

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Pada penelitian ini mengambil data dari kuisioner yang telah dibagikan pada nasabah Bank Muamalat Indonesia KC Yogyakarta yang menggunakan *e-banking* berdasarkan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti, pembagian kuisioner penelitian dilakukan oleh *staff marketing* dibawa persetujuan *supervisor marketing dan branch manager* Bank Muamalat Indonesia KC Yogyakarta.

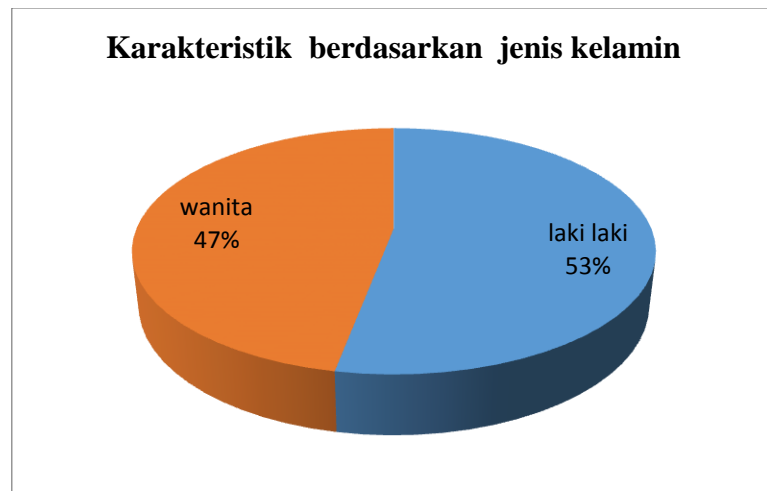
Kemudian *staff marketing* yang diberi tanggungjawab membagikannya pada *customer service* untuk dibagikan kepada nasabah yang datang berkunjung ke bank dan berurusan dengan CS, selain itu kuisionernya dibagikan oleh *staff marketing* ke nasabah yang akan di *prospect* oleh marketing tersebut dan kepada karyawan Bank Muamalat Indonesia KC Yogyakarta yang menjadi masuk dalam kriteria dan termasuk nasabah Bank Muamalat KC Yogyakarta.

Pembagian kuisioner dimulai tanggal 14 Desember 2018 sampai 27 Desember 2018 di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Yogyakarta kuisioner yang dibagikan untuk 100 responden , dengan demikian tahap selanjutnya pengolahan data terpenuhi menggunakan SPSS.

1. Karakteristik Responden

a. Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin

Penelitian ini menggunakan karakteristik responden dengan jenis kelamin yang terbagi menjadi dua yaitu, laki – laki dan perempuan , berikut presentase jenis kelamin responden pada penelitian ini :



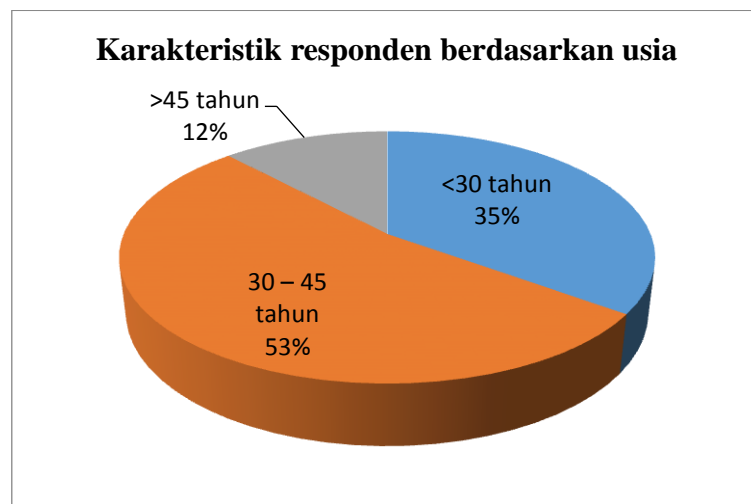
Gambar 4.1

Presentase karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin
Sumber : dat primer diolah , 2018

Berdasarkan hasil dari kuisioner yang telah diisi oleh responden maka presentase responden yang paling banyak dengan jenis kelamin adalah laki – laki dan sisianya merupakan jenis kelamin wanita.

b. Responden Berdasarkan Usia

Penelitian ini menggunakan karakteristik responden berdasarkan usia yang dibagi menjadi tiga golongan , untuk mengetahui lebih jelasnya dapat dilihat presentase usia responden sebagai berikut :



Gambar 4.2

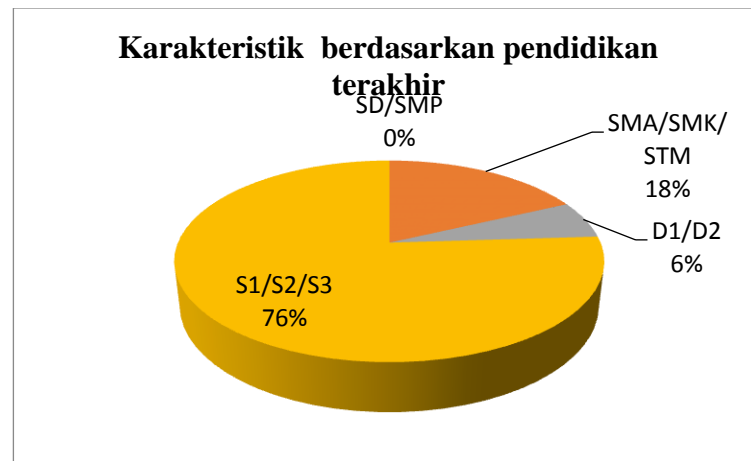
Presentase karakteristik responden berdasarkan usia

Sumber : data primer diolah 2018.

Berdasarkan hasil dari kuisioner yang telah diisi oleh reponden menghasilkan data seperti diatas, sehingga dapat diketahui presentase usia responden terbanyak berada pada golongan usia 30 – 45 tahun ,sedangkan golongan kedua terbesar yaitu dengan usia <30 tahun dan golongan yang paling rendah dengan usia >45 tahun.

c. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Penelitian ini menggunakan karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir yang dibagi menjadi empat golongan dengan latar belakang masing-masing jenjang pendidikan, untuk lebih jelasnya berikut presentase responden berdasarkan pendidikan terakhir sebagai berikut:



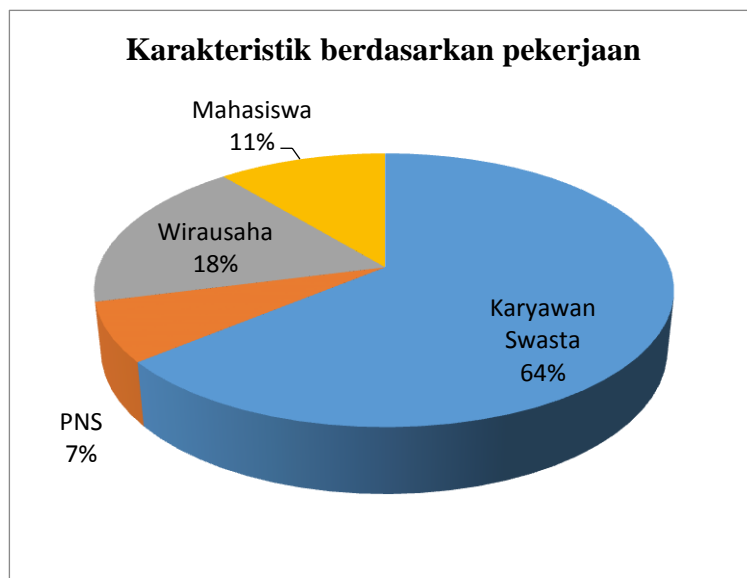
Gambar 4.3

Presentase karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir
Sumber : dat primer diolah 2018

Berdasarkan kuisisioner yang telah diisi oleh responden menghasilkan data seperti diatas, dapat dilihat bahwa presentase terbesar pada golongan pendidikan S1/S2/S3 , posisi kedua yaitu pada golongan SMA/SMK/STM, posisi ketiga pada golongan D1/D2 dan yang paling sedikit pada golongan SD/SMP atau tidak terdapat responden yang memiliki latar belakang pendidikan terakhir SD/SMP.

d. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Penelitian ini menggunakan karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yang dibagi menjadi empat golongan untuk lebih jelasnya dapat dilihat di presentase data sebagai berikut:



Gambar 4.4

Presentase karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

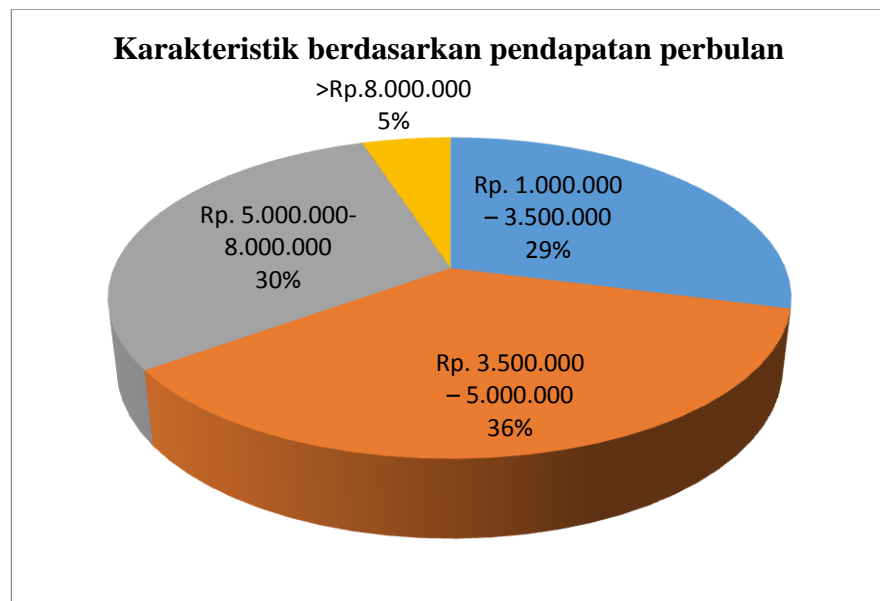
Sumber : data primer diolah 2018

Berdasarkan kuisioner yang telah diisi oleh responden menghasilkan data seperti diatas, dapat dilihat bahwa presentase terbesar pada golongan Pekerjaan karyawan swasta dengan presentase 64 % atau sebanyak 64 orang , di posisi kedua yaitu pada golongan wirausaha sebesar 18% atau sebanyak 18 orang.

Di posisi ketiga pada golongan mahasiswa sebesar 11 % atau sebanyak 11 orang dan yang paling sedikit pada golongan PNS sebesar 7 % atau 7 orang responden.

e. Responden berdasarkan Pendapatan Perbulan

Penelitian ini menggunakan karakteristik responden berdasarkan pendapatn perbulan yang dibagi menjadi empat golongan untuk lebih jelasnya dapat dilihat di presentase data sebagai berikut:



Gambar 4.5

Presentase responden berdasarkan pendapatan perbulan

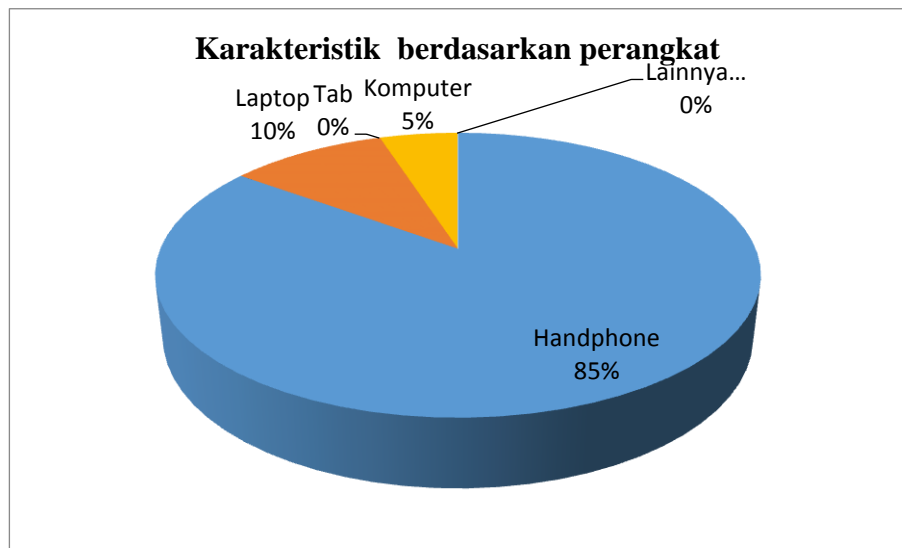
Sumber : data primer diolah 2018

Berdasarkan kuisisioner yang telah diisi oleh responden menghasilkan data seperti diatas, dapat dilihat bahwa presentase terbesar pada golongan pendapatan perbulan Rp. 3.500.000 –

5.000.000 ,posisi kedua yaitu pada golongan pendapatan perbulan Rp. 5.000.000 – 8.000.000, posisi ketiga pada golongan pendapatan Rp. 1.000.000 – 3.500.000 dan yang paling sedikit pada golongan pendapatan perbulan >Rp. 8.000.

f. Responden berdasarkan Perangkat yang digunakan

Penelitian ini menggunakan karakteristik responden berdasarkan perangkat yang digunakan dibagi menjadi lima golongan untuk lebih jelasnya dapat dilihat di presentase data sebagai berikut:



Gambar 4.6

Presentase responden berdasarkan perangkat yang digunakan
Sumber: data primer diolah 2018

Berdasarkan kuisioner yang telah diisi oleh responden menghasilkan data seperti diatas, dapat dilihat bahwa presentase terbesar pada golongan perangkat yang digunakan dengan

handphone, posisi kedua yaitu pada golongan perangkat yang digunakan laptop, posisi ketiga pada golongan perangkat yang digunakan komputer dan yang paling sedikit pada golongan perangkat yang digunakan berupa tab dan lainnya atau belum ada responden yang menggunakan perangkat tersebut berdasarkan hasil dari kuisiner ini.

B. Pengujian dan Analisis Data

Berdasarkan data yang didapat dari hasil penyebaran kuisiner yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen mempengaruhi variabel dependen yaitu apakah variabel persepsi kemudahan, kemanfaatan, kesadaran dan risiko berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan *e- banking* pada Bank Muamalat Indonesia KC Yogyakarta.

Penelitian ini menggunakan analisis yang meliputi uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis dengan alata analisis regeresi linier berganda yang terbagi menjadi, uji T, uji F dan koefisien Determinasi. Untuk lebih jelasnya berikut penjelasan analisis dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Dalam analisis penelitian ini menggunakan uji validitas yaitu menguji sah atau tidaknya sebuah kuisiner berdasarkan pertanyaan amaupun pernyataan yang diajukan oleh peneliti.

Menurut Sekaran (dalam Sarjono dan Julianita, 2013: 35) mendefinisikan validitas adalah analisis yang digunakan sebagai bukti instrumen, teknik dan proses untuk mengukur suatu hal yang benar benar hal yang dimaksudkan tersebut.

Uji validitas dapat dilakukan dengan membandingkan antar r hitung dan r tabel nilai dari r hitung dapat dilihat dengan pengujian yang dilakukan pada spss menghasilkan pearson correlation. Sedangkan untuk penentuan keputusan dikatakan valid dapat dilihat dimana $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka suatu pernyataan atau pertanyaan di dalam kuisisioner tersebut dapat dikatakan valid.

1) Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan

Berdasarkan penelitian ini maka hasil uji validitas untuk variabel persepsi kemudahan penggunaan sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel} (5%;N =100)	Keterangan
PEOU1	0,804	0,195	VALID
PEOU2	0,834	0,195	VALID
PEOU3	0,778	0,195	VALID

Sumber : Data Primer diolah, 2018

Dari data yang ada diatas dapat diketahui bahwa pernyataan pada variabel persepsi kemudahan penggunaan dapat dikatakan valid dikarenakan $r_{hitung} > 0,195$.

2) Variabel Kemanfaatan

Berdasarkan penelitian ini maka hasil uji validitas untuk variabel persepsi kemanfaatan sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kemanfaatan (X2)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel} (5%;N =100)	Keterangan
PU1	0,774	0,195	VALID
PU2	0,830	0,195	VALID
PU3	0,794	0,195	VALID

Sumber : Data Primer diolah, 2018

Berdasarkan data yang ada diatas dapat diketahui bahwa pernyataan pada variabel persepsi kemanfaatan dapat dikatakan valid dikarenakan $r_{hitung} > 0,195$.

3) Variabel Kesadaran

Berdasarkan penelitian ini maka hasil uji validitas untuk variabel kesadaran sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Variabel Kesadaran (X3)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel} (5%;N =100)	Keterangan
A1	0,922	0,195	VALID
A2	0,928	0,195	VALID
A3	0,864	0,195	VALID

Sumber : Data Primer diolah, 2018

Bersarkan data yang ada diatas dapat diketahui bahwa pernyataan pada variabel kesadaran dapat dikatakan valid dikarenakan $r_{hitung} > 0,195$.

4) Variabel Persepsi Risiko

Berdasarkan penelitian ini maka hasil uji validitas untuk variabel persepsi risiko sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Risiko (X4)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel} (5%;N =100)	Keterangan
PR1	0,864	0,195	VALID
PR2	0,890	0,195	VALID
PR3	0,901	0,195	VALID

Sumber : Data Primer diolah, 2018

Dari data yang ada diatas dapat diketahui bahwa pernyataan pada variabel persepsi risiko dapat dikatakan valid dikarenakan $r_{hitung} > 0,195$.

5) Variabel Minat Nasabah

Berdasarkan penelitian ini maka hasil uji validitas untuk variabel minat nasabah sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Variabel Minat Nasabah (Y1)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel} (5%;N =100)	Keterangan
CI1	0,912	0,195	VALID
CI2	0,908	0,195	VALID
CI3	0,928	0,195	VALID

Sumber : Data Primer diolah, 2018

Dari data yang ada diatas dapat diketahui bahwa pernyataan pada variabel Minat Nasabah dapat dikatakan valid dikarenakan $r_{hitung} > 0,195$.

2. Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini menggunakan uji reliabilitas dengan melihat nilai alpha dalam mengukur reliabilitas dengan uji statistik dengan menggunakan SPSS akan menghasilkan Cronbach Alpha. Menurut Nunnally (dalam Ghozali 2005:140) menyatakan bahwa variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai $\alpha > 0,60$. Berikut tabel penjelasan data penelitian uji reliabilitas.

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas Alpha Cronbach Sebesar 0,60

Variabel	Ralpha	Alpha Cronbach	Keterangan
PEOU	0,826	0,70	Reliabel
PU	0,820	0,70	Reliabel
A	0,864	0,70	Reliabel
PR	0,857	0,70	Reliabel
CI	0,867	0,70	Reliabel

Sumber: data diolah 2018

Berdasarkan data yang di peroleh dari hasil uji reliabilitas semua variabel dapat dikatakan reliabel dikarenakan nilai $\alpha > 0,70$.

3. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Pada penelitian ini menggunakan uji normalitas . dijelaskan Sarjono & Julianita (2015:53) yaitu adanya perbandingan antara data yang dimiliki dan data yang didistribusi normal yang mempunyai mean dan standar deviasi yang sama dengan data yang dimiliki.

Uji normalitas sangatlah penting untuk mengetahui normal tidaknya sebuah data dan merupakan salah satu syarat pengujian parametrik, dimana harus berdistribusi normal. Ghozali (2011:165) menjelaskan pada uji normal dapat diketahui berdistribusi normal jika nilai sig (2 – tailed) lebih besar dari 0,05 maka data dikatakan berdistribusi normal. Berikut data hasil uji Normalitas dari penelitian ini.

Tabel 4.13
Uji Normalitas Kolomogrov – Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.76259911
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.055
	Negative	-.042
Kolmogorov-Smirnov Z		.545
Asymp. Sig. (2-tailed)		.928
a. Test distribution is Normal.		

Sumber : data diolah 2018.

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil uji normalitas dapat diketahui bahwa tingkat signifikannya sebesar 0,281 sehingga dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal dikarenakan tingkat sig (2 – tailed) > 0,05.

2) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Wijaya (dalam Sarjono dan Julianita 2013: 66) mendefinisikan heteroskedastisitas adalah sebuah kondisi dimana terdapat variabel varian tidak sama (konstan) antara pengamatan satu dan lainnya, sehingga untuk mendeteksi adanya heteroskedasitas dilakukaknya uji statistik diantaranya:

uji gletjer, uji park, uji white dan uji scatterplot. Berikut hasil pengujian uji heteroskedasitas pada penelitian ini:

Tabel 4.14
Uji Heteroskedasitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.655	.789		3.365	.001		
	TOTPEOU	-.110	.046	-.245	-2.409	.018	.958	1.044
	TOTPU	-.012	.030	-.038	-.383	.702	.988	1.012
	TOTA	.000	.046	.001	.006	.995	.962	1.040
	TOTPR	.010	.026	.040	.385	.701	.937	1.067

a. Dependent Variable: AbsUt

Sumber: data diolah 2018.

Berdasarkan data diatas dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedasitas dikarenakan nilai signifikan lebih besar dari nilai α yaitu 0,05.

3) Uji Multikolonieritas

Pada penelitian ini menggunakan uji multikolonieritas dengan tujuan untuk apakah model regresi memiliki korelasi antar variabel bebas. Ghozali (2011:150) mengatakan Apabila variabel bebas terjadi korelasi maka variabel-variabel tersebut tidak orthogonal dimana variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol.

Selain itu pada uji ini di diketahi dengan menggunakan nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF), menurut Ghozali (2011:95) untuk dapat menunjukkan adanya multikolinieritas dapat diketahui dengan melihat nilai $VIF \geq 10$ atau sama dengan nilai *tolerance*. Berikut hasil uji Multikolinieritas pada penelitian ini:

Tabel 4.15
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	7.918	1.392		5.690	.000		
TOTPEOU	-.017	.081	-.021	-.216	.830	.958	1.044
TOTPU	-.025	.053	-.046	-.475	.636	.988	1.012
TOTA	.273	.080	.334	3.403	.001	.962	1.040
TOTPR	.018	.045	.040	.397	.692	.937	1.067

a. Dependent Variable: TOTCI

Sumber : data diolah 2018.

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa nilai Variance Inflation Factor (VIF) dibawah 10 sedangkan nilai *tolerance* lebih besar atau diatas 0,1 sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolonieritas antara variabel persepsi kemudahan, kemanfaatan, kesadaran dan persepsi risiko.

4) Uji Autokorelasi

Pada penelitian ini menggunakan uji autokorelasi untuk mengetahui apakah dalam model regresi linier terjadi korelasi antara kesalahan sebelumnya terhadap penelitian saat ini. Menurut Sarjono dan Julianita (2013:80) pada pengujian autokorelasi dapat dilakukan dengan beberapa pengujian diantaranya uji durbin-watson, uji langrage multiplier, uji statistik Q, dan uji run test. Berikut hasil uji autokorelasi pada penelitian ini :

Tabel 4.16
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.344 ^a	.118	.081	1.799	1.916

a. Predictors: (Constant), TOTPR, TOTPU, TOTA, TOTPEOU

b. Dependent Variable: TOTCI

Sumber : data diolah 2018.

Berdasarkan hasil dari uji autokorelasi maka diperoleh nilai dubin watson sebesar 1,194 nilai tersebut akan dibandingkan dengan tabel Durbin Watson d statistik dengan menggunakan nilai signifikan 5%, dengan jumlah sampel sebesar N= 100 dengan variabel independen 4 (k=4). Maka dapat diperoleh nilai dL 1,461 dan nilai du 1,625 yang artinya

dapat dikatakan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, analisis ini dilakukan dengan melihat nilai pada Unstandardized Coefficient yang merupakan hasil dari regresi antara persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, kesadaran dan persepsi risiko terhadap minat nasabah. Berikut hasil analisis regresi linier berganda pada penelitian ini

Tabel 4. 17

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	7.918	1.392		5.690	.000		
	TOTPEOU	-.017	.081	-.021	-.216	.830	.958	1.044
	TOTPU	-.025	.053	-.046	-.475	.636	.988	1.012
	TOTA	.273	.080	.334	3.403	.001	.962	1.040
	TOTPR	.018	.045	.040	.397	.692	.937	1.067

a. Dependent Variable: TOTCI

Sumber: data diolah 2018.

Berdasarkan hasil regresi yang di dapat maka dapat diketahui

persamaan sebagai berikut:

$$Y_1 = 7,918 - 0,17 X_1 - 0,25 X_2 + 0,273 X_3 + 0,18 X_4 + e$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat diketahui bahwa :

- a. Konstanta yang bernilai positif sebesar 7,918 menyatakan bahwa jika variabel independen persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, kesadaran dan persepsi risiko nilainya adalah 0 maka rata-rata minat nasabah adalah 7,918.
- b. Koefisien regresi Persepsi Kemudahan Penggunaan bernilai negatif sebesar -0,17, hal ini menunjukkan bahwa jika variabel independen lainnya tetap dan setiap penambahan 1 akan meningkatkan minat nasabah, namun pada koefisien persepsi kemudahan akan mengalami penurunan.
- c. Koefisien regresi persepsi kemanfaatan bernilai negatif sebesar -0,25 hal ini menunjukkan bahwa jika variabel independen lainnya tetap dan setiap penambahan 1 akan meningkatkan minat nasabah, namun pada koefisien persepsi kemanfaatan akan mengalami penurunan.
- d. Koefisien regresi kesadaran bernilai positif sebesar 0,273 hal ini menunjukkan bahwa jika terjadi penambahan 1 pada variabel kesadaran maka akan terjadi peningkatan minat nasabah sebesar 0,273 dengan asumsi variabel lain tetap.
- e. Koefisien regresi persepsi risiko bernilai positif sebesar 0,18 hal ini menunjukkan bahwa jika terjadi penambahan 1 pada variabel persepsi

risiko maka akan terjadi peningkatan minat nasabah sebesar 0,18 dengan asumsi variabel lain tetap.

5. Ketepatan Model

a. Uji F

Hasil uji dengan menggunakan uji F diperoleh data dengan menggunakan SPSS versi 16.0 sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	154.939	4	38.735	27.716	.000 ^a
	Residual	132.771	95	1.398		
	Total	287.710	99			

a. Predictors: (Constant), TOTPR, TOTPU, TOTPEOU, TOA

b. Dependent Variable: TOTCI

Sumber : data diolah 2018.

Berdasarkan hasil uji F yang dilakukan diperoleh hasil ANOVA (*Analysys of Varians*) diperoleh F_{hitung} sebesar 27,716 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000, hasil yang diperoleh ini tingkat signifikansi kurang dari 0,05. dengan begitu dapat diketahui bahwa parameter yang dibuat sudah sesuai dan dapat digunakan untuk memprediksi variabel

dependent.hal ini dapat diartikan bahwa Ho di tolak dan Ha diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang dilakukan dapat memprediksi Minat Nasabah.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berikut hasil dari Uji Koefisien Determinasi pada penelitian ini
Tabel 4.8
Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.734 ^a	.539	.519	1.182	1.735

a. Predictors: (Constant), TOTPR, TOTPU, TOTPEOU, TOA

b. Dependent Variable: TOTCI

Sumber : dat diolah 2018.

Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa nilai Adjusted R square adalah 0,519 atau sebesar 51,9 % sehingga dapat diartikan bahwa kemampuan variabel independent yang terdiri dari persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, kesadaran dan persepsi risiko 51,9 %, sisanya sebesar 48,1 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar model ini. Berdasarkan penelitian terdahulu yang ada bahwa variabel lain yang berda diluar model ini seperti variabel Kenyamanan, kepercayaan, sikap, keamanan, kemahiran dan kredibilitas.

6. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji Hipotesisi ini dilakukan untuk mengetahui keterkaitan secara individual antara variabel bebas yaitu pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (X1), persepsi kemanfaatan (X2), kesadaran (X3) dan persepsi risiko (X4) terhadap minat nasabah (Y). koefisien regresi yang digunakan untuk mengetahui kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria untuk menerima atau menolak hipotesis adalah: hipotesis diterima jika nilai sig (P value) < 0,05 (α) dan koefisien regresi searah dengan hipotesis. Berikut hasil dari uji hipotesis yang dilakukan

Tabel 4.20
Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.918	1.392		5.690	.000		
	TOTPEOU	-.017	.081	-.021	-.216	.830	.958	1.044
	TOTPU	-.025	.053	-.046	-.475	.636	.988	1.012
	TOTA	.273	.080	.334	3.403	.001	.962	1.040
	TOTPR	.018	.045	.040	.397	.692	.937	1.067

a. Dependent Variable: TOTCI

- a. Nilai t_{hitung} Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap minat nasabah sebesar $-0,216$. Hal ini jika dibandingkan dengan t_{tabel} ($1,66088$) maka dapat dilihat bahwa t_{hitung} lebih kecil dibanding t_{tabel} sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_1 di tolak artinya persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah.
- b. Nilai t_{hitung} persepsi kemanfaatan terhadap minat nasabah sebesar $-0,475$. Hal ini jika dibandingkan dengan t_{tabel} ($1,66088$) maka dapat dilihat bahwa t_{hitung} lebih kecil dibanding t_{tabel} sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_2 di tolak artinya persepsi kemanfaatan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah.
- c. Nilai t_{hitung} kesadaran terhadap minat nasabah sebesar $3,403$. Hal ini jika dibandingkan dengan t_{tabel} ($1,66088$) maka dapat dilihat bahwa t_{hitung} lebih besar dibanding t_{tabel} sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima dan H_0 di tolak artinya kesadaran terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah.
- d. Nilai t_{hitung} persepsi risiko terhadap minat nasabah sebesar $0,397$. Hal ini jika dibandingkan dengan t_{tabel} ($1,66088$)

maka dapat dilihat bahwa t_{hitung} lebih besar dibanding t_{tabel} bahwa H_0 diterima dan H_4 di tolak artinya persepsi kemanfaatan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah.

C. Pembahasan dan Hasil Analisis Data

Hasil penelitian dan analisis yang dilakukan terhadap penggunaan *e-banking* di Bank Muamalat Indonesia KC Yogyakarta dapat dibuat pembahasan sebagai berikut:

1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Nasabah.

Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha ,Menurut Davis dalam Ahmad 2016:12). Apabila seseorang merasa percaya bahwa teknologi informasi tersebut mudah digunakan, maka seseorang akan menggunakannya. Begitu sebaliknya, apabila seseorang merasa percaya bahwa teknologi informasi tersebut tidak mudah untuk digunakan maka seseorang tersebut tidak akan menggunakannya .

Model TAM dikembangkan oleh Davis dari Theory of Reasoned Action atau TRA oleh Ajzen dan Fishbein (dalam

Ahmad 2016:10). Dalam TAM mengungkapkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh terhadap minat perilaku seseorang, khususnya dalam pemakaian teknologi akan memengaruhi minat menggunakan teknologi. Jika menganggap bahwa teknologi yang digunakan memudahkan bagi dirinya.

Teori diatas dinyatakan bahwa minat persepsi kegunaan penggunaan ikut mempengaruhi minat atau perilaku seseorang dalam menggunakan teknologi dikarenakan jika seseorang telah merasa bahwa teknologi yang ditawarkan memberikan kemudahan dalam menggunakannya serta membantu menunjang pekerjaan maupun aktivitas sehari-hari seseorang akan menggunakan teknologi tersebut dengan persepsi teknologi tersebut dapat memberikan kemudahan.

Berdasarkan pada perhitungan Nilai t_{hitung} persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah sebesar $-0,216$ jika dibandingkan dengan t_{tabel} ($1,66088$) maka dapat dilihat bahwa t_{hitung} lebih kecil dibanding t_{tabel} , selain itu pada tingkat signifikan yang lebih besar dari $0,05$ yaitu $-0,216$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak artinya persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah.

Tentunya hal ini ikut bertolak belakang dari teori yang ada tentang model *TAM* dan hubungannya dengan minat seseorang, namun pada kondisi lapangan yang berbeda memungkinkan terjadinya hal yang berbeda pula disetiap penelitian sehingga bukan menyalahkan teori yang ada namun memunculkan kesimpulan lain bahwa setiap penelitian memiliki kondisi lapangan yang berbeda beda, penyebab tidak persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *e-banking* dikarenakan pada zaman yang modern seperti sekarang ini nasabah sudah tidak lagi memperlakukan kemudahan penggunaan *e-banking* karena menurutnya wajar bila layanan *e-banking* memang mempermudah nasabah, selain itu zaman yang berkembang memberikan pengetahuan yang lebih terhadap para nasabah tentang *e-banking* sehingga mereka menganggap bahwa penggunaan *e-banking* mudah digunakan karena teknologi yang semakin berkembang dari zaman ke zaman, oleh karena itu mudah atau tidaknya penggunaan *e-banking* tidak mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *e-banking*.

Penjelasan ini dapat diperkuat dengan karakteristik responden yang ada sebagian besar merupakan lulusan

S1/S2/S3 sehingga pengetahuan akan *e-banking* memudahkan dan dirasa tidak akan mempengaruhi keinginan dalam menggunakan *e-banking*.

Hasil penelitian ini membantah penelitian Rinda Hesti Kusuma dan Elys Rahajen (2017) serta Ratulangi (2014) menemukan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah. Sedangkan untuk penelitian yang sejalan dengan penelitian ini yaitu Riski Amalia (2009) 26,5%, Yulia Rachmawati (2010) 53,5% dan Syamsul Hadi dan Novi 57,9%. Menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan *e-banking*.

2. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan terhadap Minat Nasabah

Menurut Hartono (2008: 114) mendefinisikan persepsi manfaat penggunaan adalah sejauh mana seseorang mempercayai bahwa menggunakan teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja dalam pekerjaannya. Hal yang dimaksudkan bahwa dalam persepsi kegunaan memberikan pemahaman bahwa seseorang menganggap dengan menggunakan teknologi informasi dapat memberikan manfaat untuk pekerjaannya maupun usaha yang dilakukan.

Model *TAM* dikembangkan oleh Davis dari *Theory of Reasoned Action* atau *TRA* oleh Ajzen dan Fishbein dalam Jogiyanto (2007 : 25). Dalam *TAM* mengungkapkan bahwa persepsi kegunaan memiliki pengaruh terhadap minat perilaku seseorang, khususnya dalam pemakaian teknologi akan mempengaruhi minat menggunakan teknologi. Jika menganggap bahwa teknologi yang digunakan bermanfaat bagi dirinya.

Berdasarkan penjelasan diatas bahwa garis besarnya apabila seseorang merasakan manfaat dari suatu layanan dalam pengimplementasian teknologi informasi maka orang tersebut akan cenderung menggunakan layanan tersebut begitupun sebaliknya namun, pada hasil penelitian yang didapat tidak sesuai dengan logika berfikir atau teori yang ada.

Berdasarkan uji hipotesis yang dilakukan maka diperoleh nilai t_{hitung} persepsi kemanfaatan terhadap minat nasabah sebesar -0,475. Hal ini jika dibandingkan dengan t_{tabel} (1,66088) maka dapat dilihat bahwa t_{hitung} lebih kecil dibanding t_{tabel} sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0

diterima dan H₂ di tolak artinya persepsi kemanfaatan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah.

Jika dilihat dari nilai rata-rata jawaban yang diberikan oleh responden sebesar 4,5 dari nilai maksimal 5 maka hal ini menunjukkan bahwa *e-banking* sangat bermanfaat bagi nasabah sedangkan pada standar deviasi sebesar 0,53 menunjukkan bahwa semua responden merasakan manfaat dari layanan *e-banking*, rendahnya standar deviasi berakibat pada data sangat homogen dan secara tidak langsung mempengaruhi tingkat signifikan terhadap *e-banking* dengan demikian pada variabel persepsi kemanfaatan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *e-banking*.

Hasil penelitian ini membantah penelitian Ratulangi (2014) dan Henri Setiawan (2014) menemukan bahwa persepsi kemanfaatan memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah. Namun, sejalan dengan penelitian ini yaitu penelitian Rahadianto (2009) dan Syamsul Hadi dan Novi menemukan bahwa persepsi kemanfaatan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *e-banking*.

3. Pengaruh Kesadaran terhadap Minat Nasabah

Secara harfiah, kesadaran sama artinya dengan mawas diri (awareness). Kesadaran juga bisa diartikan sebagai kondisi dimana seorang individu memiliki kendali penuh terhadap stimulus internal maupun eksternal. Namun, kesadaran juga mencakup dalam persepsi dan pemikiran yang secara samar-samar disadari oleh individu sehingga akhirnya perhatiannya terpusat.

Yang dimaksudkan bahwa seseorang nasabah sadar akan adanya teknologi informasi yang harus digunakan sehingga dapat membantunya dalam menjalankan setiap aktifitasnya.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Datta (2010) yang dilakukan di India dengan salah satu variabelnya yaitu awareness (kesadaran). Hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa kesadaran merupakan faktor yang kuat dan positif dalam mempengaruhi pelanggan atau dalam hal ini nasabah menggunakan *e-banking*.

Bedasarkan uji hipotesis yang dilakukan diperoleh nilai t_{hitung} kesadaran terhadap minat nasabah sebesar 3,403. Hal ini jika dibandingkan dengan t_{tabel} (1,66088) maka dapat dilihat bahwa t_{hitung} lebih besar dibanding t_{tabel} sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima dan H_0 di tolak artinya

kesadaran terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah.

Pada penelitian ini mendukung teori yang ada bahwa kesadaran berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *e – banking*, hasil penelitian yang membantah penelitian ini yaitu Faramitha Dwitama (2009) dan penelitian ini sejalan dengan penelitian Datta (2010) dan Moh. Faqih Afghani (2015) yang menemukan bahwa variabel kesadaran berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *e – banking*.

4. Peraruh Persepsi Risiko terhadap Minat Nasabah

Menurut Hanafi (2006:1), risiko adalah bahaya atau konsekuensi yang dapat terjadi akibat sebuah proses yang sedang berlangsung atau kejadian yang akan datang. Dalam penelitian ini yang dimaksudkan risiko yaitu meskipun *e-banking* memberikan kemudahan dan transaksi cepat namun nasabah masih saja enggan untuk menggunakan karena alasan keamanan dan privasi.

Menurut Jogyanto (dalam Hadyan Farizi dan Syaefullah,2014:6) persepsi risiko adalah persepsi yang muncul dari seorang pelanggan dalam hal ini nasabah tentang

ketidakpastian dan konsekuensi–konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan suatu hal yang diminati.

Risiko yang timbul dari adanya *e-banking* adalah ancaman dari hacker atau penyalagunaan rekening nasabah , maka dari itu harus adanya sebuah sistem perlindungan yang sesuai dan mampu menjaga data rekening nasabah, karena dengan minimnya risiko dan kemudahan yang mencukupi untuk mengetahui informasi tentang kejahatan yang terjadi di layanan *e-banking*, sehingga nasabah akan merasa harus lebih berhati-hati dalam menggunakan layanann *e-banking*.

Berdasarkan uji hipotesis yang dilakukan diperoleh hasil nilai t_{hitung} persepsi risiko terhadap minat nasabah sebesar 0,397. Hal ini jika dibandingkan dengan t_{tabel} (1,66088) maka dapat dilihat bahwa t_{hitung} lebih besar dibanding t_{tabel} sehingga dapat disimpulkan bahwa H_4 ditolak dan H_0 diterima artinya persepsi risiko tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah.

Hasil analisis penelitian ini membantah penelitian Plotoglu dan Ekin (2001), Widyarini dan Puttro (2008), Safeena, et al.(2009), Faramitha Dwitama(2014) dan Moh. Faqih Afghani (2015).Henri Setiawan (2014) yang mengemukakan persepsi risiko memiliki pengaruh negatif

terhadap minat nasabah dalam menggunakan *e-banking*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Henri Setiawan (2014) yang mengemukakan persepsi risiko memiliki pengaruh negatif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *e-banking*.