

Faktor Penghambat Adopsi *Mobile Banking* Pada Generasi Milenial Mahasiswa Universitas Mulawarman

Dimas Adha Septyan

Universitas Mulawarman, Kabupaten Paser, Kalimantan Timur, 75119

ARTICLE INFO



Received: 6 September 2020

Received in revised:

16 November 2020

Accepted: 27 November 2020

Published: 16 Desember 2020

Open Access

ABSTRACT

The world today is driven by an instant and easy lifestyle. This can be seen from the development of digital-based information technology so that information can be managed in real-time without human assistance by using an automated and sophisticated system. In this case, M-Banking can assist in accessing banking information and services quickly and easily. M-Banking users in the millennial generation of Mulawarman University are low. Therefore, the aim of this study is to analyze the barriers that prevent the millennial generation of Mulawarman University from adopting M-Banking by implementing Innovation Resistance Theory (IRT). This study uses a quantitative method approach through filling out a questionnaire online involving 155 millennial generation respondents at Mulawarman University to empirically test the innovation resilience model. The results showed that of the six barriers studied, value barriers, traditional barriers and image barriers had a negative effect on adoption intentions. This journal contributes by applying less learned perspectives through innovation resistance theory to assist banks in a deeper understanding of consumer behavior and perceptions and helping banks to develop solutions to increase the adoption rate of M-Banking itself.

Keywords: Innovation Resistance Theory, Mobile Banking, Adoption Intention

1. Pendahuluan

Pada saat ini, era dimana segala kemudahan manusia hadir di dalam setiap lini kehidupan melalui adanya perkembangan teknologi. Hal tersebut dapat dilihat dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang berbasis digital yang artinya informasi dapat dikelola secara *real-time* tanpa bantuan manusia dengan menggunakan sebuah sistem yang otomatis dan canggih. Saat ini, informasi dapat diperoleh melalui *gadget* berupa *smartphone* ataupun laptop yang terintegrasi melalui internet. Dengan kemudahan ini maka akan meningkatkan tingkat adopsi teknologi informasi dan komunikasi berbasis digital ditengah masyarakat.

Manusia terus berlomba-lomba dalam menciptakan teknologi informasi yang canggih, aman, dan memberikan informasi secara akurat dan *real-time* akibatnya beberapa sektor mengalami perubahan dengan adanya perkembangan dan inovasi teknologi tersebut, tak terkecuali pada sektor perbankan. Saat ini, bank bersaing dalam memberikan layanan melalui teknologi informasi dan komunikasi tersebut sehingga dapat memposisikan diri sebagai bank yang memiliki nilai lebih dibandingkan para pesaingnya. Dengan perkembangan teknologi informasi ini memungkinkan bank memberikan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah yang

telah berkembang searah dengan perkembangan teknologi dan gaya hidup.

Dunia saat ini didorong oleh apa yang disebut gaya hidup instan, dan layanan *mobile banking* (M-Banking) adalah salah satu cara hidup instan modern. Ketersediaan layanan M-Banking, yang disediakan oleh lembaga perbankan kepada pelanggan mereka, telah mengubah cara aktivitas sehari-hari seperti transaksi harian dilakukan. Ini juga merupakan cara baru bagi bank untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, mengurangi biaya dan meningkatkan model profitabilitas (Liao dan Cheung, 2002). M-Banking adalah fasilitas perbankan melalui komunikasi seluler seperti ponsel dengan penyediaan fasilitas yang mirip dengan ATM. Dengan layanan M-Banking, bank berusaha memfasilitasi akses klien untuk melakukan transaksi di mana saja dan kapan saja tanpa harus pergi ke bank. Hampir semua bank di Indonesia telah menyediakan layanan M-Banking dalam bentuk SIM *toolkit* (Data Layanan Menu) dan teks biasa (SMS manual) atau dikenal sebagai SMS banking. SMS Banking adalah istilah yang mengacu pada layanan yang disediakan oleh bank menggunakan fasilitas SMS untuk melakukan transaksi keuangan dan permintaan informasi keuangan, seperti saldo rekening, dan riwayat transaksi.

Pada observasi awal, pada bulan Mei sampai Juni di Universitas Mulawarman, peneliti

* Corresponding author

E-mail addresses: dimasadhaseptyan@gmail.com

2614-6983/ © 2020 P3M Politeknik Negeri Bengkalis. All rights reserved.

mengamati kondisi di lapangan guna memberikan gambaran secara langsung mengenai tingkat penggunaan M-Banking pada generasi milenial Universitas Mulawarman. Didapati bahwa masih banyak generasi milenial Universitas Mulawarman yang masih mengantre untuk menggunakan ATM untuk layanan transfer dan berbagai pembayaran. Hal ini mengindikasikan bahwa mereka belum memiliki aplikasi pada *smartphone* mereka. Aplikasi M-Banking memiliki fitur yang sama seperti pada fitur yang terdapat di ATM.

Penelitian ini menggunakan *Innovation Resistance Theory* (IRT) dalam proses menganalisis hambatan dalam proses adopsi inovasi. IRT adalah sebuah teori untuk mengukur tingkat resistensi inovasi terhadap pengguna dan/atau calon pengguna dalam proses adopsi sebuah inovasi. Dalam pemeriksaan ketidakmampuan pengguna untuk menerima inovasi, Ram pertama kali mengusulkan gagasan resistensi inovasi dengan tiga dimensi karakteristik inovasi, karakteristik pengguna, dan mekanisme penjualan dan pemasaran untuk memahami alasan orang tidak dapat menerima inovasi (Ram, 1987). Alasan pengguna menolak inovasi adalah karena hambatan yang dihasilkan oleh perubahan dan konflik yang dibawa oleh inovasi (Ram, 1987). Ram juga menemukan bahwa strategi untuk mengurangi resistensi inovasi akan berbeda berdasarkan produk (Ram, 1989)

Ada kebutuhan untuk memahami alasan mengapa pelanggan menolak inovasi tersebut daripada mengapa mereka mengadopsinya karena persepsi pelanggan merupakan sumber kegagalan pasar yang signifikan untuk inovasi (Cheng, Lee & Lee, 2014). Oleh karena itu, hambatan adopsi M-Banking adalah informasi penting untuk bank dalam menentukan langkah yang tepat sehingga M-Banking dapat diterima oleh generasi milenial. Hasil dari penelitian ini membantu bank untuk memiliki wawasan yang lebih baik tentang hubungan antara semua hambatan dan niat adopsi konsumen pada M-Banking pada layanan bank. Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman yang lebih dalam tentang perilaku dan persepsi konsumen dan membantu bank untuk mengembangkan solusi dalam meningkatkan tingkat adopsi M-Banking itu sendiri. Hal inilah yang mendasari peneliti mengambil penelitian yang berjudul faktor penghambat adopsi *mobile banking* pada generasi milenial universitas mulawarman.

2. Tinjauan Pustaka

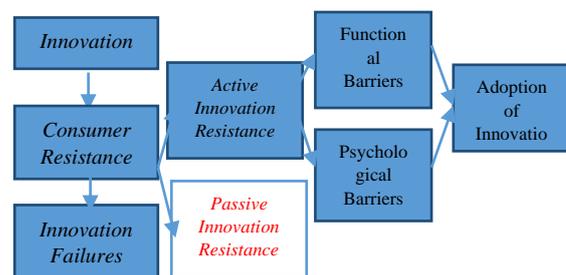
2.1. Innovation Resistance Theory (IRT)

Innovation Resistance Theory (IRT) adalah sebuah teori untuk mengukur tingkat resistensi inovasi terhadap pengguna dan/atau calon pengguna dalam proses adopsi sebuah inovasi. Dalam pemeriksaan ketidakmampuan pengguna untuk menerima inovasi, Ram pertama kali mengusulkan gagasan resistensi inovasi dengan tiga dimensi karakteristik inovasi, karakteristik pengguna, dan mekanisme penjualan dan

pemasaran untuk memahami alasan orang tidak dapat menerima inovasi (Ram, 1987). Alasan pengguna menolak inovasi adalah karena hambatan yang dihasilkan oleh perubahan dan konflik yang dibawa oleh inovasi (Ram, 1987). Ram juga menemukan bahwa strategi untuk mengurangi resistensi inovasi akan berbeda berdasarkan produk (Ram, 1989)

Resistensi inovasi telah disebut sebagai salah satu yang penting dalam faktor penentu keberhasilan untuk adopsi inovasi teknologi dan telah digambarkan sebagai hasil dari mengatasi resistensi. Resistensi konsumen memainkan peran penting dalam keberhasilan inovasi karena dapat menghambat atau menunda adopsi konsumen. Salah satu penyebab utama kegagalan pasar dalam berinovasi adalah resistensi yang mereka temui diantara konsumen. Sementara sebagian besar penelitian berfokus pada kesuksesan inovasi dan alasan untuk mengadopsinya, IRT bertujuan untuk menjelaskan mengapa seseorang menolak inovasi.

Penelitian ini berfokus pada tingkat resistensi inovasi terhadap adopsi M-Banking untuk menjelaskan hubungan antara inovasi, resistensi inovasi, bentuk-bentuk resistensi inovasi, dan hambatan untuk adopsi maka peneliti menyertakan model konsep untuk memahami penelitian ini.



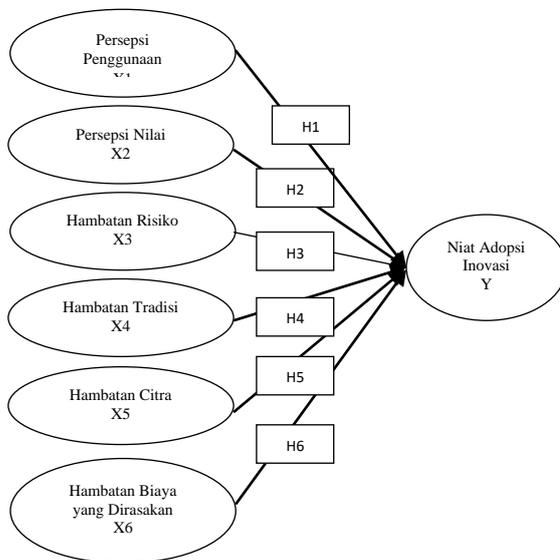
Gambar 1. Model Konsep Penelitian
Sumber : Heidenreich dan Handrich (2015)

Heidenreich dan Handrich (2015) mengidentifikasi bahwa ada perbedaan antara resistensi inovasi aktif dan pasif. Resistensi inovasi aktif dibentuk oleh konsumen melalui atribut terkait produk atau layanan tertentu yang menyiratkan bahwa mereka memutuskan untuk menolak inovasi karena aspek tertentu. Sedangkan, resistensi inovasi pasif adalah istilah yang lebih abstrak yang menggambarkan resistensi umum terhadap inovasi dan perubahan yang tidak terkait langsung dengan produk atau layanan.

Penelitian ini berfokus pada layanan yang terdapat pada M-Banking, resistensi inovasi aktif menjadi pertimbangan dalam menganalisis faktor penghambat adopsi inovasi yang dilatarbelakangi oleh hambatan fungsional dan hambatan psikologis.

2.2. Model dan Hipotesis

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian sebagai berikut:



Gambar 2. Kerangka Konseptual

2.2.1. Hambatan Penggunaan

Hambatan penggunaan mulai berperan saat inovasi dilakukan tidak kompatibel dengan alur kerja, praktik, atau kebiasaan yang ada, dan ini mungkin merupakan penyebab paling umum bagi resistensi konsumen terhadap inovasi (Barati dan Mohammadi, 2009). Faktor lain yang dapat memengaruhi hambatan pengguna adalah kerumitan dalam menggunakan produk inovasi tersebut. Kerumitan adalah derajat sebuah inovasi dianggap sebagai suatu yang sulit untuk dipahami dan digunakan (Ram, 1987; Slyke, Loy dan Day, 2002). Faktor ini menunjukkan bahwa, tingkat adopsi produk inovatif akan tinggi jika konsumen merasakan adanya kemudahan penggunaan produk yang ditawarkan oleh produk inovatif (Marshall, Rainer dan Morris, 2003). Kemudahan dalam menggunakan produk inovatif akan mempercepat tingkat adopsinya dikarenakan produk tersebut dapat digunakan oleh siapapun dan tidak banyak dibutuhkan waktu untuk mempelajarinya.

H1 : Hambatan penggunaan berpengaruh negatif terhadap niat adopsi

2.2.2. Hambatan Nilai

Hambatan nilai membahas nilai yang diberikan inovasi kepada konsumen. Lebih khusus, Ram dan Sheth (1989) merujuk pada nilai moneter inovasi dan bahwa inovasi perlu memberikan "nilai kinerja – harga terbaik" yang meyakinkan. Hambatan nilai adalah penolakan terhadap penggunaan produk atau layanan ketika mereka tidak memenuhi persepsi pengguna tentang nilai kinerja ke harga berbeda dengan pengganti lainnya (Rammile & Nel, 2012). Penolakan atas penggunaan produk ini disebabkan adanya

sebuah ketidakpuasan pengguna dan ketidakmampuan produsen dalam memenuhi persepsi pengguna dalam menggunakan produk tersebut.

H2 : Hambatan nilai berpengaruh negatif terhadap niat adopsi

2.2.3. Hambatan Risiko

Hambatan risiko erat kaitannya kepada risiko yang dapat diterima oleh pengguna dalam menggunakan produk atau jasa yang tidak mereka ketahui. Dengan perubahan yang dibawa inovasi kepada konsumen, juga risiko tertentu dikaitkan dengan mereka karena produk atau layanan baru mengandung beberapa ketidakpastian (Ram & Sheth 1989). Konsumen yang sadar akan risiko cenderung menolak inovasi.

H3 : Hambatan risiko berpengaruh negatif terhadap niat adopsi

2.2.4. Hambatan Tradisi

Hambatan tradisi diklasifikasikan sebagai penyebab resistensi inovasi psikologis dan diuraikan oleh Ram dan Sheth (1989) sebagai gangguan terhadap rutinitas yang telah lama ditetapkan dan dihargai. Misalnya dalam konteks inovasi teknologi, ketika seseorang menggunakan teknologi layanan mandiri (*self-service technologies*) tanpa menggunakan pramuniaga atau ketakutan umum bahwa teknologi akan menggantikan pekerjaan manusia (lallouna, 2013). Semakin besar tradisi terganggu, semakin besar resistensi dari konsumen (Ram & Sheth, 1989).

H4 : Hambatan tradisi berpengaruh negatif terhadap niat adopsi

2.2.5. Hambatan Citra

Hambatan citra adalah pikiran negatif individu terhadap alat teknologi dan persepsi komplikasi penggunaan. Penghalang citra terbentuk jika konsumen memiliki ekspektasi negatif terhadap merek, industri, negara, dan efek dari inovasi tersebut. Hambatan citra dibentuk secara unik melalui prasangka atau klise, oleh karena itu penilaiannya dianggap secara subjektif masing-masing.

H5 : Hambatan citra berpengaruh negatif terhadap niat adopsi

2.2.6. Hambatan Biaya yang Digunakan

Persepsi biaya sejauh mana konsumen mengharapkan bahwa menggunakan sebuah teknologi tertentu akan membutuhkan biaya (Peng, Xiu, dan Liu, 2011). Hambatan ini dipengaruhi adanya biaya yang dirasakan oleh pengguna dalam menggunakan produk inovasi.

H6 : Hambatan biaya yang dirasakan berpengaruh negatif terhadap niat adopsi

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dalam melihat hubungan variabel terhadap objek yang diteliti bersifat sebab akibat

(kausal). Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan kategori responden mahasiswa dan mahasiswi yang tidak menggunakan M-Banking dan termasuk generasi milenial di Universitas Mulawarman. Kategori ini dianggap tidak memiliki jumlah pasti, oleh karena itu, penentuan jumlah sampel minimal pada penelitian ini mengacu pada pernyataan Hair *et al.*, (2010) bahwa banyaknya sampel sebagai responden harus disesuaikan dengan banyaknya indikator pertanyaan yang digunakan pada kuesioner, dengan asumsi $n \times 5$ *observed variable* (indikator) sampai dengan $n \times 10$ *observed variable* (indikator). Pada penelitian ini, terdapat 31 item pernyataan. Maka, batas minimal responden untuk penelitian ini adalah $31 \times 5 = 155$, sedangkan batas maksimalnya adalah $31 \times 10 = 310$. Dengan demikian responden yang akan diambil 155 responden. Jumlah tersebut dianggap sudah cukup mewakili populasi yang akan diteliti karena sudah memenuhi batas minimal sampel. Penelitian ini memilih 155 responden generasi milenial, dengan pertimbangan kelompok generasi ini adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan teknik observasi dan kuesioner dengan metode penyebaran kuesioner secara daring. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert.

4. Hasil Penelitian

Uji Validitas

Kriteria yang digunakan untuk uji validitas dengan menetapkan taraf signifikan (α) sebesar 5%, maka item pernyataan dikatakan valid jika memiliki nilai probabilitas tingkat kesalahan sebesar 5% (0,05) dan jumlah responden sebesar 155 orang ($n = 155$). Dengan ini maka untuk menemukan valid atau tidaknya pernyataan yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut: tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 5\%$), degree of freedom ($df = n-2 = 155-2 = 153$, didapat r tabel = 0.133. Apabila r hitung lebih besar daripada r tabel maka item pernyataan dinyatakan valid. Hasil uji validitas dapat ditunjukkan pada tabel 4.4 dibawah ini:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Hambatan Penggunaan	X1.1	0.790	0.133	Valid
		X1.2	0.831	0.133	Valid
		X1.3	0.738	0.133	Valid
		X1.4	0.747	0.133	Valid
2	Hambatan Nilai	X2.1	0.671	0.133	Valid
		X2.2	0.750	0.133	Valid
		X2.3	0.754	0.133	Valid
		X2.4	0.738	0.133	Valid
		X2.5	0.714	0.133	Valid
3	Hambatan Risiko	X3.1	0.864	0.133	Valid
		X3.2	0.897	0.133	Valid

4	Hambatan Tradisi	X3.3	0.899	0.133	Valid
		X3.4	0.904	0.133	Valid
		X3.5	0.825	0.133	Valid
		X4.1	0.783	0.133	Valid
5	Hambatan Citra	X4.2	0.879	0.133	Valid
		X4.3	0.864	0.133	Valid
		X4.4	0.782	0.133	Valid
		X5.1	0.814	0.133	Valid
6	Hambatan Biaya yang Dirasakan	X5.2	0.838	0.133	Valid
		X5.3	0.818	0.133	Valid
		X6.1	0.837	0.133	Valid
		X6.2	0.819	0.133	Valid
		X6.3	0.900	0.133	Valid
		X6.4	0.827	0.133	Valid
		X6.5	0.826	0.133	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas diatas, dapat dinyatakan bahwa seluruh item pernyataan pada kuesioner dinyatakan valid. Selanjutnya akan dilakukan uji reliabilitas untuk mengukur pernyataan dalam kuesioner konsisten dan stabil untuk dilakukan pengujian secara berulang.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Item	Hasil Uji
Hambatan Penggunaan	.781	4	Reliabel
Hambatan Nilai	.775	5	Reliabel
Hambatan Risiko	.926	5	Reliabel
Hambatan Tradisi	.845	4	Reliabel
Hambatan Citra	.777	3	Reliabel
Hambatan Biaya yang Dirasakan	.895	5	Reliabel

Berdasarkan hasil perhitungan uji reliabilitas pada tabel diatas, didapat nilai Cronbach's Alpha lebih besar daripada 0,600 agar kuesioner dapat dijadikan sebagai alat ukur dalam penelitian. Kesimpulannya adalah kuesioner yang digunakan untuk menganalisis faktor penghambat mobile banking pada generasi milenial Universitas Mulawarman dapat dijadikan alat ukur yang reliabel dan memberikan hasil yang konsisten.

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah tiap variabel memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi datanya normal. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan statistik Kolmogorov-Smirnov dengan SPSS versi 16. Kriteria yang digunakan adalah melalui nilai Asymp. Sig (2 tailed). Nilai signifikansi (α) yang ditentukan adalah 5% (0.05%). Jika hasil pengujian menunjukkan nilai Asymp. Sig (2 tailed) > 0.05 maka data berdistribusi normal. Hasil uji normalitas ditunjukkan pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		155
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.75199617
Most Extreme Differences	Absolute	.051
	Positive	.051
	Negative	-.044
Kolmogorov-Smirnov Z		.631
Asymp. Sig. (2-tailed)		.821

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, bahwa diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.821. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat signifikansi pada penelitian diatas 5% atau 0.05 (0.821 > 0.05). Maka data-data penelitian telah memenuhi distribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menganalisis korelasi antara variabel independen. Model regresi yang baik adalah tidak terdapat korelasi antar variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dapat dilihat nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Apabila nilai tolerance > 0.10 atau VIF < 10, maka tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen. Uji multikolinearitas pada penelitian ini menggunakan program SPSS versi 16. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Hambatan Penggunaan	0.459	2,177	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Hambatan Nilai	0.456	2,194	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Hambatan Risiko	0.643	1,556	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Hambatan Tradisi	0.545	1,833	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Hambatan Citra	0.425	2,359	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Hambatan Biaya yang Dirasakan	0.550	1,817	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Dari hasil pengujian multikolinearitas pada tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel independen memiliki nilai *tolerance* > 0.10 atau VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan bebas multikolinearitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Persamaan Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	28.075	1.304
Hambatan Penggunaan	.131	.132
Hambatan Nilai	-.582	.103
Hambatan Risiko	.102	.066
Hambatan Tradisi	-.417	.096
Hambatan Citra	-.383	.165
Hambatan Biaya	.225	.086

a. Dependent Variable: Niat Adopsi

Berdasarkan tabel diatas, didapat nilai konstanta dan koefisien regresi sehingga dibentuk persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$\text{Niat Adopsi} = 28.075 + 0,131 (\text{Hambatan Penggunaan}) - 0,582 (\text{Hambatan Nilai}) + 0,102 (\text{Hambatan Risiko}) - 0,417 (\text{Hambatan Tradisi}) - 0,383 (\text{Hambatan Citra}) + 0,225 (\text{Hambatan Biaya yang Dirasakan})$$

Hal ini menunjukkan terdapat hubungan negatif antara hambatan nilai, hambatan tradisi, dan hambatan citra pada niat adopsi. Sementara itu, terdapat hubungan yang positif antara hambatan penggunaan, hambatan risiko, dan hambatan biaya pada niat adopsi.

Uji Hipotesis Uji T (Parsial)

Uji T digunakan untuk mengetahui hubungan pada masing-masing variabel independen yang meliputi hambatan penggunaan, hambatan nilai, hambatan risiko, hambatan tradisi, hambatan citra, dan hambatan biaya yang dirasakan terhadap variabel dependen yaitu niat adopsi.

Uji hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:
 H_0 : Bila thitung menunjukkan hubungan positif, maka variabel independen secara individu

memiliki hubungan positif terhadap variabel dependen
 H_1 : Bila thitung menunjukkan hubungan negatif, maka variabel independen secara individu memiliki hubungan negatif terhadap variabel dependen.

Coefficients ^a		
Model	t	Sig.
1 (Constant)	21.536	0
Hambatan Penggunaan	0.990	0.324
Hambatan Nilai	-5.639	.000
Hambatan Risiko	1.536	0.127
Hambatan Tradisi	-4.327	.000
Hambatan Citra	-2.316	0.022
Hambatan Biaya	2.599	0.01

a. Dependent Variable: Niat Adopsi

Tabel 6. Hasil Uji T (Parsial)

- a) Uji Pengaruh Parsial Hambatan Penggunaan terhadap Niat Adopsi
 Berdasarkan tabel diatas, diketahui nilai thitung 0,990 < ttabel 1,976. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 ditolak dan H0 diterima. Hal tersebut berarti terdapat pengaruh positif antara hambatan penggunaan terhadap niat adopsi.
- b) Uji Pengaruh Parsial Hambatan Nilai terhadap Niat Adopsi
 Berdasarkan tabel diatas, diketahui nilai thitung -5,639 > ttabel 1,976. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak. Hal tersebut berarti terdapat pengaruh negatif antara hambatan nilai terhadap niat adopsi.
- c) Uji Pengaruh Parsial Hambatan Risiko terhadap Niat Adopsi
 Berdasarkan tabel diatas, diketahui nilai thitung 1,536 < ttabel 1,976. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 ditolak dan H0 diterima. Hal tersebut berarti terdapat pengaruh positif antara hambatan risiko terhadap niat adopsi.
- d) Uji Pengaruh Parsial Hambatan Tradisi terhadap Niat Adopsi.
 Berdasarkan tabel diatas, diketahui nilai thitung -4,327 > ttabel 1,976. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak. Hal tersebut berarti terdapat pengaruh negatif antara hambatan tradisi terhadap niat adopsi.
- e) Uji Pengaruh Parsial Hambatan Citra terhadap Niat Adopsi.
 Berdasarkan tabel diatas, diketahui nilai thitung -2,316 > ttabel 1,976. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak. Hal tersebut berarti terdapat pengaruh negatif antara hambatan citra terhadap niat adopsi.

- f) Uji Pengaruh Parsial Hambatan Biaya yang Dirasakan terhadap Niat Adopsi.

Berdasarkan tabel diatas, diketahui nilai thitung 2,599 > ttabel 1,976. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak. Hal tersebut berarti terdapat pengaruh positif antara hambatan biaya yang dirasakan terhadap niat adopsi.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.679 ^a	.460	.439	2.80723

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai *Adjusted R Square* adalah 0,439, hal ini berarti hambatan penggunaan, hambatan nilai, hambatan risiko, hambatan tradisi, hambatan citra, dan hambatan biaya yang dirasakan berpengaruh sebesar 43,9% terhadap niat adopsi, sedangkan 56,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

5. Pembahasan

Pengaruh Hambatan Penggunaan terhadap Niat Adopsi

Hambatan Penggunaan memiliki hubungan yang positif dengan nilai koefisien sebesar 0,131 dan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat adopsi. Hal tersebut dikarenakan hambatan penggunaan memiliki nilai signifikan sebesar 0,324 yang lebih dari 0,05. Hal tersebut berarti terdapat pengaruh positif antara hambatan penggunaan terhadap niat adopsi

Menurut Rahman (2013) alasan utama hambatan ini terjadi karena tingkat literasi pengguna yang membatasi mereka dalam mengamankan informasi rahasia pada akun saat melakukan transaksi. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan Yee et al (2015) yang menyatakan terdapat hubungan negatif pada hambatan penggunaan terhadap niat adopsi pada Generasi X di Malaysia. Generasi milenial dinilai lebih adaptif dalam perkembangan teknologi informasi sehingga hambatan penggunaan tidak menjadi dominan dalam proses adopsi inovasi. Mahasiswa milenial di lingkungan universitas mulawarman merasa tidak memiliki kesulitan dan kebingungan terhadap penggunaan dan perkembangan M-Banking. Namun mereka masih mempertimbangkan untuk mengadopsi M-Banking dimasa depan jika benar-benar dibutuhkan.

Pengaruh Hambatan Nilai terhadap Niat Adopsi

Hambatan Nilai memiliki hubungan yang negatif dengan nilai koefisien sebesar -0,582

dan berpengaruh signifikan terhadap niat adopsi. Hal tersebut dikarenakan hambatan nilai memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 yang kurang dari 0,05. Hal tersebut berarti terdapat pengaruh negatif antara hambatan nilai terhadap niat adopsi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Yee *et al.* (2015), Mimoun *et al.* (2013), Generasi milenial di universitas mulawarman merasa bahwa mereka tidak memiliki keuntungan apapun dari M-Banking jika dibandingkan dengan cara lain yang biasa mereka lakukan, seperti menggunakan jasa teller bank, ATM, dan uang fisik. Berdasarkan Mimoun *et al.* (2013) alasan lain mengapa nilai menjadi penghambat karena pengguna tidak memenuhi pengalaman yang diinginkan seperti kenyamanan selama menggunakan M-Banking.

Pengaruh Hambatan Risiko terhadap Niat Adopsi

Hambatan risiko memiliki hubungan yang positif dengan nilai koefisien sebesar 0,102 dan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat adopsi. Hal tersebut dikarenakan hambatan risiko memiliki nilai signifikan sebesar 0,127 yang lebih dari 0,05. Hal tersebut berarti terdapat pengaruh positif namun tidak berpengaruh signifikan antara hambatan risiko terhadap niat adopsi.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Khan *et al.* (2009) dan Makongoro (2014) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan positif pada hambatan resiko terhadap niat adopsi. berdasarkan hasil dari penelitian Makongoro (2014) menyatakan mayoritas responden percaya bahwa tetap aman untuk menggunakan layanan M-Banking namun beberapa responden masih tidak menyetujuinya karena mereka merasa informasi pribadi mereka mungkin akan jatuh ke tangan yang salah atau data menghilang ketika mencoba untuk menggunakan layanan M-Banking.

Pengaruh Hambatan Tradisi terhadap Niat Adopsi

Hambatan tradisi memiliki hubungan yang negatif dengan nilai koefisien sebesar -0,417 dan berpengaruh signifikan terhadap niat adopsi. Hal tersebut dikarenakan hambatan tradisi memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 yang kurang dari 0,05. Hal tersebut berarti terdapat pengaruh negatif antara hambatan tradisi terhadap niat adopsi.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Yee *et al.* (2015) dan Dotzauer & Haiss (2017) yang menyatakan terdapat hubungan negatif terhadap niat adopsi. Hal ini dapat terjadi apabila konsumen lebih memilih menggunakan uang fisik karena tidak melihat keuntungan yang didapat ketika menggunakan pembayaran digital (Dotzauer & Haiss, 2017). Generasi milenial Universitas Mulawarman merasa kebiasaan mereka untuk melakukan transaksi dengan menggunakan uang fisik dan ATM sulit dihilangkan. Hambatan tradisi juga terjadi karena kenyamanan pelanggan saat melakukan transaksi keuangan mendapat bantuan dari teller bank daripada menggunakan M-Banking.

Pengaruh Hambatan Citra terhadap Niat Adopsi

Hambatan citra memiliki hubungan yang negatif dengan nilai koefisien sebesar -0,417 dan berpengaruh signifikan terhadap niat adopsi. Hal tersebut dikarenakan hambatan tradisi memiliki nilai signifikan sebesar 0,022 yang kurang dari 0,05. Hal tersebut berarti terdapat pengaruh negatif antara hambatan citra terhadap niat adopsi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yee *et al.* (2015), Dotzauer & Haiss (2017), dan Mack (2018). Hambatan citra terbentuk ketika konsumen memiliki pengalaman dan kesan yang buruk dalam menggunakan layanan digital sebelumnya (Lian, Liu & Liu, 2012).

Pengaruh Hambatan Biaya yang Digunakan terhadap Niat Adopsi

Hambatan biaya yang dirasakan memiliki hubungan yang positif dengan nilai koefisien sebesar 0,225 dan berpengaruh signifikan terhadap niat adopsi. Hal tersebut dikarenakan hambatan biaya yang dirasakan memiliki nilai signifikan sebesar 0,010 yang kurang dari 0,05. Hal tersebut berarti terdapat pengaruh positif antara hambatan biaya yang dirasakan terhadap niat adopsi.

Biaya untuk mengakses layanan M-Banking sepenuhnya dibebankan kepada pengguna dengan memotong saldo pulsa. Besarnya biaya layanan tergantung layanan yang diakses pengguna. Sebagai contohnya, biaya layanan M-Banking pada Bank Mandiri yaitu biaya transaksi sebesar Rp. 500 dan untuk notifikasi SMS sebesar Rp. 500. Sedangkan, biaya layanan M-Banking pada Bank BRI dapat diakses mulai dari Rp. 250 – Rp. 6.500 dan untuk notifikasi SMS sebesar Rp.500. Generasi milenial Universitas Mulawarman tidak merasakan biaya tersebut sebagai beban yang besar dalam proses mengakses layanan M-Banking.

6. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dijabarkan oleh penulis, maka dapat ditarik kesimpulan hambatan nilai, hambatan tradisi, dan hambatan citra berpengaruh negatif terhadap niat adopsi. Pada uji hipotesis secara parsial menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara variabel hambatan nilai, hambatan tradisi, dan hambatan citra terhadap niat adopsi M-Banking. Sedangkan, pada hambatan penggunaan, hambatan risiko, dan hambatan biaya yang dirasakan berhubungan positif. Pada uji hipotesis secara parsial menunjukkan terdapat hubungan yang tidak signifikan antara variabel hambatan penggunaan dan hambatan risiko serta terdapat hubungan yang signifikan antara variabel biaya yang dirasakan terhadap niat adopsi. Dari hasil analisis koefisien determinasi didapat nilai 0,439, hal ini berarti hambatan penggunaan, hambatan nilai, hambatan risiko, hambatan tradisi, hambatan citra, dan hambatan biaya yang dirasakan berpengaruh sebesar

43,9% terhadap niat adopsi, sedangkan 56,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

Hambatan-hambatan yang dirasakan oleh mahasiswa dan mahasiswi Universitas Mulawarman terlebih khusus pada generasi milenial dapat ditekan dan diminimalisir oleh pihak bank. Apabila hambatan-hambatan tersebut dapat ditekan maka harapannya akan meningkatkan niat adopsi M-Banking dan dapat memberikan kepuasan bagi para nasabah.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dengan mengembangkan penelitian ini lebih luas dan mendalam serta menggunakan populasi penelitian yang lebih luas.

Referensi

- Barati, S., & Mohammadi, S. (2009). An Efficient Model to Improve Customer Acceptance of Mobile Banking, *World Congress on Engineering and Computer Science*, 2, 1-5
- Cheng, S., Lee, S. J., & Lee, K. R. (2014). User Resistance of Mobile Banking in China: Focus on Perceived Risk. *International Journal of Security and Its Applications*, 8(2), 167-172.
- Dotzauer & Haiss. (2017). Barriers towards the adoption of mobile payment services (An empirical investigation of consumer resistance in the context of Germany). *Karlstad Business School*.
- Heidenreich, S., & Handrich, M. (2015). What about Passive Innovation Resistance? Investigating Adoption-Related Behavior from a Resistance Perspective. *Journal Of Product Innovation Management*, 32 (6), 878-903.
- Khan, K., Tutor, K.H., & Abraha, D. (2009). Factors Affecting Consumer Resistance to Innovation. *Jonkoping University*.
- Lian, J. W., Liu, H. M., & Liu, I. L. (2012). Applying innovation resistance theory to understand user acceptance of online shopping: The moderating effect of different product types. *Computer Technology and Application*, 3(2), 188-193.
- Mack. (2018). Factors influencing consumers' adoption of and resistance to functional food product innovations. *University of Twente*.
- Makongoro, G. (2014). Factor Influencing Customer Adoption of Mobile Banking Service in Tanzania. *University of Tanzania*.
- Mimoun, M. S. B., Bailey, A. A., & Sassi, H. (2013). Understanding mobile internet

- adoption by Tunisian consumers: extending the technology acceptance model. *AMA Winter Educators' Conference Proceedings*, 24, 394-403.
- Peng, H., Xu, X., & Liu, W. (2011). Drivers and Barriers in the Acceptance of Mobile Payment in China. *Communication in Information Science and Management Engineering*, 1(5), 73-78.
- Rahman, M. M. (2013). Barriers to M-commerce Adoption in Developing Countries- A Qualitative Study among the Stakeholders of Bangladesh. *The International Technology Management Review*, 3(2), 80-91.
- Ram, S. (1987). A model of innovation resistance. *Advances in Consumer Research*, 14(1), 208-211.
- Ram, S. (1989). Successful innovation using strategies to reduce consumer resistance. *Journal of Product Innovation Management*, 6(1), 20-3.
- Ram, S., & Sheth, J. N. (1989). Consumer resistance to innovations: The marketing problem and its solutions. *The Journal of Consumer Marketing*, 6(2), 5-14.
- Rammile, N. & Nel, J. (2012). Understanding resistance to cell phone banking adoption through the application of the technology acceptance model (TAM). *Journal of Business Management*, 6(1), 86-97.
- Lallouna, H. C. (2013). Resistance, motivations, trust and intention to use mobile financial services. *International Journal of Bank Marketing*, 31(7).
- Liao, Z. & Cheung, M (2002) Internet-based e-banking and consumer attitudes: An empirical study. *Information and management*, 39(4), 283-295
- Yee C.M., Moorthy, K. Ling, C.S. Fatt, Y.W. Yin, E.C.K. Yee, K.S. Wei, L.K. (2015). Barriers of Mobile Commerce Adoption Intention: Perceptions of Generation X in Malaysia. *Universiti Tunku Abdul Rahman*.