PRO menyediakan layanan yang sesuai dengan seluruh kebutuhan perbankan saya.					

4) Variabel Behavioral Intention to Use (BIU)

Tabel 5. Pertanyaan Kuesioner BIU

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	D-Bank PRO akan tetap menjadi pilihan utama saya dalam melakukan transaksi keuangan di masa depan.					
2.	Saya akan merekomendasikan aplikasi banking D-Bank PRO kepada teman atau keluarga saya.					
3.	Saya lebih memilih <i>mobile banking</i> D-Bank PRO dibandingkan dengan cara data ke Bank langsung.					
4.	Saya memilih layanan <i>mobile banking</i> D-Bank PRO karena memberikan rasa aman saat digunakan.					

5) Variabel Usage Behavior (UB)

Tabel 6. Pertanyaan Kuesioner UB

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Apakah anda menggunakan <i>mobile banking</i> D-Bank PRO 2 – 4 kali dalam seminggu					
2.	Apakah anda menghabiskan waktu kurang dari 5 menit dalam menggunakan aplikasi <i>mobile banking</i> D-Bank PRO					

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Metode Technology Acceptance Model (TAM)

Model Technology Acceptance Model (TAM) digunakan untuk mengukur tingkat penerimaan pengguna terhadap suatu sistem atau aplikasi melalui beberapa variabel utama, yaitu:

1. Perceived Usefulness (PU): persepsi terhadap manfaat atau kegunaan aplikasi.
2. Perceived Ease of Use (PEOU): persepsi terhadap kemudahan penggunaan aplikasi.

3. Attitude Toward Using (ATU): sikap pengguna terhadap penggunaan aplikasi.
4. Behavioral Intention to Use (BI): niat pengguna untuk menggunakan aplikasi.
5. Actual Use (AU): frekuensi dan durasi penggunaan aktual.

1) Rata-Rata Skor Responden

Hasil perhitungan rata-rata skor untuk setiap variabel adalah sebagai berikut:

- Perceived Usefulness (PU) : 3
- Perceived Ease of Use (PEOU) : 3
- Attitude Toward Using (ATU) : 2
- Behavioral Intention to Use (BI) : 3
- Actual Use (AU) : 2

2) Kriteria Interpretasi Skor

Tabel 7. Interpretasi Skor

Rentang Skor	Kategori
4.21–5.00	Sangat tinggi
3.41–4.20	Tinggi
2.61–3.40	Sedang
1.81–2.60	Rendah
1.00–1.80	Sangat rendah

3) Hasil Interpretasi Variabel

Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh kategori masing-masing variabel sebagai berikut:

- Perceived Usefulness (PU) : Sedang
- Perceived Ease of Use (PEOU) : Sedang
- Attitude Toward Using (ATU) : Rendah
- Behavioral Intention to Use (BI) : Sedang
- Actual Use (AU) : Rendah

Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat penerimaan pengguna terhadap aplikasi berdasarkan model TAM berada pada kategori **sedang**.

B. Pengujian Statistik

1) Uji Validitas Variabel Perceived Ease of Use (X1)

Tabel 8. Uji Validitas Variabel Perceived Ease of Use

Item	rUji	rTabel	Ket
Aplikasi <i>mobile banking</i> Danamon menawarkan kemudahan dalam pengoperasian.	.471	.1638	Valid
Antarmuka aplikasi D-Bank PRO memudahkan saya dalam melakukan transaksi.	.428	.1638	Valid
Layanan <i>mobile banking</i> D-Bank PRO mempermudah saya dalam melakukan transaksi.	.482	.1638	Valid
Layanan <i>mobile banking</i> D-Bank PRO memberikan informasi akun secara tepat dan cepat.	.620	.1638	Valid
Proses transaksi melalui D-Bank PRO berjalan secara akurat dan cepat.	.414	.1638	Valid

2) Uji Validitas Variabel Perceived Usefulness (X2)

Tabel 9. Uji Validitas Variabel Perceived Usefulness

Item	rUji	rTabel	Ket
Penggunaan D-Bank PRO membuat transaksi perbankan saya menjadi lebih efisien.	.486	.1638	Valid
Aplikasi <i>mobile banking</i> D-Bank PRO membantu saya menghemat waktu dalam melakukan transaksi.	.578	.1638	Valid
Saya merasa pengelolaan rekening tabungan melalui D-Bank PRO sudah sesuai dengan kebutuhan saya.	.466	.1638	Valid
Saya merasakan manfaat dari penggunaan layanan <i>mobile banking</i> .	.364	.1638	Valid

3) Uji Validitas Variabel Attitude Toward Use (X3)

Tabel 10. Uji Validitas Variabel Perceived Usefulness

Item	rUji	rTabel	Ket
Saya merasa nyaman saat melakukan transaksi menggunakan D-Bank PRO.	.529	.1638	Valid
Aplikasi <i>mobile banking</i> D-Bank PRO memberikan pengalaman yang menyenangkan dalam melakukan transaksi.	.561	.1638	Valid
D-Bank PRO menyediakan layanan yang sesuai dengan seluruh kebutuhan perbankan saya.	.576	.1638	Valid

4) Uji Validitas Variabel Behavioral Intention to Use (X4)

Tabel 11. Uji Validitas Variabel Behavioral Intention to Use

Item	rUji	rTabel	Ket
D-Bank PRO akan tetap menjadi pilihan utama saya dalam melakukan transaksi keuangan di masa depan.	.604	.1638	Valid

Item	rUji	rTabel	Ket
Saya akan merekomendasikan aplikasi banking D-Bank PRO kepada teman atau keluarga saya.	.493	.1638	Valid
Saya lebih memilih mobile banking D-Bank PRO dibandingkan dengan cara data ke Bank langsung.	.521	.1638	Valid
Saya memilih layanan mobile banking D-Bank PRO karena memberikan rasa aman saat digunakan.	.521	.1638	Valid

5) Uji Validitas Variabel Usage Behavioral (X5)

Tabel 12. Uji Validitas Variabel Usage Behavioral

Item	rUji	rTabel	Ket
Apakah anda menggunakan <i>mobile banking</i> D-Bank PRO 2 – 4x dalam seminggu.	.599	.1638	Valid
Apakah anda menghabiskan waktu < 5 menit dalam menggunakan aplikasi <i>mobile banking</i> D-Bank PRO.	.616	.1638	Valid
Apakah anda menggunakan <i>mobile banking</i> D-Bank PRO 2 – 4 x dalam seminggu.	.602	.1638	Valid
Apakah anda menghabiskan waktu < 5 menit dalam menggunakan aplikasi <i>mobile banking</i> D-Bank PRO.	.364	.1638	Valid

6) Uji Reliabilitas

Tabel 13. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Min Alpha	Kesimpulan
Perceived Ease of Use	.843	.70	Valid
Perceived Usefulness	.791	.70	Valid
Attitude Toward Use	.840	.70	Valid
Behavioral Intention to Use	.865	.70	Valid
Usage Behavior	.873	.70	Valid

7) Uji Analisis Regresi Berganda

Tabel 14. Uji Analisis Regresi Berganda

		Correlations					
		kp	peu	Pu	atu	biu	ub
Pearson Correlation	kp	1.000	.415	.325	.348	.519	.472
	peu	.415	1.000	.067	.025	.046	.219
	pu	.325	.067	1.000	-.083	.109	.140
	atu	.348	.025	-.083	1.000	-.039	-.010
	biu	.519	.046	.109	-.039	1.000	.087
Sig. (1-tailed)	ub	.472	.219	.140	-.010	.087	1.000
	kp	.	.000	.000	.000	.000	.000
	peu	.000	.	.253	.403	.326	.014
	pu	.000	.253	.	.206	.141	.082
	atu	.000	.403	.206	.	.348	.460
N	biu	.000	.326	.141	.348	.	.194
	ub	.000	.014	.082	.460	.194	.
	kp	100	100	100	100	100	100
	peu	100	100	100	100	100	100
	pu	100	100	100	100	100	100
	atu	100	100	100	100	100	100
	biu	100	100	100	100	100	100
	ub	100	100	100	100	100	100

8) Uji Normalitas

Tabel 15. Uji Normalitas (Y)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.34317021
Most Extreme Differences	Absolute	.097
	Positive	.097
	Negative	-.063
Test Statistic		.097
Asymp. Sig. (2-tailed)		.022 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

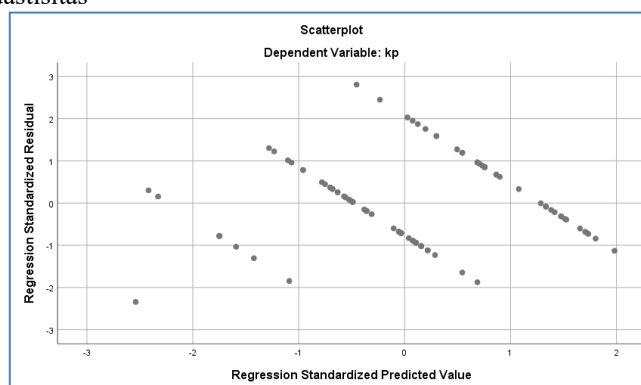
9) Uji Multikolinearitas

Tabel 16. Uji Multikolinearitas Variabel Y

Model	Coefficients ^a		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	-	.291	-	.000		
	1.235			4.239		
peu	.329	.061	.294	.000	.949	1.053
pu	.267	.061	.239	.000	.963	1.038
atu	.369	.052	.382	.000	.991	1.009
biu	.450	.052	.465	.000	.981	1.019
ub	.341	.056	.337	.000	.932	1.073

a. Dependent Variable: kp

10) Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1. Scatter Plots Variabel Y

11) Uji Autokorelasi

Tabel 17. Uji Autokorelasi Variabel Y

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.856 ^a	.733	.719	.352	2.117

a. Predictors: (Constant), ub, atu, biu, pu, peu

b. Dependent Variable: kp

12) Durbin Watson

Tabel 18. Durbin Watson

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
71	1.5865	1.6435	1.5577	1.6733	1.5284	1.7041	1.4987	1.7358	1.4685	1.7685
72	1.5895	1.6457	1.5611	1.6751	1.5323	1.7054	1.5029	1.7366	1.4732	1.7688
73	1.5924	1.6479	1.5645	1.6768	1.5360	1.7067	1.5071	1.7375	1.4778	1.7691
74	1.5953	1.6500	1.5677	1.6785	1.5397	1.7079	1.5112	1.7383	1.4822	1.7694
75	1.5981	1.6521	1.5709	1.6802	1.5432	1.7092	1.5151	1.7390	1.4866	1.7698
76	1.6009	1.6541	1.5740	1.6819	1.5467	1.7104	1.5190	1.7399	1.4909	1.7701
77	1.6036	1.6561	1.5771	1.6835	1.5502	1.7117	1.5228	1.7407	1.4950	1.7704
78	1.6063	1.6581	1.5801	1.6851	1.5535	1.7129	1.5265	1.7415	1.4991	1.7708
79	1.6089	1.6601	1.5830	1.6867	1.5568	1.7141	1.5302	1.7423	1.5031	1.7712
80	1.6114	1.6620	1.5859	1.6882	1.5600	1.7153	1.5337	1.7430	1.5070	1.7716
81	1.6139	1.6639	1.5888	1.6898	1.5632	1.7164	1.5372	1.7438	1.5109	1.7720
82	1.6164	1.6657	1.5915	1.6913	1.5663	1.7176	1.5406	1.7446	1.5146	1.7724
83	1.6188	1.6675	1.5942	1.6928	1.5693	1.7187	1.5440	1.7454	1.5183	1.7728
84	1.6212	1.6693	1.5969	1.6942	1.5723	1.7199	1.5472	1.7462	1.5219	1.7732
85	1.6235	1.6711	1.5995	1.6957	1.5752	1.7210	1.5505	1.7470	1.5254	1.7736
86	1.6258	1.6728	1.6021	1.6971	1.5780	1.7221	1.5536	1.7478	1.5289	1.7740
87	1.6280	1.6745	1.6046	1.6985	1.5808	1.7232	1.5567	1.7485	1.5322	1.7745
88	1.6302	1.6762	1.6071	1.6999	1.5836	1.7243	1.5597	1.7493	1.5356	1.7749
89	1.6324	1.6778	1.6095	1.7013	1.5863	1.7254	1.5627	1.7501	1.5388	1.7754
90	1.6345	1.6794	1.6119	1.7026	1.5889	1.7264	1.5656	1.7508	1.5420	1.7758
91	1.6366	1.6810	1.6143	1.7040	1.5915	1.7275	1.5685	1.7516	1.5452	1.7763
92	1.6387	1.6826	1.6166	1.7053	1.5941	1.7285	1.5713	1.7523	1.5482	1.7767
93	1.6407	1.6841	1.6188	1.7066	1.5966	1.7295	1.5741	1.7531	1.5513	1.7772
94	1.6427	1.6857	1.6211	1.7078	1.5991	1.7306	1.5768	1.7538	1.5542	1.7776
95	1.6447	1.6872	1.6233	1.7091	1.6015	1.7316	1.5795	1.7546	1.5572	1.7781
96	1.6466	1.6887	1.6254	1.7103	1.6039	1.7326	1.5821	1.7553	1.5600	1.7785
97	1.6485	1.6901	1.6275	1.7116	1.6063	1.7335	1.5847	1.7560	1.5628	1.7790
98	1.6504	1.6916	1.6296	1.7128	1.6086	1.7345	1.5872	1.7567	1.5656	1.7795
99	1.6522	1.6930	1.6317	1.7140	1.6108	1.7355	1.5897	1.7575	1.5683	1.7799
100	1.6540	1.6944	1.6337	1.7152	1.6131	1.7364	1.5922	1.7582	1.5710	1.7804

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SPSS, nilai Durbin–Watson yang ditampilkan pada kolom *Model Summary* adalah sebesar 2,117. Nilai tersebut kemudian dibandingkan dengan nilai kritis pada tabel Durbin–Watson pada tingkat signifikansi 5%, dengan parameter (k ; N), di mana jumlah variabel independen adalah 5 ($k = 5$) dan jumlah sampel adalah 15 ($N = 15$), sehingga diperoleh (k ; N) = (5; 15).

Berdasarkan tabel Durbin–Watson, diperoleh nilai batas bawah (dL) sebesar 1,5710 dan batas atas (dU) sebesar 1,7804. Karena nilai Durbin–Watson sebesar 2,117 berada di antara nilai dU (1,7804) dan $4 - dU$ (2,2196), maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi dalam model regresi. Dengan demikian, salah satu asumsi klasik dalam analisis regresi telah terpenuhi.

13) Uji Parsial (Uji t)

Tabel 19. Uji Parsial Variabel Y (Uji t Variabel Y)

Model		Coefficients ^a		t	Sig.	Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			Tolerance	VIF
		B	Std. Error				
1	(Constant)	-1.235	.291	-4.239	.000		
	peu	.329	.061	5.385	.000	.949	1.053
	pu	.267	.061	4.402	.000	.963	1.038
	atu	.369	.052	7.144	.000	.991	1.009
	biu	.450	.052	8.648	.000	.981	1.019
	ub	.341	.056	6.116	.000	.932	1.073

a. Dependent Variable: kp

Tabel 20. tTable

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	129.209	166.388	198.969	237.327	263.790	319.392
82	0.67749	129.196	166.365	198.932	237.289	263.712	319.262
83	0.67746	129.183	166.342	198.896	237.212	263.637	319.135
84	0.67742	129.171	166.320	198.861	237.156	263.563	319.011
85	0.67739	129.159	166.298	198.827	237.102	263.491	318.890
86	0.67735	129.147	166.277	198.793	237.049	263.421	318.772
87	0.67732	129.136	166.256	198.761	236.998	263.353	318.657
88	0.67729	129.125	166.235	198.729	236.947	263.286	318.544
89	0.67726	129.114	166.216	198.698	236.898	263.220	318.434
90	0.67723	129.103	166.196	198.667	236.850	263.157	318.327
91	0.67720	129.092	166.177	198.638	236.803	263.094	318.222
92	0.67717	129.082	166.159	198.609	236.757	263.033	318.119
93	0.67714	129.072	166.140	198.580	236.712	262.973	318.019
94	0.67711	129.062	166.123	198.552	236.667	262.915	317.921
95	0.67708	129.053	166.105	198.525	236.624	262.858	317.825
96	0.67705	129.043	166.088	198.498	236.582	262.802	317.731
97	0.67703	129.034	166.071	198.472	236.541	262.747	317.639
98	0.67700	129.025	166.055	198.447	236.500	262.693	317.549
99	0.67698	129.016	166.039	198.422	236.461	262.641	317.460
100	0.67695	129.007	166.023	198.397	236.422	262.589	317.374

Berdasarkan hasil uji t menggunakan SPSS, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai t hitung sebesar 5,385 lebih besar daripada t tabel 1,66023, sehingga secara parsial variabel Perceived Ease of Use berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna.
2. Nilai t hitung sebesar 4,402 lebih besar daripada t tabel 1,66023, sehingga secara parsial variabel Perceived Usefulness berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna.
3. Nilai t hitung sebesar 7,144 lebih besar daripada t tabel 1,66023, sehingga secara parsial variabel Attitude Toward Use berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna.
4. Nilai t hitung sebesar 8,648 lebih besar daripada t tabel 1,66023, sehingga secara parsial variabel Behavioral Intention to Use berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna.
5. Nilai t hitung sebesar 6,116 lebih besar daripada t tabel 1,66023, sehingga secara parsial variabel Usage Behavior berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna.

Dengan demikian, seluruh variabel independen dalam model penelitian terbukti memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan pengguna.

14) Uji Simultan (Uji f)

Tabel 21. Uji Parsial Variabel Y (Uji F Variabel Y)

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F
1	Regression	32.051	5	6.410	51.683
	Residual	11.659	94	.124	
	Total	43.710	99		

a. Dependent Variable: kp

b. Predictors: (Constant), ub, atu, biu, pu, peu

Tabel 22. fTable

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77

15) Koefisien Determinasi

Tabel 23. Koefesien Determinasi Variabel Y

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	.856 ^a	.733	.719	.352	2.117	

a. Predictors: (Constant), ub, atu, biu, pu, peu

b. Dependent Variable: kp

16) Hasil Metode TAM dan SPSS

Berdasarkan hasil uji SPSS pada tabel Model Summary, diperoleh nilai R Square sebesar 0,733. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel independen dalam model penelitian mampu menjelaskan pengaruh terhadap variabel Kepuasan Pengguna sebesar 73,3%, sedangkan sisanya sebesar 26,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model regresi atau faktor-faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 24. Hasil Metode TAM dan SPSS

No	Hasil	Range	Nilai	Kepuasan
1	Metode TAM	4.21–5.00 = Sangat tinggi 3.41–4.20 = Tinggi 2.61–3.40 = Sedang 1.81–2.60 = Rendah 1.00–1.80 = Sangat rendah	3	Sedang
2	SPSS	0.9–1 = Sangat tinggi 0.8–0.89 = Tinggi 0.7–0.79 = Sedang 0.6–0.69 = Rendah <0.6 = Sangat rendah	0.733	Sedang

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis kepuasan pengguna layanan mobile e-banking Danamon menggunakan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM), diperoleh beberapa temuan sebagai berikut:

- Hasil uji SPSS pada uji t menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, sehingga secara parsial setiap variabel independen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.
- Hasil uji SPSS pada uji F menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, sehingga secara simultan seluruh variabel berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.
- Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap kepuasan pengguna, sedangkan uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel secara bersama-sama.
- Berdasarkan hasil uji pada tabel Model Summary, diperoleh nilai R Square = 0,733, yang berarti variabel-variabel dalam model mampu menjelaskan kepuasan pengguna sebesar 73,3%, sedangkan 26,7% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian. Nilai tersebut menunjukkan tingkat kemampuan penjelasan model dalam kategori sedang.
- Analisis menggunakan metode TAM memungkinkan peneliti mengetahui tingkat kepuasan pengguna layanan mobile e-banking secara komprehensif.
- Pemanfaatan data pengguna dalam model TAM menunjukkan bahwa metode ini efektif digunakan untuk menganalisis kepuasan pengguna layanan digital perbankan.
- Hasil perhitungan metode TAM menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pengguna berada dalam kategori sedang, dan hasil pengolahan data menggunakan SPSS juga mengonfirmasi bahwa tingkat kepuasan termasuk dalam kategori yang sama.

Tabel 25. Kesimpulan Hasil Analisis TAM Mobile E-Banking Danamon

No	Aspek yang Dianalisis	Hasil Uji SPSS	Interpretasi
1	Uji t (Parsial)	t hitung > t tabel	Setiap variabel independen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna

No	Aspek yang Dianalisis	Hasil Uji SPSS	Interpretasi
2	Uji F (Simultan)	F hitung > F tabel	Seluruh variabel secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna
3	Model Summary (R Square)	R ² = 0,733	73,3% variasi kepuasan dijelaskan model; 26,7% dipengaruhi faktor lain
4	Kategori Kepuasan (TAM)	Sedang	Berdasarkan analisis metode TAM
5	Kategori Kepuasan (SPSS)	Sedang	Konsisten dengan hasil analisis statistik

REFERENSI

- Ardianto, K., & Azizah, N. (2021). Analisis minat penggunaan dompet digital dengan pendekatan technology acceptance model (TAM) pada pengguna di Kota Surabaya. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 13. <https://doi.org/10.33370/jpw.v23i1.511>
- Kota, T. P., & Kusumastuti, S. Y. (2022). Analisis pengaruh minat nasabah dalam menggunakan mobile banking dengan menggunakan kerangka technology acceptance model (TAM). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 10(3), 276–288. <https://doi.org/10.31846/jae.v10i3.515>
- Kumalasanti, M., & Susliyanti, E. D. (2022). Pengaruh pelayanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah perbankan di Yogyakarta. *Jurnal Maneksi*, 9(2), 389–395. <https://doi.org/10.31959/jm.v11i2.1212>
- Maulana, M. H. (2024). Analisis minat pengguna mobile UGT dengan metode technology acceptance model (TAM). *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 7(2), 567–578. [https://doi.org/10.25299/jtb.2024.vol7\(2\).17513](https://doi.org/10.25299/jtb.2024.vol7(2).17513)
- Palelu, D. R. G., Tumbuan, W. J. F. T., & Jorie, R. J. (2022). Pengaruh persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kamsia Boba di Kota Lawang. *Jurnal EMBA*, 10(1), 68–77. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i1.37534>
- PT Bank Danamon Indonesia Tbk. (2024). *Profil perusahaan*. <https://www.danamon.co.id/id/Tentang-Danamon/ProfilPerusahaan>
- Sariatini, S., & Ekawati, C. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 1258–1261. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i4.772>
- Siswoyo, A., & Irianto, B. S. (2023). Analisis technology acceptance model (TAM) terhadap pengguna aplikasi mobile banking. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 7(2), 1196–1205. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1440>
- Stefany, B. A., Wibowo, F. M., & Wiguna, C. (2021). Analisis kepuasan pengguna aplikasi wisata Brebes dengan metode technology acceptance model (TAM). *Journal of Information Systems and Informatics*, 3(1), 172–184. <https://doi.org/10.33557/journalisi.v3i1.107>
- Subowo, M. H. (2020). Pengaruh prinsip technology acceptance model (TAM) terhadap kepuasan pelanggan aplikasi ojek online XYZ. *Walisongo Journal of Information Technology*, 2(2), 79. <https://doi.org/10.21580/wjit.2020.2.2.6939>
- Wiaostono, A., & Ramadhani, E. F. (2021). Pengaruh kualitas layanan ATM dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada KCP Bank BRI Malang. *Journal Koperasi dan Manajemen*, 2(1), 38–48.