

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Subjek/Objek Penelitian

##### 1. Penyebaran Kuisisioner

Jumlah kuisisioner yang disebar sebanyak 75 kuisisioner dan disebar sekitar pemukiman warga, dan sebagian juga disebar sekitar kampus dan perkantoran yang merupakan nasabah bank umum yang berada di DIY. Adapun analisis penyebaran dan pengembalian kuisisioner dapat dilihat dari tabel berikut.

Tabel 4.1

##### Analisis Penyebaran dan Pengembalian Kuisisioner

Dasar Klasifikasi	Jumlah	Persentase (%)
Kuisisioner yang disebar	75	100%
Kuisisioner tidak dikembalikan	2	3%
Kuisisioner yang tidak diisi lengkap	2	3%
Total kuisisioner yang dapat diolah	71	94%

##### 2. Karakteristik Responden

Dari 75 nasabah yang dijadikan responden dapat diketahui karakteristik masing-masing responden yang terdiri dari jenis kelamin dan umur responden. Berikut beberapa karakteristik responden.

Tabel 4.2

## Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin	Wanita	41	58%
		Pria	30	42%
		TOTAL	71	100%
2	Umur	>20	37	52%
		>30	26	37%
		>40	8	11%
		TOTAL	71	100%

Dari tabel 4.2 karakteristik responden diatas dapat diketahui bahwa berdasarkan jenis kelamin mayoritas responden berjenis wanita sebanyak 41 orang (58%) dan sisanya responden berjenis laki-laki sebanyak 30 orang (42%). Berdasarkan umur responden dapat diketahui yang paling muda dan yang paling banyak menjadi responden berumur diatas 20 tahun sebanyak 37 orang (52%), kemudian umur diatas 30 tahun sebanyak 26 orang (37%), dan sisanya diatas 40 tahun sebanyak 8 orang (11%).

## B. Uji Kualitas Data

### a. Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 4.3

Tabel Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Median	Std.Dev
Kepercayaan Nasabah	71	8	16	12,07	12,00	1,959
Kebermanfaatan Teknologi Informasi	71	8	16	12,55	12,00	1,819
Kenyamanan Nasabah	71	6	12	9,69	10,00	1,379
Persepsi risiko	71	6	20	12,87	13,00	2,918
Minat Menggunakan Internet Banking	71	8	20	15,70	16,00	2,481

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa variabel tingkat kepercayaan nasabah mempunyai nilai minimum sebesar 8, nilai maksimum sebesar 16, rata-rata sebesar 12,07 dan standar deviasi sebesar 1,959. Dengan nilai rata-rata kepercayaan sebesar 12,07 yang lebih besar dari nilai tengah yaitu 12,00 dapat dikatakan bahwa nasabah memandang kepercayaan masuk pada tingkatan sedang.

Variabel kebermanfaatan teknologi informasi mempunyai nilai minimum sebesar 8, nilai maksimum sebesar 16, rata-rata sebesar 12,55 dan standar deviasi sebesar 1,819. Dengan nilai rata-rata kebermanfaatan teknologi informasi sebesar 12,55 yang lebih besar dari nilai tengah yaitu

12,00 dapat dikatakan bahwa nasabah memandang kebermanfaatan teknologi informasi masuk pada tingkatan sedang.

Variabel kenyamanan nasabah mempunyai nilai minimum sebesar 6, nilai maksimum sebesar 12, rata-rata sebesar 9,69 dan standar deviasi sebesar 1,379. Dengan nilai rata-rata kenyamanan sebesar 9,69 yang lebih kecil dari nilai tengah yaitu 10,00 dapat dikatakan bahwa nasabah memandang kenyamanan masuk pada tingkatan rendah.

Variabel persepsi risiko mempunyai nilai minimum sebesar 6, nilai maksimum 20, rata-rata sebesar 12,87 dan standar deviasi sebesar 2,918. Dengan nilai rata-rata persepsi risiko sebesar 12,87 yang lebih kecil dari nilai tengah yaitu 13,00 dapat dikatakan bahwa nasabah memandang kenyamanan masuk pada tingkatan rendah.

Variabel minat menggunakan *internet banking* mempunyai nilai minimum sebesar 8, nilai maksimum sebesar 20, rata-rata sebesar 15,70 dan standar deviasi sebesar 2,481. Dengan nilai rata-rata minat menggunakan *internet banking* sebesar 15,70 yang lebih kecil dari nilai tengah yaitu 16,00 dapat dikatakan bahwa nasabah memandang minat menggunakan *internet banking* masuk pada tingkatan rendah.

b. Uji validitas

Uji validitas adalah suatu alat ukur yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrument. Suatu butir pertanyaan dikatakan valid apabila koefisien antara butir skor dengan total skor positif dan signifikan pada tingkat 5%.

1. Hasil uji validitas kepercayaan nasabah

Tabel 4.4

Hasil Uji Validitas Kepercayaan Nasabah

Item	Koefisien Korelasi	Signifikansi	Keterangan
KN_1	0,828	0,000	Valid
KN_2	0,672	0,000	Valid
KN_3	0,717	0.000	Valid
KN_4	0,740	0,000	Valid

Sumber : Hasil Kuesioner diolah, 2016

Tabel diatas menunjukkan semua item memenuhi syarat validitas data, karena memiliki koefisien korelasi pearson positif dengan signifikansi  $> \alpha$  (0,05). Hal ini berarti seluruh item variabel kepercayaan adalah valid.

2. Hasil uji validitas kebermanfaatan teknologi informasi

Tabel 4.5

Hasil uji validitas kebermanfaatan teknologi informasi

Item	Koefisien Korelasi	Signifikansi	Keterangan
KTI_1	0, 717	0,000	Valid
KTI_2	0, 812	0,000	Valid
KTI_3	0, 769	0.000	Valid
KTI_4	0, 809	0,000	Valid

Sumber : Hasil Kuesioner diolah, 2016

Tabel diatas menunjukkan semua item memenuhi syarat validitas data, karena memiliki koefisien korelasi pearson positif dengan signifikansi  $> \alpha$  (0,05). Hal ini berarti seluruh item variabel kebermanfaatan teknologi informasi adalah valid.

3. Hasil uji validitas kenyamanan nasabah

Tabel 4.6

Hasil uji validitas kenyamanan nasabah

Item	Koefisien Korelasi	Signifikansi	Keterangan
KN_1	0,784	0,000	Valid
KN_2	0,808	0,000	Valid
KN_3	0,709	0.000	Valid

Sumber : Hasil kuesioner diolah, 2016

Tabel diatas menunjukkan semua item memenuhi syarat validitas data, karena memiliki koefisien korelasi pearson positif dengan signifikansi  $> \alpha$  (0,05). Hal ini berarti seluruh item variabel kenyamanan adalah valid.

#### 4. Uji validitas persepsi risiko

Tabel 4.7

##### Uji validitas persepsi risiko

Item	Koefisien Korelasi	Signifikansi	Keterangan
PR_1	0,868	0,000	Valid
PR_2	0,796	0,000	Valid
PR_3	0,698	0,000	Valid
PR_4	0,845	0,000	Valid
PR_5	0,701	0,000	Valid

Sumber : Hasil Kuesioner diolah, 2016

Tabel diatas menunjukkan semua item memenuhi syarat validitas data, karena memiliki koefisien korelasi pearson positif dengan signifikansi  $> \alpha$  (0,05). Hal ini berarti seluruh item variabel persepsi risiko adalah valid.

5. Hasil uji validitas minat menggunakan *internet banking*

Tabel 4.8

Hasil uji validitas minat menggunakan *internet banking*

Item	Koefisien Korelasi	Signifikansi	Keterangan
MMIB_1	0, 527	0,000	Valid
MMIB_2	0, 878	0,000	Valid
MMIB_3	0, 914	0,000	Valid
MMIB_4	0, 803	0,000	Valid
MMIB_5	0, 943	0,000	Valid

Sumber : Hasil Kuesioner diolah, 2016

Tabel diatas menunjukkan semua item memenuhi syarat validitas data, karena memiliki koefisien korelasi pearson positif dengan signifikansi  $> \alpha$  (0,05). Hal ini berarti seluruh item variabel minat menggunakan internet banking adalah valid.



c. Uji reliabilitas

Hasil uji reabilitas item kuesioner ditunjukkan oleh tabel berikut :

Tabel 4.9

Hasil uji reabilitas

No	Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1	Kepercayaan Nasabah	0,726	Reliabel
2	Kebermanfaatan teknologi informasi	0,781	Reliabel
3	Kenyamanan Nasabah	0,651	Reliabel
4	Persepsi risiko	0,838	Reliabel
5	Minat menggunakan internet banking	0,821	Reliabel

Sumber : Hasil Kuesioner diolah, 2016

Hasil reliabel dilakukan dengan cara menghitung *Cronbach Alpha* dari masing-masing instrumen dalam suatu variabel. Semakin besar koefisien alpha (mendekati 1) maka semakin besar kepercayaan terhadap alat ukur tersebut. Instrument yang dipakai memenuhi reabilitas jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 (Ghozali, 2011).

Tabel diatas menunjukkan bahwa hasil uji reabilitas terhadap item-item kuesioner pada masing-masing variabel penelitian diperoleh nilai *Cronbach Alpha* melebihi 0,60. Sehingga dapat dikatakan bahwa semua item pada masing-masing variabel penelitian adalah realibel.

### C. Uji Asumsi Klasik

Untuk mengukur kualitas data penelitian guna menghasilkan model persamaan regresi yang baik, maka dilakukan pengujian asumsi klasik terhadap variabel-variabel bebas dalam penelitian ini yang dapat dijabarkan sebagai berikut.

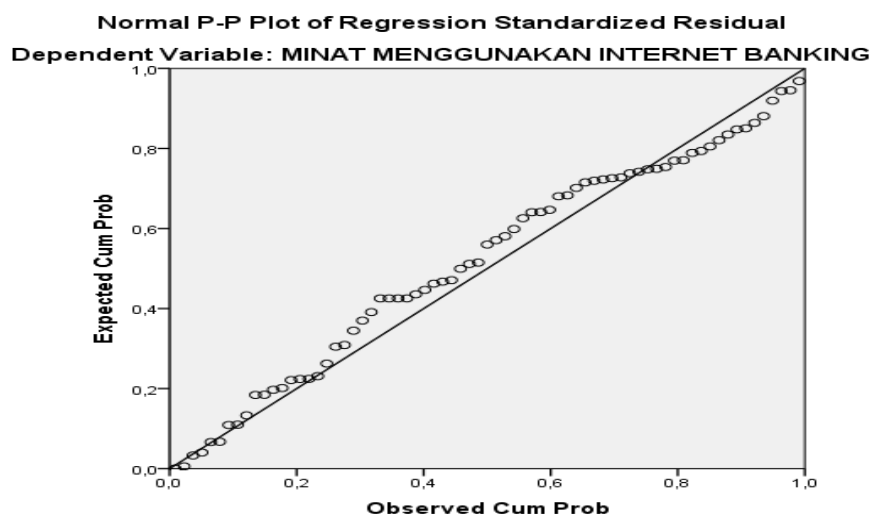
#### 1. Uji Normalitas

Untuk mengetahui apakah dalam model regresi residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal. Dalam penelitian ini menggunakan grafik normal p-plot dan uji normalitas *kolmogorov-smirnov* (1-KS).

Pada gambar 4.1 dibawah menunjukkan bahwa penyebaran titik-titik disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Hal ini menyatakan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas

Gambar 4.1

Hasil uji normalitas menggunakan grafik



Sumber ; Hasil kuesioner diolah, 2016

Tabel 4.10

## One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		MINAT MENGGUNAKAN INTERNET BANKING
N		71
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	15,70
	Std. Deviation	2,481
Most Extreme Differences	Absolute	,136
	Positive	,118
	Negative	-,136
Kolmogorov-Smirnov Z		1,145
Asymp. Sig. (2-tailed)		,145

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Hasil kuesioner diolah, 2016

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa keempat variabel independen dalam penelitian ini, yang terdiri dari : (1) kepercayaan nasabah, (2) kebermanfaatan teknologi informasi, (3) kenyamanan nasabah, (4) persepsi risiko, masing-masing memiliki nilai kolmogorov smirnov 1,145 dan nilai Asymp. Sig sebesar 0,145 yang mana keduanya memiliki nilai  $> 0,05$ . Artinya bahwa keempat variabel independen dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas atau memiliki distribusi data normal.

## 2. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidakasamaan varian dari residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah regresi yang tidak

mengalami heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Uji Glejser dalam pengujian Heteroskedastisitas.

Tabel 4.11

Hasil Uji Heteroskedastisitas Melalui Uji Glejser

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2,898	1,219		2,379	,020
	KEPERCAYAAN	-,033	,100	-,050	-,327	,745
	KEBERMANFAATAN	-,148	,107	-,210	-1,385	,171
	TEKNOLOGI					
	KENYAMANAN	,234	,135	,250	1,727	,089
	PERSEPSI RISIKO	-,103	,061	-,233	-1,692	,095

a. Dependent Variable: abs\_res

Sumber : Hasil kuisioner diolah, 2016.

Berdasarkan tabel 4.11 diatas adalah nilai signifikansi dari keempat variabel independen  $> 0,05$  yang berarti bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi penelitian ini.

### 3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menyatakan hubungan antar sesama variabel independen. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent variable*). Uji multikolinearitas dengan menggunakan *Variance Inflation Faktor* (VIF) paling sering dilakukan penelitian.

Asumsi multikolinearitas terpenuhi jika nilai VIF dibawah 10 dan nilai toleransi lebih besar dari 0,10 (Sulistyo, 2010). Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.12  
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>			
Model	Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF	
1	KEPERCAYAAN	,570	1,753
	KEBERMANFAATAN	,578	1,729
	TEKNOLOGI		
	KENYAMANAN	,633	1,581
	PERSEPSI RISIKO	,704	1,421

1. Dependent Variable: MINAT MENGGUNAKAN INTERNET BANKING

Sumber : Hasil kuisisioner diolah, 2016.

Tabel 4.12 diatas menunjukkan bahwa hasil uji multikolinearitas terhadap keempat variabel independen dalam penelitian ini, masing-masing diperoleh nilai VIF < 10 atau nilai toleransi > 0,1. Artinya bahwa model persamaan regresi terbebas dari multikolinearitas , sehingga dapat dikatakan bahwa model persamaan yang dihasilkan adalah baik.

Berdasarkan hasil pengujian asumsi klasik yang terdiri dari : Uji Normalitas, Heteroskedastisitas, dan Multikolinearitas, maka dapat dikatakan bahwa data variabel penelitian ini sudah layak untuk dianalisa lebih lanjut dengan menggunakan regresi linear berganda.

## D. Uji Hipotesis

### 1. Uji F (Simultan)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (Kepercayaan Nasabah, Kebermanfaatan Teknologi Informasi, Kenyamanan Nasabah, dan Persepsi Risiko) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Minat Menggunakan *Internet Banking*). Untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak. ANOVA (*Analysis of Variance*) dapat digunakan untuk melakukan uji signifikansi simultan.

Tabel 4.13

Hasil Uji F (Simultan)

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	137,167	4	34,292	7,708	,000 <sup>b</sup>
Residual	293,622	66	4,449		
Total	430,789	70			

a. Dependent Variable: MINAT MENGGUNAKAN INTERNET BANKING

b. Predictors: (Constant), PERSEPSI RISIKO, KENYAMANAN, KEBERMANFAATAN TEKNOLOGI, KEPERCAYAAN

Sumber : Hasil kuisisioner diolah, 2016.

Tabel 4.13 diatas menunjukkan bahwa hasil uji ANOVA diperoleh nilai F hitung sebesar 7,708 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai sig < 0,05.

## 2. Uji t (Parsial)

Pengujian hipotesis pertama sampai keempat dilakukan dengan menunjukkan uji parsial (t test). Uji parsial (t test) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil pengujian diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 4.14  
Hasil Persamaan Linier Berganda

Model		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,596	2,071		2,219	,030
	KEPERCAYAAN	,186	,170	,147	1,094	,278
	KEBERMANFAATAN	,475	,182	,349	2,608	,011
	TEKNOLOGI	,223	,230	,124	,971	,335
	KENYAMANAN	,057	,103	,067	,552	,583
	PERSEPSI RISIKO					

Dependent Variable: MINAT MENGGUNAKAN INTERNET BANKING

Sumber : Hasil Kuisisioner diolah, 2016

### a. Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Variabel Kepercayaan Nasabah mempunyai koefisien regresi 0,186 atau dengan nilai signifikansi 0,278 >  $\alpha$  (0,05). Artinya bahwa pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan *internet banking* adalah tidak berpengaruh dan tidak signifikan. Dengan demikian hipotesis pertama ditolak.

Penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kusumaningrum 2015) yang menyatakan bahwa terdapat

pengaruh positif signifikan antara variabel kepercayaan terhadap variabel minat menggunakan *internet banking* dan penelitian lain yang dilakukan oleh Panggalih dan (Baridwan 2014) yang menyatakan bahwa konstruk kepercayaan (*trust*) berpengaruh positif terhadap minat (*intention*) untuk menggunakan layanan *internet banking*.

b. Pengujian Hipotesis Kedua ( $H_2$ )

Variabel kebermanfaatan teknologi informasi mempunyai koefisien regresi 0,475 atau dengan nilai signifikansi  $0,011 < \alpha$  (0,05). Artinya bahwa pengaruh kebermanfaatan teknologi informasi terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* adalah positif signifikan. Dengan demikian hipotesis kedua diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan (Amijaya 2010) yang mengemukakan bahwa variabel persepsi teknologi informasi berpengaruh positif terhadap minat ulang nasabah menggunakan *internet banking* dan penelitian yang dilakukan oleh (Kusumaningrum 2015) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kebermanfaatan teknologi informasi terhadap variabel minat menggunakan *internet banking*.

c. Pengujian Hipotesis Ketiga ( $H_3$ )

Variabel kenyamanan nasabah mempunyai koefisien regresi 0,223 atau dengan nilai signifikansi  $0,335 > \alpha$  (0,05). Artinya bahwa pengaruh kenyamanan terhadap minat nasabah menggunakan



*internet banking* adalah tidak berpengaruh dan tidak signifikan. Dengan demikian hipotesis ketiga ditolak.

Penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian (Silvia 2014) yang menyatakan bahwa kenyamanan berpengaruh terhadap minat menggunakan *internet banking*. Dan penelitian lain yang dilakukan oleh (Priyanto 2014) bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kenyamanan dengan minat menggunakan *internet banking*.

d. Pengujian Hipotesis Keempat ( $H_4$ )

Variabel persepsi risiko mempunyai koefisien regresi 0,057 atau dengan nilai signifikansi  $0,583 > \alpha (0,05)$  . Artinya bahwa pengaruh persepsi risiko terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* adalah tidak berpengaruh dan tidak signifikan. Dengan demikian hipotesis ke empat ditolak.

Penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pertiwi dan Vitta 2013) bahwa persepsi risiko berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*. Dan penelitian lain dalam penelitian (Hidayanti 2014) mengemukakan bahwa persepsi resiko berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*.

3. Koefisien Determinasi Adjusted ( $R^2$  adjusted)

Koefisien determinasi memiliki fungsi untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 4.15  
Koefisien Determinasi Adjusted ( $R^2$  adjusted)

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,564 <sup>a</sup>	,318	,277	2,109

Sumber : Hasil Kuisisioner diolah, 2016

Dari tabel diatas diketahui bahwa besar koefisien determinasi (Adjusted R square) atau kemampuan faktor-faktor kepercayaan (X1), Kebermanfaatan Teknologi Informasi (X2), Kenyamanan (X3), Persepsi Risiko (X4) dalam menjelaskan atau memprediksi variabel Minat menggunakan *internet banking* (Y) sebesar 0,227 atau 27 % dan sisanya ialah 73% dijelaskan atau diprediksi oleh faktor lain diluar keempat faktor dan model lain diluar model tersebut.

Tabel 4.16

## Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

Kode	Hipotesis	Hasil
H <sub>1</sub>	Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan <i>internet banking</i>	Ditolak
H <sub>2</sub>	Kebermanfaatan teknologi informasi berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan <i>internet banking</i>	Diterima
H <sub>3</sub>	Kenyamanan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan <i>internet banking</i>	Ditolak
H <sub>4</sub>	Persepsi risiko berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menggunakan <i>internet banking</i>	Ditolak

Sumber : Hasil Kuisisioner diolah, 2016

### E. Pembahasan

1. Kepercayaan Nasabah terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa variabel kepercayaan nasabah (H<sub>1</sub>) mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap minat nasabah menggunakan internet banking ditolak. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien regresi sebesar 0,147 dan nilai sig 0,278 > 0,05. Dari hasil penelitian pengamatan saya bahwa pada

teori (Kusmayadi 2007) variabel Kepercayaan berpengaruh negatif, karena dalam hal penggunaan Internet Banking, kebanyakan pengguna tidak memahami betul risiko keamanan dan kerahasiaan dari Internet Banking, padahal pengguna tidak mengetahui seberapa kuatnya keamanan dan kerahasiaan dari Internet Banking.

Seiring maraknya terjadi pembobolan akun, faktor kepercayaan nasabah berkurang terhadap Internet Banking. Oleh karena itu, pihak Bank harus memperhatikan reliabilitas dan integritas mekanisme operasional dalam transaksi perbankan. Karena Kepercayaan nasabah merupakan faktor penting yang mendorong nasabah untuk bertransaksi perbankan dalam menggunakan Internet Banking.

## 2. Kebermanfaatan Teknologi Informasi terhadap Minat menggunakan *Internet Banking*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa variabel kebermanfaatan teknologi informasi ( $H_2$ ) mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* diterima. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien regresi sebesar 0,475 dan nilai sig  $0,011 < \alpha$  (0,05). Hasil analisa ini menjelaskan bahwa semakin tinggi kebermanfaatan teknologi informasi yang dimiliki oleh nasabah maka semakin tinggi pula minat nasabah untuk menggunakan layanan *internet banking*.

Pada hal ini dapat di artikan bahwa *internet banking* dapat meningkatkan kinerja bagi nasabah yang menggunakannya. Seseorang

akan menggunakan *internet banking* apabila orang tersebut mengetahui bahwa *internet banking* dapat memberikan manfaat dalam melaksanakan tugas dan pekerjaannya. Oleh karena, semakin nasabah merasakan manfaat *internet banking* dalam hal meningkatkan kinerja, efektivitas dan manfaat sistem lainnya maka nasabah akan semakin sering menggunakan *internet banking*.

Penelitian ini sejalan dengan (Kusumaningrum 2015) yang meneliti bahwa variabel persepsi teknologi informasi berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Amijaya 2010) mengemukakan bahwa variabel persepsi teknologi informasi berpengaruh positif terhadap minat ulang nasabah menggunakan *internet banking*.

### 3. Kenyamanan nasabah terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa variabel kenyamanan nasabah ( $H_3$ ) mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* ditolak. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien regresi sebesar 0,223 atau dengan nilai signifikansi  $0,335 > \alpha (0,05)$ . Hasil analisa ini menjelaskan bahwa nasabah masih ragu menggunakan *internet banking* diantaranya yaitu mengenai kapasitas jaringan internet dan kekhawatiran nasabah jika salah menekan tombol sehingga uangnya melayang dari rekening. Banyak nasabah yang kurang memahami bahwa dengan adanya

*internet banking* mereka bisa lebih menghemat waktu dan tidak perlu mengantri di bank dalam melakukan transaksi.

Oleh karena itu, pihak bank harus lebih meyakinkan nasabah dalam memperoleh tingkat kenyamanan, sehingga tidak ada kekhawatiran yang dirasakan nasabah dalam melakukan transaksi *internet banking*. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Silvia 2014) yang menyatakan bahwa *Internet Banking* menyediakan kenyamanan yang lebih tinggi yang dapat memudahkan para pengguna nasabah untuk melakukan transaksi perbankan kapanpun dan dimanapun berada.

#### 4. Persepsi risiko terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa variabel persepsi risiko ( $H_4$ ) mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* ditolak. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien regresi sebesar regresi 0,057 atau dengan nilai signifikansi  $0,583 > \alpha (0,05)$ . Hasil analisa menjelaskan bahwa semakin tinggi atau rendah risiko yang dirasakan oleh nasabah, nasabah tetap berminat untuk menggunakan layanan *internet banking*. Dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh antara persepsi risiko dengan minat nasabah untuk menggunakan layanan *internet banking*.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Pertiwi dan Vitta 2013) mengemukakan bahwa persepsi resiko berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*. Sedangkan, penelitian lain yang

dilakukan oleh (Harlan 2014) bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *E-Banking* Pada UMKM di kota Yogyakarta.