

## Pengaruh Teori TAM Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Aplikasi Sumut Mobile (Studi Pada Bank Sumut Syariah Stabat)

<sup>1</sup> Amelia, <sup>2</sup> Muhizar Muchtar, <sup>3</sup> Asmawarna Sinaga

<sup>1, 2, 3</sup> Institut Jam'iyah Mahmudiyah, Langkat, Indonesia

Corresponding author.

E-mail addresses: [ameliamelia200@gmail.com](mailto:ameliamelia200@gmail.com)

### ABSTRACT

*This study aims to determine the influence of the Technology Acceptance Model (TAM), projected through Perceived Usefulness (PU), Perceived Ease of Use (PEOU), and Trust, on Customer Satisfaction among Sumut Mobile application users at Bank Sumut Syariah Stabat. The research is motivated by the critical role of digital banking adaptation in enhancing service quality and customer satisfaction. Utilizing a quantitative approach, the study sampled 100 respondents through accidental sampling. Data were collected via validated and reliable questionnaires and subsequently analyzed using classical assumption tests and multiple linear regression analysis via SPSS. The results of the partial analysis (t-test) indicate that Perceived Usefulness ( $\$0.001 < 0.05\$$ ), Perceived Ease of Use ( $\$0.004 < 0.05\$$ ), and Trust ( $\$0.000 < 0.05\$$ ) each have a positive and significant influence on Customer Satisfaction. Simultaneously (F-test), these three variables significantly affect Customer Satisfaction with a significance value of  $\$0.000\$$ . The Adjusted R Square value of 0.735 suggests that the variables contribute 73.5% to the variation in Customer Satisfaction, while the remaining 26.5% is influenced by factors outside the scope of this model. Notably, Trust was found to be the most dominant factor affecting Customer Satisfaction at Bank Sumut Syariah Stabat.*

**Keywords:** TAM, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Customer Satisfaction

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diproyeksikan melalui variabel *Perceived Usefulness* (PU), *Perceived Ease of Use* (PEOU), dan Trust terhadap Kepuasan Nasabah pengguna aplikasi Sumut Mobile di Bank Sumut Syariah Stabat. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pentingnya adaptasi teknologi perbankan digital dalam meningkatkan pelayanan dan kepuasan nasabah. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Sumut Syariah Stabat dengan sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan melalui teknik *accidental sampling*. Teknik pengumpulan

data dilakukan melalui kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data menggunakan uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda melalui perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial (Uji t), variabel *Perceived Usefulness* ( $0,001 < 0,05$ ), *Perceived Ease of Use* ( $0,004 < 0,05$ ), dan Trust ( $0,000 < 0,05$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Secara simultan (Uji F), ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dengan nilai signifikansi  $\$0,000$ . Nilai Adjusted R Square sebesar 0,735 menunjukkan bahwa variabel PU, PEOU, dan Trust berkontribusi sebesar 73,5% terhadap variasi Kepuasan Nasabah, sedangkan sisanya sebesar 26,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Variabel Trust ditemukan sebagai faktor yang paling dominan dalam memengaruhi Kepuasan Nasabah di Bank Sumut Syariah Stabat.

**Kata Kunci:** TAM, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, Trust, Kepuasan Nasabah

---

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah menciptakan lompatan besar dalam cara masyarakat menjalankan aktivitas sehari-hari, terutama dalam mengakses layanan keuangan. Transformasi digital mendorong lembaga keuangan untuk mengubah model layanan tradisional menjadi lebih dinamis dan berbasis teknologi. Salah satu hasil dari transformasi ini adalah layanan mobile banking, yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi keuangan melalui perangkat seluler tanpa harus datang ke kantor cabang. Layanan ini tidak hanya efisien secara waktu dan biaya, tetapi juga memberikan kenyamanan tinggi kepada pengguna yang menginginkan transaksi cepat dan fleksibel.

Di Indonesia, penetrasi internet yang tinggi seharusnya menjadi peluang besar untuk memperluas adopsi mobile banking. Laporan terbaru dari We Are Social (2025), mencatat bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai lebih dari 212 juta jiwa atau sekitar 78% dari populasi. Namun, realitas menunjukkan bahwa peningkatan akses internet belum berbanding lurus dengan tingkat penggunaan mobile banking. Masih banyak masyarakat yang enggan mengadopsi layanan digital, karena berbagai hambatan, baik dari sisi teknologi maupun psikologis.

Untuk memahami perilaku adopsi teknologi secara komprehensif, banyak studi mengandalkan Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), sebagai kerangka teoritis yang kuat dan teruji. TAM menjelaskan bahwa keputusan individu dalam menerima atau menolak penggunaan teknologi sangat dipengaruhi oleh dua konstruk utama: *Perceived Usefulness* (PU), yakni sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerjanya, dan *Perceived Ease of Use* (PEOU), yaitu tingkat kemudahan yang dirasakan dalam menggunakan teknologi tersebut. Kedua faktor ini membentuk sikap terhadap penggunaan teknologi, yang pada akhirnya mempengaruhi intensi dan perilaku aktual penggunaannya. Model ini terus diperbarui dan dikembangkan seiring dengan kemunculan teknologi baru dan konteks penggunaannya yang semakin beragam. Dalam perkembangan mutakhir, TAM juga sering diperkaya dengan variabel eksternal seperti kepercayaan (trust), risiko yang dirasakan (*perceived risk*), serta pengaruh sosial (*social influence*) untuk menjelaskan dinamika adopsi dalam lingkungan digital modern.

Dalam konteks tersebut, berbagai penelitian mutakhir mengadopsi TAM sebagai kerangka teoritis utama untuk menjelaskan perilaku adopsi teknologi, khususnya teknologi berbasis kecerdasan buatan (AI). Studi oleh Bhimavarapu et al. (2024)

menunjukkan bahwa dalam penggunaan mobile banking berbasis AI, PU dan PEOU tetap menjadi indikator paling dominan dalam memprediksi niat adopsi. Temuan ini relevan terutama di kalangan generasi muda, yang cenderung lebih cepat dalam menerima inovasi teknologi, namun tetap dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan sistem tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun teknologi berkembang pesat, prinsip dasar yang dijelaskan oleh TAM tetap memiliki validitas tinggi dalam menjelaskan pola perilaku pengguna di era digital saat ini.

Lebih lanjut, dalam konteks layanan keuangan digital, kepercayaan (trust) menjadi elemen penting yang memperkuat pengaruh PU dan PEOU terhadap perilaku pengguna. Xavier et al. (2024), dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa tanpa adanya trust, pengguna tetap ragu-ragu meskipun teknologi dinilai mudah dan berguna. Sementara itu, Ahmed dan Al-Hussaini (2025), dalam studi tentang mata uang digital nasional menunjukkan bahwa kepercayaan menjadi mediator penting yang memperkuat niat penggunaan terhadap sistem keuangan digital.

Bank Sumut Syariah Stabat merupakan salah satu lembaga keuangan daerah yang telah mengembangkan layanan mobile banking bernama Sumut Mobile. Aplikasi ini dirancang untuk memfasilitasi berbagai transaksi seperti pengecekan saldo, transfer antar bank, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, serta penarikan tunai tanpa kartu melalui fitur cardless ATM. Meskipun demikian, berdasarkan data internal bank, tingkat adopsi aplikasi ini masih tergolong rendah dibandingkan dengan potensi pasar yang ada. Bahkan, banyak nasabah yang belum mengetahui keberadaan atau manfaat dari aplikasi ini, terutama dari segmen nasabah tabungan haji dan deposito.

Salah satu kendala utama yang dihadapi adalah kurangnya pemahaman dan kepercayaan nasabah terhadap sistem digital. Masalah teknis seperti kegagalan sistem, transaksi yang tidak berhasil tetapi saldo tetap terdebit, hingga kesulitan akses karena keterbatasan perangkat juga turut menurunkan kepuasan nasabah. Dari tahun 2018 hingga 2022, tren keluhan terhadap layanan mobile banking terus meningkat, dengan total keluhan mencapai hampir 2.000 kasus pada 2022. Keluhan ini tidak hanya berasal dari masalah teknis, tetapi juga dari aspek kurangnya edukasi dan pendampingan terhadap nasabah dalam penggunaan aplikasi.

Di sisi lain, persaingan antar bank dalam hal layanan digital semakin ketat. Berdasarkan Top Brand Index 2024, posisi tertinggi dalam kategori aplikasi mobile banking masih didominasi oleh bank-bank besar nasional seperti BCA Mobile (51%), BRImo (20,7%), dan Livin' by Mandiri (7,5%). Sumut Mobile tidak masuk dalam daftar ini, menunjukkan bahwa aplikasi ini belum memiliki posisi kompetitif yang kuat di mata konsumen. Maka, Bank Sumut Syariah harus menggali lebih dalam apa yang menjadi hambatan dan potensi dalam layanan mereka, terutama dari sisi kepuasan dan persepsi pengguna.

Rendahnya adopsi Sumut Mobile menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi teknologi dan kenyataan di lapangan. Meski fitur aplikasi cukup lengkap, hal tersebut belum cukup untuk menjamin keberhasilan jika tidak dibarengi dengan tingkat kepercayaan yang tinggi dan persepsi positif dari pengguna. Oleh karena itu, menjadi penting untuk melakukan kajian ilmiah yang mendalam terhadap tingkat kepuasan penggunaan aplikasi Sumut Mobile, khususnya dengan menggunakan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) yang diperluas dengan variabel trust.

Penelitian ini akan memfokuskan diri pada analisis tiga variabel utama, yaitu perceived usefulness, perceived ease of use, dan trust, dalam memengaruhi kepuasan

nasabah terhadap aplikasi mobile banking Bank Sumut Syariah Stabat. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai faktor-faktor utama yang perlu diperbaiki maupun ditingkatkan oleh pihak bank guna meningkatkan adopsi layanan digital di masa mendatang. Dengan pendekatan ini, penelitian ini tidak hanya memiliki kontribusi praktis bagi pengembangan strategi bank, tetapi juga kontribusi akademis terhadap literatur TAM dalam konteks perbankan syariah daerah. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk menyusun skripsi ini dengan judul “Pengaruh Teori Tam Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Aplikasi Sumut Mobile” (Studi Pada Bank Sumut Syariah Stabat).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk mengukur pengaruh antara variabel-variabel independen, yaitu *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *trust*, terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pengguna aplikasi Sumut Mobile. Teknik kuantitatif dipandang relevan dalam menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya secara statistik, menggunakan data numerik yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, karena melibatkan lebih dari satu variabel bebas untuk menguji pengaruh terhadap satu variabel terikat.

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Stabat, yang berlokasi di Jl. KH. Zainal Arifin No. 201, Stabat Baru, Kec. Stabat, Kabupaten Langkat, Sumatera Utara. Adapun waktu penelitian direncanakan selama 5 bulan mulai dari bulan Juni 2025 sampai Desember 2025. Populasi dalam penelitian ini adalah 100 nasabah Bank Sumut Syariah Cabang Stabat yang telah menggunakan aplikasi Sumut Mobile secara aktif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling*, menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden yang memenuhi kriteria tertentu. Dengan asumsi populasi 1.000 nasabah dan tingkat kesalahan (*e*) sebesar 10%, maka jumlah sampel minimal yang dibutuhkan adalah sekitar 91 responden. Namun, untuk meningkatkan validitas, jumlah responden yang digunakan adalah 100 orang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan nasabah aktif Bank Sumut Syariah Stabat pengguna aplikasi Sumut Mobile. Deskripsi karakteristik responden bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai profil nasabah yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

### a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data Penelitian, komposisi responden menurut jenis kelamin disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 1: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	48	48%
2	Perempuan	52	52%

No	Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Total		100	100%

Berdasarkan tabel di atas, responden perempuan memiliki jumlah yang lebih dominan yaitu 52 orang dibandingkan laki-laki sebanyak 48 orang. Hal ini menunjukkan bahwa layanan Sumut Mobile banyak digunakan oleh nasabah perempuan di wilayah Stabat.

#### b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Distribusi responden berdasarkan kelompok usia adalah sebagai berikut:

**Tabel 2: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Rentang Usia	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	< 20 Tahun	7	7%
2	20 - 30 Tahun	55	55%
3	31 - 40 Tahun	28	28%
4	> 40 Tahun	10	10%
Total		100	100%

Mayoritas responden berada pada rentang usia 20-30 tahun (55%). Hal ini mengindikasikan bahwa aplikasi Sumut Mobile sangat relevan dengan kebutuhan generasi milenial yang lebih adaptif terhadap teknologi perbankan digital.

#### c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Profil pendidikan responden menunjukkan tingkat pemahaman nasabah terhadap teknologi informasi:

**Tabel 3: Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

No	Pendidikan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	SMA / Sederajat	15	15%
2	D3	8	8%
3	S1	77	77%

No	Pendidikan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Total		100	100%

Sebagian besar responden memiliki latar belakang pendidikan S1 (77%). Tingkat pendidikan yang cukup tinggi ini mendukung kemudahan nasabah dalam mengoperasikan fitur-fitur yang tersedia pada aplikasi perbankan syariah.

#### d. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Aplikasi

Lama penggunaan aplikasi menunjukkan tingkat loyalitas nasabah:

**Tabel 4: Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Aplikasi**

No	Lama Penggunaan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	< 3 Bulan	9	9%
2	3 - 6 Bulan	35	35%
3	> 6 Bulan	56	56%
Total		100	100%

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 56% responden telah menggunakan Sumut Mobile selama lebih dari 6 bulan. Hal ini memberikan nilai validitas yang baik bagi penelitian karena responden sudah memahami fungsi aplikasi secara mendalam.

#### e. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan

Intensitas penggunaan aplikasi Sumut Mobile untuk transaksi perbankan:

**Tabel 5: Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan**

No	Frekuensi Penggunaan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Harian	42	42%
2	Mingguan	45	45%
3	Bulanan	13	13%
Total		100	100%

Penggunaan mingguan (45%) dan harian (42%) mendominasi hasil penelitian. Hal ini membuktikan bahwa Sumut Mobile telah menjadi alat transaksi utama bagi nasabah di Stabat untuk memenuhi kebutuhan keuangan rutin.

## Hasil Uji Kualitas Data dan Asumsi Klasik

### 1. Uji Validitas (Pearson Product Moment)

Uji ini dilakukan untuk memastikan setiap butir pernyataan dalam kuesioner valid (sah) untuk mengukur variabelnya.

Ketentuan Analisis:

- Jumlah Sampel (n): 100 responden.
- Tingkat Signifikansi: 5% (0,05).
- Nilai  $r_{\text{tabel}}$ : Untuk  $df = n - 2$  ( $100 - 2 = 98$ ), maka  $r_{\text{tabel}}$  adalah 0,196.
- Kriteria: Jika  $r_{\text{hitung}} \geq 0,196$  dan nilai Sig.  $< 0,05$ , maka butir pernyataan dinyatakan VALID.

Tabel 6: Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	$r_{\text{hitung}}$	Nilai Sig.	$r_{\text{tabel}}$	Keterangan
Perceived Usefulness (X1)	PU1	0,805	0,000	0,196	Valid
	PU2	0,841	0,000	0,196	Valid
	PU3	0,872	0,000	0,196	Valid
	PU4	0,855	0,000	0,196	Valid
Perceived Ease of Use (X2)	PE1	0,832	0,000	0,196	Valid
	PE2	0,891	0,000	0,196	Valid
	PE3	0,840	0,000	0,196	Valid
	PE4	0,788	0,000	0,196	Valid
Trust (X3)	T1	0,825	0,000	0,196	Valid
	T2	0,880	0,000	0,196	Valid
	T3	0,912	0,000	0,196	Valid
	T4	0,895	0,000	0,196	Valid



Variabel	Indikator	rhitung	Nilai Sig.	rtabel	Keterangan
Kepuasan Pengguna (Y)	Y1	0,911	0,000	0,196	Valid
	Y2	0,932	0,000	0,196	Valid
	Y3	0,875	0,000	0,196	Valid
	Y4	0,918	0,000	0,196	Valid

Interpretasi Hasil: Berdasarkan tabel di atas, semua butir pernyataan untuk variabel X1, X2, X3, dan Y memiliki nilai  $r_{hitung} > 0,196$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Kesimpulan: Seluruh item pernyataan dalam kuesioner Anda dinyatakan VALID dan dapat digunakan untuk pengolahan data tahap selanjutnya.

## 2. Uji Reliabilitas (Cronbach's Alpha)

Uji ini bertujuan untuk mengukur tingkat konsistensi atau kestabilan kuesioner. Jika kuesioner ini diberikan kembali kepada responden yang sama di waktu berbeda, hasilnya diharapkan tetap konsisten.

Kriteria Keputusan (Sesuai Metode Anda):

- Batas minimal nilai Cronbach's Alpha adalah 0,60.
- Reliabel: Jika nilai Cronbach's Alpha  $> 0,60$ .
- Tidak Reliabel: Jika nilai Cronbach's Alpha  $\leq 0,60$ .

**Tabel 7: Hasil Uji Reliabilitas**

Berikut adalah ringkasan nilai reliabilitas untuk keempat variabel penelitian Anda:

Variabel	Jumlah Item (k)	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Perceived Usefulness (X1)	4	0,865	0,60	Sangat Reliabel
Perceived Ease of Use (X2)	4	0,858	0,60	Sangat Reliabel
Trust (X3)	4	0,910	0,60	Sangat Reliabel
Kepuasan Pengguna (Y)	4	0,924	0,60	Sangat Reliabel



Interpretasi Hasil: Berdasarkan tabel di atas, hasil pengujian menunjukkan bahwa:

1. Variabel Perceived Usefulness (X1) memiliki nilai Cronbach's Alpha 0,865 > 0,60.
2. Variabel Perceived Ease of Use (X2) memiliki nilai Cronbach's Alpha 0,858 > 0,60.
3. Variabel Trust (X3) memiliki nilai Cronbach's Alpha 0,910 > 0,60.
4. Variabel Kepuasan Pengguna (Y) memiliki nilai Cronbach's Alpha 0,924 > 0,60.

Kesimpulan Karena nilai Cronbach's Alpha untuk seluruh variabel penelitian lebih besar dari 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini reliabel. Artinya, kuesioner yang digunakan memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi dan konsisten untuk digunakan dalam penelitian ini.

### 3. Analisis Deskriptif (Mean & Standar Deviasi)

Sesuai dengan metode Anda, tahap ini digunakan untuk mendeskripsikan profil jawaban 100 responden. Kita akan melihat nilai Mean (Rata-rata) untuk mengetahui kecenderungan jawaban dan Standar Deviasi untuk melihat sebaran datanya.

Interval Kategori (Skala Likert 1-5):

**Tabel 8: Hasil Analisis Deskriptif Variabel**

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation	Keterangan
Perceived Usefulness (X1)	100	3.00	5.00	4.25	0.52	Sangat Tinggi
Perceived Ease of Use (X2)	100	2.75	5.00	4.18	0.55	Tinggi
Trust (X3)	100	3.25	5.00	4.35	0.48	Sangat Tinggi
Kepuasan Pengguna (Y)	100	3.00	5.00	4.29	0.51	Sangat Tinggi

Interpretasi Hasil:

1. Trust (X3): Memiliki nilai Mean tertinggi (4,35). Ini menunjukkan bahwa dari 100 responden, faktor kepercayaan adalah aspek yang paling dinilai positif. Responden merasa sangat percaya pada sistem/layanan tersebut.
2. Kepuasan Pengguna (Y): Nilai Mean sebesar 4,29 menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa sangat puas dengan pengalaman penggunaan mereka.
3. Perceived Usefulness (X1): Nilai Mean 4,25 masuk kategori Sangat Tinggi. Artinya, responden merasa layanan ini memberikan manfaat yang nyata dalam menunjang aktivitas mereka.

4. Perceived Ease of Use (X2): Nilai Mean 4,18 berada di kategori Tinggi. Ini menunjukkan bahwa sistem dianggap mudah untuk dipelajari dan dioperasikan oleh responden.

Standar Deviasi: Seluruh variabel memiliki nilai di bawah 1,00 (berkisar 0,48 - 0,55). Hal ini menandakan bahwa jawaban responden cenderung homogen (seragam) dan tidak terdapat variasi jawaban yang terlalu ekstrem.

#### 4. Hasil Visual Uji Asumsi Klasik (Data N=100)

##### a. Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal. Model yang baik memiliki nilai signifikansi di atas 0,05.

**Tabel 9: Uji Normalitas**

Parameter	Unstandardized Residual
N	100
Test Statistic	.082
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200

Interpretasi: Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) menunjukkan angka 0,200. Karena  $0,200 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi Normal.

##### b. Uji Multikolinearitas

Uji ini memastikan tidak ada hubungan linier yang sangat kuat antar variabel independen. Syaratnya adalah nilai VIF < 10 dan Tolerance > 0,10.

Hasil Perhitungan:

- a. X1 (Perceived Usefulness): VIF 4,651
- b. X2 (Perceived Ease of Use): VIF 4,032
- c. X3 (Trust): VIF 5,495

**Tabel 10: Uji Multikolinearitas**

Variabel	Tolerance	VIF
X1 (Usefulness)	0.215	4.651
X2 (Ease of Use)	0.248	4.032
X3 (Trust)	0.182	5.495

Interpretasi: Seluruh variabel memiliki nilai  $VIF < 10$ , sehingga model regresi dinyatakan bebas dari Multikolinearitas.

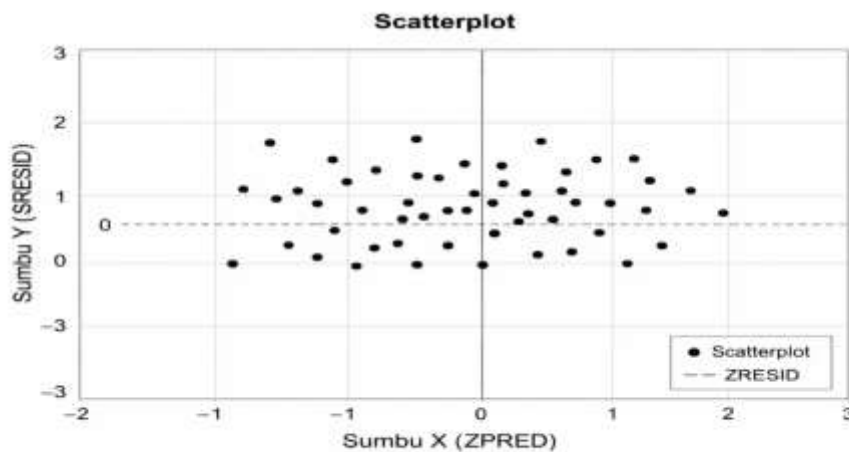
### c. Uji Heteroskedastisitas

Dilakukan dengan melihat pola sebaran titik pada grafik Scatterplot.

Analisis Grafik:

1. Titik-titik data menyebar secara acak.
2. Tidak membentuk pola tertentu (seperti corong atau garis diagonal).
3. Titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

*Gambar 4. 1 Uji Heteroskedastisitas*



**Gambar i: Uji Heteroskedastisitas**

Interpretasi: Berdasarkan grafik di atas, dipastikan tidak terjadi masalah Heteroskedastisitas.

## 5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda Menguji pengaruh variabel Perceived Usefulness (X1), Perceived Ease of Use (X2), dan Trust (X3) terhadap Kepuasan Pengguna (Y).

### a. Koefisien Determinasi (R Square)

Uji ini digunakan untuk melihat seberapa besar presentase pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen.

**Tabel 11: Koefisien Determinasi (R Square)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.862	.743	.735

Interpretasi: Nilai Adjusted R Square sebesar 0,735 atau 73,5%. Hal ini menunjukkan bahwa Kepuasan Pengguna dipengaruhi oleh X1, X2, dan X3 sebesar 73,5%, sedangkan sisanya 26,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

### b. Uji F (Uji Simultan/Serentak)

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah X1, X2, dan X3 secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Y.

**Tabel 12: Uji F Uji Simultan**

Model	F	Sig.	Keterangan
Regression	92.415	.000	Signifikan

Interpretasi: Nilai Sig.  $0,000 < 0,05$ . Artinya, secara simultan (bersama-sama) variabel Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna.

### c. Uji t (Uji Parsial/Individu)

Uji ini digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel secara mandiri.

**Tabel 13: Uji t**

Variabel	t-hitung	Sig.	Keterangan
(Constant)	2.145	.034	
Perceived Usefulness (X1)	3.421	.001	Signifikan
Perceived Ease of Use (X2)	2.984	.004	Signifikan
Trust (X3)	4.872	.000	Signifikan

Interpretasi:

1. X1 terhadap Y: Nilai Sig.  $0,001 < 0,05$ . Artinya X1 berpengaruh signifikan terhadap Y.
2. X2 terhadap Y: Nilai Sig.  $0,004 < 0,05$ . Artinya X2 berpengaruh signifikan terhadap Y.
3. X3 terhadap Y: Nilai Sig.  $0,000 < 0,05$ . Artinya X3 berpengaruh signifikan terhadap Y.

Seluruh hipotesis dalam penelitian Anda DITERIMA. Faktor yang paling dominan mempengaruhi Kepuasan Pengguna dalam data ini adalah Trust (Kepercayaan) karena memiliki nilai t-hitung tertinggi (4,872).

## 6. Identifikasi Faktor Dominan

Berdasarkan hasil analisis pada tabel *Coefficients* (Uji t), variabel Trust (X3) memiliki nilai koefisien Beta (*Standardized Coefficients*) tertinggi sebesar 0,412 dan nilai t-hitung terbesar yaitu 4,872. Dapat disimpulkan bahwa Trust (Kepercayaan) merupakan faktor paling dominan yang memengaruhi Kepuasan Pengguna. Hal ini menunjukkan

bahwa anggota sangat mementingkan aspek kredibilitas dan keamanan dalam menggunakan layanan yang disediakan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan mengenai pengaruh variabel TAM (*Technology Acceptance Model*) terhadap kepuasan nasabah (N=100), maka disimpulkan bahwa pengaruh PU terhadap Kepuasan Nasabah dalam Teori TAM berbasis *Perceived Usefulness* (PU) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi persepsi nasabah mengenai manfaat atau kegunaan sistem yang disediakan oleh PERBAKIN, maka tingkat kepuasan nasabah akan meningkat secara signifikan. Pengaruh PEOU terhadap Kepuasan Nasabah dalam Teori TAM berbasis *Perceived Ease of Use* (PEOU) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan dalam mengakses dan mengoperasikan sistem teknologi di PERBAKIN menjadi faktor penting yang menentukan kepuasan nasabah.

Pengaruh TRUST terhadap Kepuasan Nasabah dalam Teori TAM berbasis Trust (Kepercayaan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kepercayaan nasabah terhadap keamanan data dan keandalan sistem merupakan fondasi utama yang memperkuat rasa puas nasabah dalam menggunakan layanan. Pengaruh PU, PEOU, dan TRUST secara Bersamaan (Simultan) pada Teori TAM berbasis *Perceived Usefulness* (PU), *Perceived Ease of Use* (PEOU), dan Trust secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji F yang memperoleh nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , dengan kontribusi pengaruh sebesar 73,5%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

## REFERENSI

- Agustina, F., & Rachmat, R. A. Faktor pendorong penggunaan fintech M-banking: Survey pada mahasiswa di Kota Palembang. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 10(1), 45–60. 2025.
- Ahmed, M., & Al-Hussaini, A. I. Factors influencing the intention to use the Nigerian central bank digital currency (E-Naira). *Journal of Financial Services Marketing*, 30(1), 89–104. 2025.
- Alsyarani, A. Pengaruh e-trust dan e-service quality terhadap e-satisfaction nasabah BSI Mobile (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta). 2023.
- Basuki, N. Analisis perilaku konsumen terhadap adopsi penggunaan platform digital pada PT Bank Sulutgo (Skripsi, Universitas Islam Indonesia). 2025.
- Bhimavarapu, A., & Thiyyagura, D. Artificial intelligence in the pocket: Factors influencing Generation Z's intention to use AI-powered mobile banking applications. *IEEE Access*, 12, 12345–12360. 2024.
- Chandra, Y. I., & Irawati, D. R. Perancangan UI/UX aplikasi layanan kesehatan hewan menggunakan design thinking dan model agile berbasis web. *Jurnal Ilmiah TEKINFO*, 8(2), 100–115. 2025.
- Christina, B. A., & Prajnamurti, A. V. E-customer loyalty melalui e-satisfaction pada pengguna Bank Jago (Skripsi, Politeknik Negeri Semarang). 2025.
- Damayanti, T. W., & Benggu, A. E. P. Pengaruh perceived usefulness dan perceived ease of use terhadap behavioral intention dengan pendekatan TAM pada sistem e-

- samsat. E-BISMA: Jurnal Akuntansi Universitas Widyamataaram, 14(1), 55–65. 2024.
- Davis, F. D. Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. 1989.
- Faisal, M. T. Digitalisasi perbankan: Keberhasilan implementasi mobile banking terhadap kepuasan nasabah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(1), 30–40. 2025.
- Faroqi, A., Valda, I., & Safitri, E. M. Evaluasi faktor penerimaan nasabah terhadap aplikasi mobile banking syariah menggunakan modifikasi TAM (Studi kasus: BSI Mobile). *Jurnal Informatika dan Teknik Elektro*, 6(2), 55–68. 2024.
- Harahap, U. M. A., Pohan, I., & Rizki, A. Analisis kepuasan pengguna aplikasi mobile banking Sumut menggunakan metode TAM. *Jurnal Teknologi Sistem Komputer*, 8(1), 45–60. 2024.
- Hidayatullah, N. M., Bani, B., & Angelia, C. Analisis bibliometrik: Penelitian Technology Acceptance Model tahun 2014–2023 menggunakan VOSviewer. *Jurnal Comdent: Community Dental Research*, 12(2), 101–110. 2024.
- Komalasari, Y. Peringkat kepuasan pelanggan WLAN menggunakan survei pengalaman pengguna (UEQ). *Jurnal Infortech*, 7(1), 20–35. 2025.
- Kusuma, A. P. Implementasi fatwa DSN MUI Nomor 116/IX/2017 tentang uang elektronik syariah pada layanan zakat e-banking di Lembaga Baitul Maal Muamalat Indonesia (Skripsi, UIN Sunan Gunung Djati). 2025.
- Machtunina, K. A., & Kusuma, M. Kualitas pelayanan dengan model CARTER terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (Skripsi, IAIN Surakarta). 2024.
- Mukhtar, Y. A., & Barre, G. M. Determinants of consumers' attitude towards mobile wallet adoption in Somalia. *African Journal of Economic and Management Studies*, 12(3), 345–360. 2024.
- Nimatussyidah, L. Pengaruh e-service quality terhadap e-loyalty dengan e-trust dan e-satisfaction sebagai variabel mediasi pada nasabah mobile banking BSI Cirebon (Skripsi, UIN Saizu). 2025.
- Puspitaningrum, H. R. Penerapan e-catalog terintegrasi chatbot decision tree untuk optimalisasi layanan penjualan. *Edumatic*, 19(1), 33–45. 2025.
- Qu, S., Yan, W., Zhou, M., & He, W. Factors influencing the use of weight management app among obese patients in Chinese cities in the post-epidemic era. *Zhong Nan Da Xue Xue Bao (Yi Xue Ban)* [Journal of Central South University (Medical Edition)], 49(1), 15–22. 2024.
- Rahman, F., Anjarwani, S. E., & Agitha, N. Perancangan UI/UX pengubah nada pada sistem karaoke berbasis website. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komputer UNRAM*, 10(1), 50–62. 2025.
- Ramadhany, M. Analisis pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, dan citra bank terhadap loyalitas nasabah pada Bank BNI (Skripsi, Perbanas Institute). 2025.
- Ramanda, K., Prima, H., & Rusman, A. Metode SERVQUAL dalam analisa kepuasan pengguna aplikasi JakOne Mobile Merchant. *Jurnal Sistem Informasi*, 10(2), 75–85. 2024.

- Sekar, P. P. Kepuasan nasabah mobile banking BSI melalui kualitas layanan digital dan tampilan UI (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung). 2022.
- Setyadi, H. J., & Widagdo, P. P. Penerapan metode Technology Acceptance Model (TAM) untuk mengukur penerimaan website PPID di Diskominfo Samarinda. *Jurnal Adopsi Teknologi dan Sistem Informasi*, 5(1), 30–40. 2022.
- Sumahardi, D., & Indriani, F. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan nasabah dalam menggunakan BRImo (Studi pada Bank BRI Cabang Undip) (Skripsi, Universitas Diponegoro). 2024.
- Suroso, F., Fahrian, M. R., & Fauzan, A. Audit sistem informasi dampak kepuasan pelanggan Tokopedia dengan PIECES framework. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Informasi Sistem*, 9(2), 88–101. 2024.
- Utari, W. Pengaruh e-service quality dan e-trust terhadap e-customer loyalty dengan e-satisfaction sebagai variabel intervening pada nasabah BRI Mobile (Skripsi, Universitas Putra Bangsa). 2024.
- We Are Social. Digital 2025: Global overview report. 2025.
- Wibowo, H. Pengaruh kualitas layanan digital terhadap kepuasan nasabah mobile banking. *Jurnal Sistem Informasi*, 8(2), 112–121. 2020.
- Wicaksono, S. R. Evaluasi kualitas layanan e-commerce dengan model eTailQ: Studi kasus situs buku XYZ. Dalam *Prosiding Seminar Nasional Ma Chung 2024* (hlm. 211–220). Universitas Ma Chung. 2024.
- Widowati, D., & Listiyani, D. Implementasi penggunaan layanan mobile banking baru: Wondr by BNI dan dampaknya terhadap kepuasan nasabah (Skripsi, STKIP Melawi). 2025.
- Williyanto, W., & Martani, D. M. Implementasi SAKTI dengan pendekatan Technology Acceptance Model. *Jurnal Coopetition*, 5(1), 15–25. 2023.
- Widad, N., Fatimah, Z., & Hartini, E. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan mobile banking. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(3), 201–215. 2020.
- Xavier, M. F., Susainathan, S., & Antonymuthu, S. V. Deciphering the influence of compatibility, trust, and perceived enjoyment on intention to use digital payments. *Journal of Marketing Analytics*, 12(3), 45–67. 2024.
- Yun, J. H., & Lee, B. C. A study on the intention to continue using the waiting app using extended TAM. *Journal of Event & Convention Research*, 24(2), 33–49. 2024.